



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

Tese de Doutorado

**PRODUTOS TELEVISUAIS: TRAJETÓRIA E
ALTERAÇÕES DE PERCURSO**

Damaris Strassburger

PPGCOM

**Santa Maria, RS, Brasil
2016**

Damaris Strassburger

**PRODUTOS TELEVISUAIS: TRAJETÓRIA E ALTERAÇÕES
DE PERCURSO**

Tese apresentada ao curso de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Área de Concentração em Comunicação Midiática, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para a obtenção do grau de **Doutora em Comunicação**.

Orientadora: Elizabeth Bastos Duarte

Santa Maria, RS, Brasil

2016

Ficha catalográfica elaborada através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Central da UFSM, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Strassburger, Damaris
PRODUTOS TELEVISUAIS: TRAJETÓRIA E ALTERAÇÕES DE
PERCURSO / Damaris Strassburger.-2016.
306 p.; 30cm

Orientador: Elizabeth Bastos Duarte
Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa
Maria, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Programa de
Pós-Graduação em Comunicação, RS, 2016

1. Produtos televisuais 2. Subgênero programa de
auditório 3. Programa Esquentá! 4. Estratégias
comunicativas e discursivas I. Duarte, Elizabeth Bastos
II. Título.

Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Ciências Sociais e Humanas
Programa de Pós-Graduação em Comunicação

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, aprova a tese de Doutorado

**PRODUTOS TELEVISUAIS: TRAJETÓRIA E ALTERAÇÕES DE
PERCURSO**

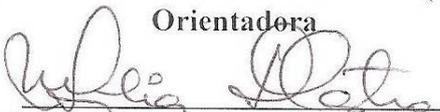
elaborada por
Damaris Strassburger

Como requisito para a obtenção do grau de
Doutora em Comunicação

COMISSÃO EXAMINADORA:



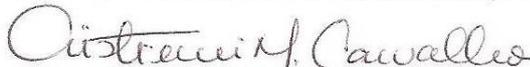
Profa. Dra. Elizabeth Bastos Duarte (UFSM)
Orientadora



Profa. Dra. Maria Lília Dias de Castro (UFSM)



Profa. Dra. Ada Cristina Machado Silveira (UFSM)



Profa. Dra. Cristiane Mafacioli (PUC-RS)



Profa. Dra. Cárilda Emerim Jacinto Pereira (UFSC)

Santa Maria, 14 de março de 2016

Ao Pai e à Mãe, amorosos e incansáveis.
Tudo que há de bom em mim, devo também a vocês!
Tudo que alcancei, é também vossa vitória!
Minha eterna gratidão!

AGRADECIMENTOS

É chegada a hora de concluir mais uma etapa da vida. Esse fecho marca meu último nível de formação acadêmica, mas isso não significa que *terminei* os estudos, afinal, existe um universo de práticas comunicacionais que me inquietam e encantam. E esse é só o começo de uma trajetória (que desejo ser) longa e produtiva. Tenho plena convicção de que o caminho só foi possível graças ao Deus Pai, bondoso e misericordioso, que acompanha meu viver e concede paz, tranquilidade e esperança aos meus dias. A fé no Senhor me conforta, e enche de luz o meu caminho. Sou abençoada por crer em um Deus de amor, cuidado e proteção!

Ao longo da trajetória, pude contar com o apoio, o incentivo e a torcida de pessoas queridas, que fazem minha vida mais doce e colorida. Alguns são amigos de longa data, outros, de períodos curtos de tempo. Nem todos poderão ser referenciados aqui, nessas breves linhas, mas há aqueles que jamais ficarão à parte, nem que seja de uma simples menção, fruto do carinho e afeto que sinto. A vocês, ofereço meu amor e essas modestas palavras, como forma de gratidão por tudo o que fazem/fizeram por mim.

Ao Seu Irineu e à Dona Adelaide, incansáveis e sempre presentes, agradeço por incentivarem e valorizarem o estudo; por terem, ainda antes da graduação, insistido para que eu não desistisse, quando era essa a minha vontade; por terem oportunizado, financeira e emocionalmente, toda a minha formação; por não medirem esforços para manter a nossa família unida e feliz, mesmo com as distâncias e as ausências; por todas as orações e por cada palavra de incentivo e coragem. Vocês são os meus melhores exemplos de luta, determinação, foco, esperança, coragem, fé, persistência, respeito! Não há palavras que possam explicar o amor e a gratidão que tenho por vocês e não há agradecimento que possa recompensar todo o esforço e dedicação que sempre empreenderam para a realização desse sonho – que é um pouquinho de todos nós. Amo muito vocês, Pai e Mãe!

Ao Bruno, meu noivo, que, desde a graduação, respeita e apoia minhas escolhas, e entende que é o universo acadêmico que dá sentido à minha vida profissional. Agradeço pelas renúncias, às vezes necessárias; pelo cuidado com a nossa casa, com os nossos missos, o Darth Vader e a Princesa Leia, e comigo. Tenho absoluta certeza de que essa felicidade só é possível em virtude da pessoa incrível que tenho ao meu lado, que me ajuda a manter o equilíbrio e a estabilidade. Obrigada pelas piadas, pelo bom humor, pela leveza dos dias, pela serenidade das palavras, pela intensidade e amorosidade dos gestos. Obrigada por sonhar meu sonho e me ajudar a realizá-lo! Obrigada por manter vivo e cuidar do nosso amor!

Agradeço imensamente à Tabita, minha irmã e melhor amiga, por ter compartilhado desse sonho comigo e por ter sido base e inspiração para todas as minhas realizações, desde a faculdade. Nem sempre o caminho foi fácil; mas teu amor, tuas palavras de conforto, teu sorriso largo e tua mão estendida, sempre pronta a me ajudar, fizeram com que os dias mais difíceis pudessem ser superados. Sei que estás ao meu lado, independentemente do que possa me acontecer. Também estou aqui, sempre pronta a te amparar. Tu és meu orgulho, meu exemplo de dedicação e bondade. Obrigada por me receber em tua morada, e deixar fazer do teu apartamento o meu cantinho particular. Torno o agradecimento extensivo ao Rafa, meu cunhado, presente em nossas vidas desde a graduação, companheiro de eventos e discussões sobre comunicação – e sobre um monte de coisas que não tem nada a ver com isso.

Ao meu irmão André e à minha cunhada Katiúscia, que sempre estiveram por perto, mesmo na distância, agradeço pelas orações, pelas palavras de incentivo e conforto, pelos bons momentos juntos. Obrigada pelo presente de ser dinda da Yasmin, sobrinha linda que, desde julho de 2015, mostra-nos que a vida pode ser ainda mais abençoada, havendo sempre espaço para um amor maior do que aquele que já tínhamos no peito. Desde seu nascimento, tem sido presença constante na tela do computador, dando incentivo e apoio ao trabalho da tia Dama.

Às amigas Quelen e Gabriele, que, juntamente comigo e com a Tabita, formam o *quarteto fantástico* mais incrível que eu poderia ter. Ao longo desses quatro anos, tivemos a felicidade em ver essa família crescendo, com a chegada da nossa borboletinha, a doce Ana Catharina, do nosso pequeno príncipe, o Nicolás, e do nosso passarinho, o Valentin, que ainda está na barriga da mamãe Bia, mas cheio de vontade de conhecer esse mundão. Vocês trazem alegria à minha vida e a certeza de um futuro sempre mais feliz!

À Gladis, minha sogra, pelos inúmeros abraços apertados, na chegada e na partida, cujo silêncio representa um sem fim de bons sentimentos e vibrações positivas. Aproveito para agradecer aos cunhados Fábio San Martin e Suélen Heck, Gustavo, Dadá e Lauro, pelos vários momentos de alegria e reunião, pelo apoio e incentivo quando mais precisei, e ao afilhado Enzzo, que sempre baixava o volume da TV quando a dinda pedia.

Estendo os agradecimentos aos tios e primos – de Santa Maria, de Caxias, de Novo Hamburgo – pela preocupação e pelos votos sinceros de felicidade.

Agradeço aos amigos distantes, Clarissa Sitó, Greice Pieszak, Ludi Constant, Gabi Rempel e Rafa Duardes, e aos amigos de perto, Leo Netto e Paola, Rafa Reis e Matheus Reis, que, sempre que possível, deram um jeito de estarem ao meu lado, mesmo que rapidinho. Sei que a torcida de vocês é sincera e verdadeira. E isso me faz muito feliz!

Agradeço aos colegas de Grupo de Pesquisa e aos amigos do POSCOM, por cada momento compartilhado, pelas conversas (acadêmicas ou não), pelo apoio e incentivo. Um *upa* bem especial à ex-colega de apê, Fernanda Sagrilo; à Darcielle Marques; ao Gabriel Souza; ao Janderle Rabaiolli; à Pauline Fraga; à Carline Ternus; ao Phillipp Gripp, presente de São Borja, que tem sempre um sorriso no rosto e uma energia positiva na voz, que faz a gente querer estar perto continuamente. Agradeço também à professora Juliana Petermann, amiga do coração, que me inseriu no universo da pesquisa e ampara minha trajetória com bons exemplos, ensinamentos e muitas palavras de carinho.

À professora Bebeth, que, desde o Mestrado, tem acompanhado minha vida acadêmica, profissional, pessoal, demonstrando ser um exemplo de brandura, paciência, sutileza e calma – mesmo que seu jeito extrovertido tente provar o contrário. Agradeço imensamente pela trajetória que a senhora me permitiu construir ao seu lado, com seu apoio, incentivo e orientação. Sou grata por ter me recebido em sua casa, sempre afetuosa e bem disposta, mesmo quando os dias de orientação exigiam mais horas de reflexão e leituras do que qualquer um poderia suportar. Que a relação de amizade que juntas construímos possa perdurar, sustentada por uma boa conversa e algumas xícaras de café. Amplio esse agradecimento ao Seu Pedro, que, bem-humorado, receptivo e brincalhão, tornava nossas tardes de orientação mais sorridentes, e à Vanessa, pelo auxílio com os textos, e-mails e impressões.

Às professoras Lilica, Ada, Cárlida, Cristiane, minha gratidão por aceitarem compor a banca de avaliação e, desde a qualificação, contribuírem com esta pesquisa, por meio de uma leitura cuidadosa e de sugestões pertinentes e relevantes. Agradeço também às professoras Sibila e Rejane, que se prontificaram a ocupar a suplência, caso fosse necessário.

Agradeço a todos os professores do Programa de Pós-Graduação, que possibilitaram a continuidade dos ensinamentos e problematizações iniciados por ocasião do Mestrado, e ao Maurício, sempre disposto a nos ajudar em todo e qualquer momento de dificuldade.

À Universidade Federal de Santa Maria, por proporcionar mais um nível de aprendizado, com um ensino público e de qualidade.

Agradeço, ainda, à Globo Universidade, na pessoa de Juan Crisafulli, por disponibilizar os materiais referentes à primeira temporada do programa **Esquenta!**, fundamentais à presente investigação.

Penso às vezes que saberei viver sem tudo isso, porque tenho um lar e pronto. O resto é o resto, pomba. Mas será isso mesmo? A família não sofrerá também? (...) O certo é que várias vezes, no passado, vi minha carreira por um fio e pensei que devia atirar o lenço branco e dar as despedidas. Nem me abalei com isso, mas eu era moço e tinha forças para reagir. Agora, já disse, não sou mais aquela criança louca de outrora e tá quase na hora de ir embora, dona Aurora! Alguns amigos entendidos em televisão e em rádio, querendo talvez me fortalecer o ânimo, dizem que não, que tão cedo não vou entregar o ouro pros bandidos. Não me iludo. Poderei ainda ter algum tempo pela frente. Mas não vai transcorrer certamente uma eternidade até que o Chacrinha seja buzinado pelo Tempo. Aí ele vai pedir a cartola, sair de cena, deixar as luzes sumirem no palco e abrir caminho para alguém mais novo, com novas mensagens, que virá substituí-lo, quem sabe, superá-lo. Embora, sem falsa modéstia, eu saiba que me superar vai ser uma tarefa muito ingrata. Sim, porque vai ser muito difícil, difícil à beça encontrar um cara com a coragem de ser autêntico como eu. Alguém que – como disse Carlos Drummond de Andrade sobre o artista-mirim Maria Tereza Vieira – ‘não inventa a originalidade, não pretende ser: é’.

(Abelardo Chacrinha Barbosa)

Resumo

PRODUTOS TELEVISUAIS: TRAJETÓRIA E ALTERAÇÕES DE PERCURSO

AUTORA: Damaris Strassburger
ORIENTADORA: Elizabeth Bastos Duarte

A presente investigação propõe-se a examinar a trajetória de produtos televisuais que não têm, de antemão, data prevista para término, ou seja, para sua exclusão da grade de programação, conferindo especial atenção às alterações de percurso por eles efetuadas com vistas à sua permanência no ar. Com essa finalidade, elegeu-se como objeto de estudo o programa **Esquenta!**, que, entre os anos de 2011, 2012 e início de 2013, foi exibido por temporadas, mas que, a partir de maio de 2013, passou a fazer parte da grade fixa de programação da Rede Globo de Televisão. Parte-se da hipótese de que muitos programas televisuais, dependendo do subgênero a que pertencem, na tentativa de se manterem no ar, operam, ao longo de seu percurso de existência, transformações estruturais e/ou adotam novas configurações: articulam outros contextos, propõem novas temáticas, novos quadros, alterando, se necessário, sua própria identidade na busca de construir um público telespectador mais permanente. A pesquisa realizada procura, assim, respostas para algumas questões formuladas sobre a trajetória dos produtos televisuais, indagando-se sobre *quando*, *como* e *por que* são operadas transformações de caráter estrutural em um produto televisual, modificando suas funções, proposta e trajetória na programação de uma emissora. De que forma essas alterações incidem sobre a identidade do programa e da própria imagem e marca de uma emissora de televisão? E que relações essas alterações têm com o contexto social? Assim, o **objetivo geral** da pesquisa é verificar que estratégias poderiam ser virtualmente empregadas por um produto televisual, ligado ao subgênero programa de auditório, para permanecer no ar, ao longo dos anos. Com a finalidade de dar conta desse objetivo mais amplo, estabeleceram-se os seguintes **objetivos específicos**: **a)** traçar um histórico do surgimento dos programas de auditório no contexto televisual brasileiro; **b)** configurar o contexto comunicativo e enunciativo do **Esquenta!**, quando do lançamento do programa e no momento atual, depois que passou a fazer parte da grade fixa da emissora, descrevendo seu entorno sociocultural e enunciativo, núcleo de produção e equipe responsáveis pela sua realização; **c)** analisar as relações intertextuais de caráter paradigmático contraídas pelo **Esquenta!** com o seu subgênero – os programas de auditório; **d)** apresentar uma configuração geral do **Esquenta!**, examinando o programa, por temporadas e emissões, quanto aos formatos adotados, quadros, temáticas preferenciais, forma de estruturação espacial, temporal, tonal, forma de configuração dos atores – condutor/animador, participantes fixos, convidados eventuais, plateia, etc; **e)** identificar as alterações estruturais pelas quais passou o **Esquenta!** em função dos interesses que pautam a ação da RGT; **f)** examinar as estratégias comunicativas e discursivas empregadas pelo programa na configuração de sua identidade, imagem, público-alvo para dar conta de suas alterações de percurso e simultaneamente adequar-se à imagem e marca da RGT; **g)** examinar as relações intertextuais de caráter sintagmático contraídas pelo programa com outros produtos televisuais que ele recupera. Considerando a problemática levantada e os objetivos estabelecidos, realizou-se uma análise discursiva, de inspiração semiótica, de diferentes emissões do programa.

Palavras-chave: Produtos televisuais. Subgênero programa de auditório. Programa **Esquenta!**. Estratégias comunicativas e discursivas.

Abstract

TELEVISUAL PRODUCTS: TRAJECTORY AND COURSE CHANGES

AUTHOR: Damaris Strassburger
ADVISOR: Elizabeth Bastos Duarte

The present investigation aims at examining the trajectory of televisual products that do not have, beforehand, estimated completion date, that means, for its time slot exclusion, paying special attention to the course changes realized by them, aiming at staying on air. For this purpose, the show **Esquentá!**, that between the years 2011, 2012 and early 2013 was broadcast by seasons, but, from May 2013 onwards, became a part of the fixed time slot of Rede Globo television network, was elected as object of study. We move from the hypothesis that many televisual shows, depending on the subgenre to which they belong, in the attempt of staying on air, operate, throughout its existence course, structural transformations and/or adopt new configurations: articulate other contexts, propose new themes, new segments, changing, if necessary, their own identity in search of constructing a more permanent television viewer. The research realized seeks, thus, to answer questions formulated about the trajectory of televisual products, inquiring *when, how* and *why* transformations of structural character are operated on a televisual product, changing its function, proposal and trajectory on the slot of a broadcaster. How do such changes affect the identity of the show and the image and brand of a television network? And what relations do such changes have with the social context? So, the **main objective** of the present research is to verify what strategies could be virtually employed by a televisual product, related to the subgenre auditorium show, for staying on air throughout the years. In order to meeting such broader objective, the following **specific objectives** were established: **a)** mapping a historic of the emergence of auditorium shows in the Brazilian televisual context; **b)** setting up the communicative and enunciative context of **Esquentá!**, from the launch of the show to the current moment, after it became a part of the fixed time slot of the broadcaster, describing its sociocultural and enunciative surroundings, production core and staff responsible for its realization; **c)** analyzing the intertextual relations of paradigmatic character contracted by **Esquentá!** with its subgenre – auditorium shows; **d)** presenting a general setting of **Esquentá!**, examining the show, by seasons and emissions, regarding the adopted formats, segments, preferred themes, form of spatial, temporal and tonal structure, form of actors configuration – conductor/ animator, fixed participants, eventual guests, audience, etc; **e)** identifying structural changes by which **Esquentá!** went through in terms of the interests that guide the action of Rede Globo; **f)** examining the communicative and discursive strategies employed by the show in the configuration of its identity, image and target audience to meet its course changes and simultaneously adapt to the image and brand of Rede Globo; **g)** examining the intertextual relations of syntagmatic character contracted by the show with other televisual products it reclaims. Considering the issue raised and the objectives established, a discursive analysis of semiotic inspiration, of different emissions of the show, was realized.

Keywords: Televisual products. Subgenre auditorium show (Subgênero programa de auditório). **Esquentá!** TV show. Communicative and discursive strategies.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Composição do cenário.....	129
Figura 2 – Participantes da plateia.....	136
Figura 3 – Composição do tablado.....	139
Figura 4 – Palco onde se apresentam os cantores/bandas convidados.....	149
Figura 5 – Rampas de acesso entre o palco central e o de apresentação musical.....	150
Figura 6 – Tablado, resultante da união entre os palcos.....	156
Figura 7 – Regina Casé brinca sobre as novas poltronas da temporada.....	163
Figura 8 – Espaço central do palco, semelhante a um boteco.....	172
Figura 9 – Espaço que representa o encontro entre o morro e o asfalto.....	181
Figura 10 – Meninas da favela da Rocinha apresentam a coleção <i>pool party</i>	183
Figura 11 – Organização do espaço central.....	188
Figura 12 – Crianças com fantasias de coelho.....	196
Figura 13 – Palco central.....	208
Figura 14 – Cenário Esquentão.....	213
Figura 15 – Palco central.....	229
Figura 16 – Organização do cenário.....	238
Figura 17 – Palco central, arquibancadas e camarotes.....	246
Figura 18 – Banda fixa do programa.....	247
Figura 19 – Organização do palco central.....	255
Figura 20 – Imagem aérea do cenário do programa.....	266
Figura 21 – Cenário do programa.....	275
Figura 22 – Roda de samba no Centro Boldrini.....	276

SUMÁRIO

1 Considerações introdutórias.....	21
2 Sobre a televisão.....	25
2.1 Da caracterização.....	26
2.1.1 Da história.....	28
2.2 Do modo de funcionamento: programação e produtos.....	33
3 Da fundamentação teórica: a semiótica de inspiração europeia.....	39
3.1 Dos princípios e premissas maiores da semiótica europeia – Hjelmslev.....	39
3.2 Sobre a concepção de narratividade – Greimas.....	42
3.2.1 Da estrutura discursiva.....	45
3.3 Das observações: os níveis de pertinência da análise.....	49
4 Dos textos televisuais.....	51
4.1 Das características estruturais.....	51
4.2 Dos programas televisuais: gêneros, subgêneros e formato.....	57
4.2.1 Dos gêneros, subgêneros e formatos.....	58
4.2.1.1 Do gênero factual.....	61
4.2.1.2 Do gênero ficcional.....	62
4.2.1.3 Do gênero simulacional.....	63
4.2.1.4 Do gênero promocional.....	63
4.2.1.4.1 Sobre a variante autopromocional.....	66
4.3 Da permanência dos programas na grade.....	71
5 Da metodologia de análise.....	75
5.1 Critérios para a seleção dos programas a serem analisados.....	76
5.2 Definição dos termos operacionais.....	78
5.3. Etapas de análise.....	81
6 Da análise.....	83

6.1 Caracterização geral do programa	83
6.2 Relações paratextuais de caráter sociocultural – o contexto comunicativo	86
6.3 Relações paratextuais de caráter enunciativo – produção e realização	90
6.3.1 Sobre a RGT.....	91
6.3.2 Sobre o Núcleo de produção Guel Arraes.....	95
6.3.3 Sobre a atriz social Regina Casé.....	96
6.4 Relações intertextuais de caráter paradigmático	98
6.4.1 Dos programas de auditório: definição e caracterização geral.....	99
6.4.2 Da história e presença do subgênero no país.....	104
6.4.3 Dos programas de auditório atualmente em exibição.....	110
6.4.3.1 Na Rede Globo de Televisão.....	110
6.4.3.2 No Sistema Brasileiro de Televisão.....	118
6.4.3.3 Na TV RECORD.....	124
6.4.3.4 Na Bandeirantes.....	125
6.5 Relações intratextuais de caráter discursivo e expressivo	128
6.5.1 Primeira temporada do Esquenta! – caracterização geral	128
6.5.1.1 Análise das emissões da primeira temporada	131
6.5.1.1.1 Observações gerais sobre a emissão de 02.01.2011.....	132
6.5.1.1.2 Observações gerais sobre a emissão de 13.02.2011.....	141
6.5.1.2 Apontamentos sobre a primeira temporada	151
6.5.2 Segunda temporada do Esquenta! – caracterização geral	153
6.5.2.1 Análise das emissões da segunda temporada	157
6.5.2.1.1 Observações gerais sobre a emissão de 18.12.2011.....	157
6.5.2.1.2 Observações gerais sobre a emissão de 26.02.2012.....	165
6.5.2.2 Apontamentos sobre a segunda temporada	174
6.5.3 Terceira temporada do Esquenta! – caracterização geral	175
6.5.3.1 Análise das emissões da terceira temporada	178
6.5.3.1.1 Observações gerais sobre a emissão de 16.12.2012.....	179
6.5.3.1.2 Observações gerais sobre a emissão de 31.03.2013.....	190
6.5.3.2 Apontamentos sobre a terceira temporada	201
6.5.4 Especiais de São João – caracterização geral	202
6.5.4.1 Análise da emissão do especial de São João	204
6.5.4.1.1 Observações gerais sobre a emissão de 24.06.2012.....	204
6.5.4.2 Apontamentos sobre os especiais de São João	215
6.5.5 Inserção regular do Esquenta! na grade fixa – caracterização geral	217
6.5.5.1 Análise das emissões da inserção regular	220
6.5.5.1.1 Observações gerais sobre a emissão de 03.11.2013.....	221
6.5.5.1.2 Observações gerais sobre a emissão de 10.11.2013.....	231
6.5.5.1.3 Observações gerais sobre a emissão de 03.08.2014.....	240

6.5.5.1.4 Observações gerais sobre a emissão de 28.12.2014.....	249
6.5.5.1.5 Observações gerais sobre a emissão de 01.03.2015.....	257
6.5.5.1.6 Observações gerais sobre a emissão de 01.11.2015.....	268
6.5.5.2 Apontamentos sobre a inserção regular.....	277
6.5.6 Resultados obtidos.....	280
7 Dos apontamentos finais.....	295
8 Referências necessárias.....	299
8.1 Outras obras consultadas.....	302
ANEXO A.....	305
ANEXO B.....	306

1 Considerações introdutórias

A estratégia que garantiu a sobrevivência das emissoras de televisão foi, sem dúvida, a opção pela adoção de uma grade de programação fixa. A organização dessas grades procura responder, em primeiro lugar, às aspirações das três instâncias (JOST, 2004; DUARTE, 2014) que possuem voz ativa na definição da programação a ser exibida aos telespectadores: a **empresarial**, responsável pela escolha dos programas tendo em vista o lucro a ser aferido pela empresa televisiva; a **institucional**, responsável pela compatibilização das aquisições e/ou produção dos programas, levando em consideração as funções que a própria emissora se atribui; e a da **marca**, relacionada à seleção de programas alinhados com a imagem que a emissora busca projetar e/ou manter de si. Mas, evidentemente, as aspirações dessas instâncias se curvam diante de seus clientes, os telespectadores.

Daí por que a proposta de inclusão de um programa nunca é inocente; ao contrário, é cuidadosamente planejada e executada de modo a dar conta da multiplicidade de interesses que permeiam o cotidiano tanto do público telespectador, em suas rotinas diárias, quanto o da própria empresa de televisão, que precisa construir e manter uma audiência cada vez mais exigente. Deve adequar-se ao contexto sociocultural, na tentativa assumida e muitas vezes explícita de seleção de conteúdos e tipos de programa que respondam aos gostos e preferências do telespectador visado, objetivando, com isso, torna-lo cativo e fiel. Essa mesma lógica de organização, aliás, é utilizada pela publicidade: os anunciantes precisam estar atentos aos horários que correspondem à audiência de seus potenciais consumidores, para que, desse modo, atinjam a seu público-alvo.

Assim, as grades de programação passaram a estruturar-se a partir da exibição de diferentes tipos de programas, veiculados em dias e horários definidos. A permanência desses produtos na grade é distinta. Alguns deles são feitos para marcar uma presença constante na programação. Esse é o caso, por exemplo, dos telejornais. Há também aqueles programas com data prevista para encerramento, ou mesmo exclusão da grade de programação: esse é o caso de telenovelas, minisséries e alguns seriados. Uma outra alternativa são aqueles que permanecem indefinidamente, enquanto houver público consumidor significativo. Assim, eles integram a grade por temporadas ou mesmo de forma fixa, sendo exibidos indefinidamente, enquanto despertarem a atenção do telespectador e mantiverem a audiência.

A presente investigação propõe-se a examinar a trajetória de produtos televisuais que não têm, de antemão, data prevista para término, ou seja, para sua exclusão da grade de programação, conferindo especial atenção às alterações de percurso por eles efetuadas com vistas à sua permanência no ar.

Com essa finalidade, elegeu-se como objeto de estudo o programa **Esquenta!**, que, entre os anos de 2011, 2012 e início de 2013, foi exibido por temporadas, mas que, a partir de maio de 2013, passou a fazer parte da grade fixa de programação da Rede Globo de Televisão (RGT)¹. A opção por este produto televisual deve-se exatamente às visíveis alterações de percurso por ele vivenciadas no intuito de garantir sua permanência no ar – alterações essas que acabaram redefinindo o próprio percurso desta pesquisa.

Como o **Esquenta!** é um programa de auditório, procurou-se, em primeiro lugar, traçar um breve histórico e levantar as características desse tipo de produto televisual, com vistas a contextualizar o *corpus* de análise da pesquisa, composto tanto por emissões de suas diferentes temporadas (2011, 2012, 2013), veiculadas pela RGT aos domingos à tarde, com apresentação de Regina Casé, como por emissões posteriores, quando o programa passou a fazer parte da grade fixa e regular da emissora, a partir da segunda metade do ano de 2013.

O texto do **Esquenta!** articula diferentes subgêneros televisuais. Produzido pela equipe que é considerada, pela excelência dos produtos que realiza, a grife da RGT, o núcleo Guel Arraes, o programa alterna a exibição de diferentes quadros: apresentação de musicais, alguns bem brasileiros; discussão, ainda que superficial, de questões ligadas a temáticas sociais presentes no cotidiano dos moradores de periferias do Rio de Janeiro; entrevistas; danças, etc.

A investigação parte da hipótese de que muitos programas televisuais, dependendo do subgênero a que pertencem, na tentativa de se manterem no ar, operam, ao longo de seu percurso de existência, transformações estruturais e/ou adotam novas configurações: articulam outros contextos, propõem novas temáticas, novos quadros, alterando, se necessário, sua própria identidade na busca de construir um público telespectador mais permanente.

Importa destacar que, inicialmente, enquanto programa veiculado por temporadas, o **Esquenta!** vinha sendo observado na perspectiva de uma ação autopromocional implícita e sub-

¹ TV Globo, relativo à emissora, e Grupo Globo, que envolve a empresa como um todo (incluindo, dessa forma, a TV Globo), constituem a razão social da empresa. Rede Globo de Televisão, por sua vez, é um termo conceitual, mas não uma instância institucional reconhecida. Todavia, optou-se por sua utilização tendo em vista a trajetória que vem sendo desenvolvida no âmbito dos grupos de pesquisa “Processos de significação televisual: gêneros e formatos” (GPTV) e “Comunicação Televisual” (COM TV).

reptícia da RGT, manifesta por seu engajamento social, relacionado, principalmente, com as comunidades periféricas do Rio de Janeiro, no período de implantação das Unidades de Polícia Pacificadora (UPP'S). Após sua inserção na grade fixa de programação, tornou-se pertinente ampliar o viés de observação, passando a contemplar questões mais abrangentes, que pudessem elucidar as transformações sofridas.

A pesquisa realizada procura, assim, respostas para algumas questões formuladas sobre a trajetória dos produtos televisuais, indagando-se sobre *quando, como e por que* são operadas transformações de caráter estrutural em um produto televisual, modificando suas funções, proposta e trajetória na programação de uma emissora. De que forma essas alterações incidem sobre a identidade do programa e da própria imagem e marca de uma emissora de televisão? E que relações essas alterações têm com o contexto social?

Assim, o **objetivo geral** da pesquisa é verificar que estratégias poderiam ser virtualmente empregadas por um produto televisual, ligado ao subgênero programa de auditório, para permanecer no ar, ao longo dos anos. Com a finalidade de dar conta desse objetivo mais amplo, estabeleceram-se os seguintes **objetivos específicos**: **a)** traçar um histórico do surgimento dos programas de auditório no contexto televisual brasileiro; **b)** configurar o contexto comunicativo e enunciativo do **Esquentá!**, quando do lançamento do programa e no momento atual, depois que passou a fazer parte da grade fixa da emissora, descrevendo seu entorno sociocultural e enunciativo, núcleo de produção e equipe responsáveis pela sua realização; **c)** analisar as relações intertextuais de caráter paradigmático contraídas pelo **Esquentá!** com o seu subgênero – os programas de auditório; **d)** apresentar uma configuração geral do **Esquentá!**, examinando o programa, por temporadas e emissões, quanto aos formatos adotados, quadros, temáticas preferenciais, forma de estruturação espacial, temporal, tonal, forma de configuração dos atores – condutor/animador, participantes fixos, convidados, plateia, etc; **e)** identificar as alterações estruturais pelas quais passou o **Esquentá!** em função dos interesses que pautam a ação da RGT; **f)** examinar as estratégias comunicativas e discursivas empregadas pelo programa na configuração de sua identidade, imagem, público-alvo para dar conta de suas alterações de percurso e simultaneamente adequar-se à imagem e marca da RGT; **g)** examinar as relações intertextuais de caráter sintagmático contraídas pelo programa com outros produtos televisuais que ele recupera.

Considerando a problemática levantada e os objetivos estabelecidos, realizou-se uma análise discursiva, de inspiração semiótica, de diferentes emissões do programa, apresentada em capítulo com essa finalidade.

Cabe ainda destacar que o estudo, em consonância com a proposta do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal de Santa Maria, cuja área de concentração é Comunicação Midiática, inserindo-se na Linha de Pesquisa Mídia e Identidades Contemporâneas, justifica-se pelo interesse da pesquisadora de melhor compreender as estratégias empregadas pelas emissoras de televisão para construírem sua identidade, imagem e marca.

O trabalho estrutura-se em sete seções, comportando, para além dessas questões introdutórias: a seção 2, **Sobre a televisão**, traça um panorama da televisão brasileira, recuperando características, aspectos históricos e modo de funcionamento. A seção 3, **Da fundamentação teórica: a semiótica de inspiração europeia**, recupera conceitos da semiótica discursiva a serem adotados na análise das diferentes emissões do programa, aqui consideradas como textos. A seção 4, **Dos textos televisuais**, confere especial atenção ao estudo dos gêneros, subgêneros e formatos privilegiados, observando o tipo de estruturação assumida pelos produtos televisuais e sua permanência na grade de programação. A seção 5, **Da metodologia de análise**, define os princípios norteadores da construção metodológica adotada, bem como os conceitos operacionais a serem aplicados, descrevendo, na sequência, o procedimento de análise. A seção 6, **Da análise**, apresenta a análise realizada e os resultados obtidos. Finalmente, a sétima seção, **Dos apontamentos finais**, retoma, a partir dos resultados alcançados, as questões referentes à trajetória e às alterações de percurso dos programas televisuais em sua sôfrega tentativa de permanecerem no ar.

2 Sobre a televisão

O relevante papel desempenhado pelas mídias nas sociedades contemporâneas tem feito delas, nos últimos anos, objeto de inúmeras pesquisas e motivo de acirradas discussões entre teóricos tanto do campo da comunicação, como de outras áreas do conhecimento, o que confere maior abrangência ao seu estudo, fornecendo diferentes perspectivas à compreensão dos fenômenos midiáticos.

A presente seção, considerando os objetivos desta investigação, centra sua reflexão na mídia televisão, propondo-se a traçar um panorama geral do seu desenvolvimento e penetração no país, que passa por sua definição enquanto meio de comunicação de massas, por aspectos referentes à sua história e modo de funcionamento no Brasil, pela configuração geral das principais redes de emissoras no país, pelo modo de estruturação de sua programação, pelos tipos de produtos por ela disponibilizados ao mercado. Na tentativa de traçar esse cenário, recorreram-se a estudiosos com tradição de pesquisa em televisão, tais como Eco (1984), Jost (2004, 2007), Fachine (2006), Duarte (2007, 2012), Lopes (2013), Machado (1999, 2005), Castro (2007, 2009), entre outros.

Os estudos especificamente direcionados à televisão são ainda recentes, tendo em vista que a produção televisual não só é relativamente nova, como, durante muito tempo, gozou de pouco prestígio, sendo ignorada pela academia. Nos últimos vinte anos, não obstante, eles vêm ganhando força devido ao alto poder de penetração dessa mídia que, em países de terceiro mundo, como o Brasil, passou a representar uma das principais formas, disponíveis a todos, de informação, entretenimento e educação da população: hoje a televisão está presente em 97,1% dos lares brasileiros².

Além disso, o célere desenvolvimento tecnológico – satélites, sinais digitais, alta resolução nas imagens – tem conferido maior qualidade às produções televisuais e à transmissão/recepção de seus programas, possibilitando, ainda, uma interação mais efetiva do telespectador com essa mídia. Há também um aumento bastante representativo de domicílios que passaram a contratar algum plano de TV por assinatura, o que demonstra um interesse expressivo em torno de uma programação mais direcionada e especializada. Ainda, conforme o anuário

² De acordo com o anuário **Mídia Dados 2015**, publicado pelo Grupo de Mídia de São Paulo. Disponível no endereço eletrônico <https://goo.gl/u71ssL>. Último acesso em 21.10.2015, às 14h52min.

Mídia Dados 2015, percebe-se uma mudança no perfil dos consumidores do meio, devido, principalmente, ao aumento de penetração da classe C, que atingiu, em 2014, a marca de 37%³. Mais ainda, existe, hoje, um número significativo de telespectadores/usuários que se usufruem da prerrogativa de assistir à programação televisual em outras plataformas, e nos horários que lhes aprouver.

Frente a esse contexto e considerando os propósitos da pesquisa, importa refletir sobre os processos de implementação e consolidação da televisão no cenário brasileiro, com vistas a melhor compreender a estrutura de funcionamento por ela adotado no país e os procedimentos por ela empregados para sobreviver como empresa comercial. Sim, pois, ao contrário de outros países, a televisão brasileira, como se pode ver na sequência, já iniciou sua atuação como empresa privada com fins lucrativos.

2.1 Da caracterização

A televisão⁴ é um meio de comunicação que, em virtude de suas condições técnicas, permite a transmissão simultânea de sons e imagens em movimento. Ela nasce como uma *janela para o mundo* porque, desde sempre, seus processos de produção lhe permitiram a captação dos acontecimentos, em imagens e sons, *ao vivo*, e sua transmissão em tempo real.

Com o auxílio de dispositivos específicos de captação, produção, circulação e consumo, a televisão emprega, na configuração de suas mensagens, diferentes linguagens sonoras e visuais, sobredeterminadas pelos meios técnicos. E se, inicialmente, essas mensagens, por impossibilidade técnica, eram transmitidas ao vivo no momento mesmo de sua captação, hoje, com o desenvolvimento tecnológico e o aumento das possibilidades de difusão de seu sinal, suas mensagens passaram a circular simultaneamente em diferentes espaços, alcançando públicos geograficamente dispersos, além de contarem com a possibilidade de gravação e registro. Com isso, seus produtos ganharam em qualidade, pois a televisão conquistou, a partir de então, a

³ Informações disponíveis no link <https://goo.gl/YU8ETM>. Último acesso em 21.10.2015, às 15h12min.

⁴ A Anatel apresenta a seguinte definição: **Televisão (TV)** - tipo de serviço de radiodifusão destinado à transmissão de sons e imagens, por ondas radioelétricas; **Televisão digital** - Sistema de televisão com transmissão, recepção e processamento digitais, podendo exibir programas por meio de equipamento digital ou de aparelho analógico acoplado a uma Unidade Receptora Decodificadora (URD). A Anatel desenvolve ações relacionadas com o processo de definição do padrão tecnológico digital na transmissão terrestre de televisão. Disponível em: <http://goo.gl/zHzYt8>. Último acesso em 25.11.2015, às 08h34min.

possibilidade de selecionar, operar correções, cortes, montagens e editar o que pretende exibir. Além disso, se a característica inicial de suas mensagens, exibidas ao vivo, em tempo real, era a efemeridade, hoje, elas podem ser gravadas, armazenadas, veiculadas em distintas plataformas e posteriormente acessadas, em distintas temporalidades, tanto pela instância de produção, quanto pela instância de recepção, permitindo, com isso, a constituição de um acervo que diz de suas realizações e, mais ainda, do contexto sociocultural em que essas se enquadram.

Dessa forma, atualmente, a televisão dispõe de duas opções, podendo operar, quando lhe convém, tanto com a transmissão direta (ao vivo) em tempo real, como com a exibição de produtos gravados. Essa condição representa um grande avanço em relação a outras mídias, pois permite que os conteúdos por ela produzidos e veiculados possam ser consumidos por um número cada vez mais significativo de sujeitos.

Por outro lado, no presente momento, a televisão atua com duas tecnologias de difusão de seu sinal⁵: a **analógica**, que emprega ondas eletromagnéticas para a transmissão de dados codificados, via atmosfera, da torre da emissora diretamente para a casa dos telespectadores, através de uma dada frequência; a **digital**, que também opera pelo ar, conduzindo os dados de uma torre de transmissão para a casa dos usuários, na qual são convertidos, via decodificador. A principal diferença entre as duas tecnologias é que a digital converte imagens, sons e dados em *bits*, reduzindo, assim, o espaço de armazenamento e ampliando o tráfego e os pontos de distribuição dos dados: ao invés de um canal de programação, as redes de televisão podem, por exemplo, dividir em até quatro seus sinais, em virtude da redução do espaço. Além disso, a tecnologia digital confere maior qualidade às imagens, pois amplia sua resolução (quantidade de *pixels* utilizados na composição/montagem de uma imagem).

Para finalizar, vale ainda ressaltar que, de modo geral, os processos comunicativos midiáticos não só convocam as potencialidades daquelas mídias que o precederam, como procuram agregar às suas próprias condições os novos recursos advindos dos meios que o sucederam: esse é o caso da televisão. E seu aparato técnico, realizado ou virtual, permite que possa congrega dispositivos de outros meios, preenchendo espaços vazios. Nessa direção, a televisão tem se mostrado adepta da *complementaridade* na construção de suas mensagens: não excluiu as heranças advindas dos meios de comunicação anteriores; não renega as contribuições

⁵ Informações disponíveis em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u105791.shtml>. Último acesso em 25.11.2015, às 08h34min.

trazidas pelos posteriores, convocando-as muitas vezes a atuarem no interior de seus produtos, ou delas tirando proveito para a veiculação de seus produtos em outras plataformas.

2.1.1 Da história

O surgimento da televisão remonta ao ano de 1923⁶, quando ocorreu, na Inglaterra, liderada por John Logie Baird, a primeira reprodução de imagens em uma pequena tela (MATTOS, 2010, p. 191). A partir daí, os investimentos em torno da nova mídia foram se tornando crescentes: cada nova experiência permitia um maior avanço técnico dos aparelhos. Em 1936, também na Inglaterra, foi inaugurada a primeira estação de retransmissão, fazendo da BBC a emissora de televisão pública pioneira no mundo.

No Brasil, a primeira transmissão televisual ocorreu no ano de 1939, durante a Feira de Amostras do Rio de Janeiro: o evento, embora contasse com um público restrito, teve grande repercussão nos jornais da época. Mas, durante a Segunda Guerra Mundial, a televisão acabou sendo deixada de lado, havendo seu projeto de implementação no país ter sido recuperado somente na década de 1950, devido aos esforços de Assis Chateaubriand, responsável pela aquisição dos equipamentos necessários às transmissões. O processo de implementação da televisão no Brasil teve início, assim, apenas em 20.01.1950, com a inauguração da sede da TV Tupi no Rio de Janeiro, embora as transmissões, em virtude de problemas técnicos, só tenham começado no ano seguinte (MATTOS, 2010, p. 197). Ocorre que ele se dá acompanhado pelo paralelo desenvolvimento do país, sendo atravessado e sustentado por interesses de ordens diversas – política, econômica e cultural.

Cabe lembrar que, nessa época, o rádio gozava de grande prestígio, sendo considerado o principal meio de comunicação e informação de que dispunham as grandes cidades. Mas, a política de nacionalização, implantada por Getúlio Vargas no pós-guerra, bem como os processos de industrialização, urbanização e desenvolvimento econômico no período Kubitschek (1955 – 1960) configuraram um novo cenário social e cultural, bastante propício aos investimentos em televisão no Brasil, possibilitando que essa mídia se consolidasse.

⁶ Antes disso, no ano de 1873, Willoughby Smith, norte-americano, descobre propriedades fotocondutoras no selênio, capaz de permitir a propagação elétrica através da luz (MATTOS, 2010, p.189).

No início dos anos 1960, existiam quinze emissoras de televisão operando nas mais importantes cidades do país. Entretanto, só quando os efeitos do consumo de produtos industrializados cresceram e o mercado se consolidou foi que as emissoras de televisão se tornaram economicamente viáveis como empresas comerciais e começaram a competir pelo faturamento publicitário (MATTOS, 2010, p. 31).

O quadro instalado com o golpe de 64, ao aliar forças militares e lideranças civis, forneceu condições para a implementação de uma nova forma de estruturação do desenvolvimento nacional, pautada pela utilização dos meios de comunicação, com vistas à integração e modernização do país. *“Países desenvolvidos como os Estados Unidos serviram de modelo para os subdesenvolvidos ou em processo de desenvolvimento”* (MATTOS, 2010, p. 32). O regime militar precisava encontrar formas de disseminação dos ideais da nova ordem, cujos princípios, crenças e cultura propunham a valorização do nacional, apoiada no desenvolvimento econômico, na paz e na legitimidade do pretense movimento revolucionário. E foi através dos meios de comunicação de massas que a ditadura buscou formas de afirmação, difusão e persuasão de seus objetivos.

Devido ao seu poder de alcance e mobilização, a televisão tornou-se um instrumento do regime, sendo por ele utilizada para a divulgação de seus propósitos. A contrapartida foi a privatização através de concessões de sua utilização para empresas privadas. O interesse dos militares na nova mídia trouxe, não obstante, grandes benefícios à própria televisão, que passou a dispor de toda uma infraestrutura por eles financiada para o desenvolvimento das telecomunicações. Assim, se por um lado, o regime militar se utilizou da televisão como ferramenta política, por outro, ele possibilitou seu desenvolvimento técnico e tecnológico, tendo em vista os investimentos massivos por ele realizados com vistas à ampliação da qualidade dos equipamentos e dos produtos disponibilizados aos telespectadores. Evidentemente que, no decorrer desse processo, o regime militar acompanhava de modo efetivo a produção dos conteúdos televisuais. Daí por que os investimentos financeiros vieram acompanhados pela instituição de órgãos de regulamentação, tais como o Ministério das Comunicações, o Departamento Nacional de Telecomunicações, o Conselho Nacional de Comunicação, além de decretos e leis com a finalidade precípua de controle mais rigoroso dos produtos veiculados e da programação em geral.

Deve-se considerar, todavia, que o processo de implantação e desenvolvimento da televisão no Brasil, se comparado com o de outros países, a exemplo da França e da Inglaterra, que possuem órgãos de regulação e legislação controlados pelo Estado, percorreu um trajeto distinto, marcado por concessões a empresas privadas (normalmente familiares) que passaram a deter o poder decisório sobre as questões que envolviam o meio – da composição dos produtos à ideologia propagada.

Apesar de serem concessões públicas, como nunca houve, em função de seus alinhamentos políticos, uma legislação que permitisse um maior controle sobre as emissoras de TV, estas têm se comportado, historicamente, como conglomerados privados. Há ainda que se considerar, por outro lado, o distanciamento, também histórico, no Brasil, entre academia e o mercado de Comunicação. Mais uma vez, a explicação está na nossa história política: no período da ditadura militar, apoiada pelas grandes emissoras de TV, como a Rede Globo, a universidade permaneceu como um dos poucos redutos críticos. A desconfiança mútua perdura até hoje, o que faz com que toda a reflexão produzida por pesquisadores de Comunicação passe completamente ao largo da produção comercial (FECHINE, 2006, p. 4).

A forma de estruturação adotada no contexto brasileiro levou as empresas de comunicação a priorizarem o lucro, que se traduz pela audiência por ela obtida: nesse contexto, a reserva de espaços para a publicidade tornou-se uma exigência. Assim, duas características distintas, mas complementares, foram essenciais durante a implementação da televisão brasileira: a conformidade do conteúdo dos produtos televisuais ao discurso político nacionalista dos militares; e a reserva de espaços publicitários, bem como a busca de investimentos estrangeiros para a realização desse tipo de produção. Essa aparente contradição entre objetivos diversos perdurou até o final da década de 1970, período em que as multinacionais estrangeiras passaram a deter um controle mais expressivo que o Estado sobre a produção televisual, em virtude da dependência dessa mídia dos investimentos publicitários.

A partir de então, a televisão passou a realizar seus produtos procurando responder a dois tipos de interesse que, por vezes, se contrapõem: de um lado, às suas próprias aspirações; de outro, aos desejos e vontades dos consumidores de seus produtos, os telespectadores, tendo em vista ser a audiência quem garante a viabilidade e lucratividade do seu negócio.

Na década de 1980, muitas das transformações ocorridas no cenário político e econômico brasileiro refletiram-se diretamente na televisão, pois, com o paulatino reestabelecimento da democracia, houve não só a redução significativa da censura, como do próprio preço dos

aparelhos de televisão. Em consequência disso, os produtos por ela veiculados foram assumindo características mais populares. Nesse contexto, surgem, dentre outros, os programas de auditório. Sem deixar de considerar a modernização das décadas passadas, as emissoras de televisão procuraram aliar o popular ao novo contexto social, político e cultural da época. E, embora essa popularização tenha gerado inúmeros questionamentos acerca da qualidade dos novos produtos disponibilizados no mercado televisual, a televisão apostou nessa vertente.

O SBT iniciou as atividades se posicionando como uma emissora popular de qualidade. “Programa Silvio Santos”, “A Praça é Nossa” e “O Povo na TV” fizeram sucesso e causaram polêmica. A TV Globo apostou em narrativas pop para se conectar à juventude dos anos 1980. “Armação Ilimitada” e “TV Pirata” marcaram a época (RIBEIRO; SACRAMENTO; ROXO, 2010, p. 157).

Nesse período, o humor passou a marcar presença em praticamente todos os produtos televisuais, configurando-se por ironias, sátiras e paródias direcionadas principalmente ao governo e às figuras públicas. Nesse contexto, fizeram história atores como Chico Anysio, um dos principais comediantes da época e fonte de inspiração para inúmeros outros atores, quadros e programas: ele até hoje é considerado o mestre do humor brasileiro e lembrado por seus bordões e personagens.

Do ponto de vista dos investimentos publicitários, também se registram alterações: se, até o início da década de 1980, eles centralizavam-se em torno da oferta de bens duráveis, destinados às classes mais altas, com maior poder de compra, com a disseminação da televisão, marcas de produtos mais populares passaram a encontrar espaço para anunciar, ampliando os investimentos em conteúdos destinados a esse público, que, através da televisão, teve acesso à informação, à cultura e ao entretenimento.

O acirramento da concorrência em televisão, especialmente em virtude da difusão do videocassete e dos canais por assinatura, marcou a década de 1990, promovendo uma reconfiguração do mercado televisual. O processo de globalização, pós Guerra Fria, permitiu a circulação tecnológica e a ampliação do fluxo de informação, reestruturando as relações entre os conglomerados nacionais e internacionais, através de outras formas de negociações comerciais. No Brasil, esse cenário conduziu ao processo de privatização das estatais, exigindo novas parcerias, no país e também no exterior.

A privatização resultou na livre concorrência e, conseqüentemente, no surgimento de novas emissoras de televisão e na diversificação dos produtos ofertados, que passaram a ser produzidos em conformidade com as lógicas desse novo mercado.

... pode-se concluir que não só houve o aumento do número de residências com equipamentos audiovisuais como também ocorreu uma situação econômica favorável para tais aquisições, ainda mais se visto que essa ampliação se pronunciou principalmente após 1994, ano do Plano Real. Nesse ponto, é fundamental averiguar uma íntima ligação da questão monetária e as transformações que se fizeram nesse decênio nas mídias (RIBEIRO; SACRAMENTO; ROXO, 2010, p. 222).

A televisão brasileira adentra, assim, os anos 2000 em pleno funcionamento, com condições de participação e inserção no cenário mundial, produzindo conteúdos/programas exportados para vários países. Caracteriza-se, hoje, como o meio de comunicação com maior alcance, comportando um público amplo e diversificado.

Destaca-se, ainda, a importância e relevância dos investimentos realizados pelas emissoras em termos de desenvolvimento de meios técnicos de transmissão dos programas através da função *Video on Demand* (VoD)⁷, que permite selecionar e assistir ao conteúdo desejado, em qualquer lugar, a qualquer hora do dia – desde que ele esteja disponível na plataforma selecionada.

O que se percebeu, em 2014, conforme dados extraídos do **Anuário do Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva** (Obitel) de 2015⁸, foi a existência de um movimento migratório para outros dispositivos, a exemplo dos *smartphones* e *tablets*, e plataformas, como a *Netflix*⁹, resultando em um forte impacto em termos de audiência, uma vez que a forma tradicional de assistir televisão está sendo substituída, especialmente pelo público jovem. Essa migração não é restrita aos países membros do grupo; trata-se de um fenômeno de proporções mundiais, que tende a reconfigurar os modos de fazer televisivos.

Nessa perspectiva, também ganha destaque o interesse do público em alternar entre conteúdos ofertados em meios de comunicação distintos, seja para ampliar as informações

⁷ Conforme pesquisa do Ibope, 34% dos internautas brasileiros assistem, pelo menos uma vez por semana, conteúdos *on demand*. Disponível em: <http://goo.gl/pv36IF>. Último acesso em 15.12.2015, às 19h33min.

⁸ Versão digital. Disponível no endereço eletrônico: <http://goo.gl/OkVQv8>. Último acesso em 21.10.2015, às 15h20min.

⁹ Fundada em 1997, possui, atualmente, 69 milhões de membros, distribuídos em mais de 60 países, com uma programação que conta com mais de 100 milhões de horas, entre filmes, séries e documentários. Informações institucionais disponíveis no link: <https://goo.gl/zQnr2d>. Último acesso em 11.11.2015, às 23h15min.

fornecidas, seja para buscar outra forma de entretenimento. Conforme pesquisa realizada em julho e divulgada pelo **Ibope** em setembro de 2015¹⁰, 88% dos telespectadores acessam a *internet* enquanto assistem televisão; 81% já ligaram a televisão em virtude de algum comentário que viram na *internet*; e 96% já buscaram na *internet* informações sobre algo que viram na televisão.

Ao traçar um panorama do desenvolvimento da televisão, o Obitel registra, no ano de 2014, a existência no Brasil de seis redes nacionais de televisão aberta, uma pública, a TV Brasil, e cinco privadas, a Rede Globo de Televisão (RGT), o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), a Rede Record de Televisão (Record), a Rede Bandeirantes (Band) e a Rede TV!. Dentre essas, a RGT mantém a liderança, detendo atualmente 34,5% da audiência domiciliar e 39,36% do *share* domiciliar¹¹.

Essa liderança da RGT¹² em termos de audiência se justifica, principalmente, pela sua qualidade técnica e tecnológica, pela competência de seus profissionais e artistas, pela qualidade e diversificação dos programas que oferece ao mercado televisual, fidelizando com isso os telespectadores.

Todos esses aspectos fazem com que a RGT seja, no contexto brasileiro, referência em termos de qualidade: o padrão Globo de produção¹³ é perseguido pelas demais emissoras, em procura sistemática por melhores condições de competitividade. Para fazerem frente à RGT, elas investem tanto na imitação, como na oferta de novos tipos de produto. Assim, muitas delas antes importavam telenovelas de outros países, ficando a produção nacional restrita à RGT; hoje, contudo, algumas delas, a exemplo da Record e do SBT, têm buscado também desenvolver uma produção própria.

2.2 Do modo de funcionamento: programação e produtos

A televisão brasileira nasceu, como se vem salientando, como empresa privada de caráter comercial; é um negócio, comprometido com o lucro, que depende de investimentos externos

¹⁰ Informações disponíveis em <http://goo.gl/YWAFvX>. Último acesso em 15.12.2015, às 19h43min.

¹¹ Refere-se aos televisores ligados exclusivamente em canais de televisão, à audiência pura de televisão.

¹² É importante destacar, contudo, que os índices de audiência da RGT vêm diminuindo (em 2012, por exemplo, era de 40,7%, conforme o Obitel), o que torna relevante a opção por alterações em torno do programa, de modo que consiga recuperar essa audiência.

¹³ A discussão sobre o padrão Globo de qualidade é ampliada na seção destinada à configuração da emissora (Seção 6.3.1 – Sobre a RGT).

para poder se manter. E esses investimentos se traduzem por patrocínios e venda de espaços na grade de programação das emissoras para fins de propaganda e/ou publicidade. Ocorre que o valor desses espaços está estreitamente relacionado ao índice de audiência que cada canal obtém com os produtos que coloca no mercado televisual. Esses produtos são os programas disponibilizados aos telespectadores. Daí a importância conferida pelas emissoras à organização de suas grades de programação.

A programação de uma emissora de televisão é organizada obedecendo a diferentes lógicas: de um lado, responde aos interesses, desejos e necessidades dos telespectadores, consumidores de seu negócio; de outro, aos seus próprios, considerando aspectos econômicos e mercadológicos envolvidos na realização e veiculação de seus produtos. Nessa perspectiva, a composição da grade de uma emissora é estrategicamente estruturada, cuidadosamente planejada, com vistas a “*fixar encontros semanais mais ou menos modelados pela temporalidade social*” (JOST, 2007, p. 83), para que, desse modo, cativo o maior número de espectadores possível em cada horário.

Isso porque os telespectadores, muitas vezes, embora estejam com o aparelho de televisão ligado, visto que ele já faz parte de seu cotidiano, não dispõem de tempo ou atenção para assistirem aos programas: estudam, trabalham, envolvem-se com atividades domésticas, recreativas, socializantes. De modo geral, a maioria das pessoas obedece a uma rotina: no horário do meio-dia acompanha um telejornal; na volta do trabalho, a telenovela; aos domingos, os jogos e alguns programas de variedades, etc. Dessa forma, para que possa haver fidelização do público, é importante que os programas se mantenham no ar por um espaço de tempo suficiente para permitir sua identificação e aceitação por parte dos telespectadores.

Daí por que, segundo Jost (2007, p. 50), as emissoras procuram adequar a oferta de seus produtos – dias e horários de exibição – ao cotidiano dos telespectadores, pois, quanto mais atento estiver o telespectador, não só mais complexa e visual pode ser a mensagem, como mais lucratividade com ela pode ser aferida. Dessa forma,

Contrariamente ao que se poderia pensar, as grades de hoje, às vezes, muito mais rígidas que aquelas das décadas precedentes, não se modificam muito de um ano a outro (os programadores não mudam o conteúdo de uma faixa horária sem antes tomar muitas precauções) (JOST, 2007, p. 84).

O modo de composição da grade de programação varia de uma emissora para outra, pois esse tipo de organização está diretamente relacionada ao perfil do público telespectador, à imagem que ela visa construir de si e aos interesses por ela privilegiados. Além disso, as emissoras precisam considerar, para além das questões que envolvem sua organização e dos distintos interesses dos telespectadores, os produtos ofertados pela concorrência nos diferentes horários da programação, com a finalidade de manterem a preferência do público, garantindo, com isso, a manutenção da audiência. A organização da grade deve, portanto, levar em conta todas as ofertas que compõem o rol de escolhas dos sujeitos telespectadores em cada horário.

De acordo com Duarte (2012, p. 02), a serialidade é o *“critério maior de distribuição, estruturação e fragmentação dos produtos televisuais: diz respeito não só a um tipo de organização que é exterior ao programa, como incide fortemente sobre a estruturação interna dos produtos televisuais”*.

Chamamos de *serialidade* essa apresentação *descontínua e fragmentada* do sintagma televisual. No caso específico das formas narrativas, o *enredo* é geralmente estruturado sob a forma de *capítulos* ou *episódios*, cada um deles apresentado em dia ou horário diferente e subdividido, por sua vez, em blocos menores, separados uns dos outros por *breaks* para a entrada dos comerciais ou de chamadas para outros programas (MACHADO, 2005, p. 83).

A serialidade determina, dessa forma, que cada programa passe a ocupar um lugar específico na grade de programação: é sua repetição nos mesmos dias e horários que garante a fidelização da audiência.

Vale também observar que a serialização opera sobre todos os tipos de produtos televisuais, incidindo sobre toda a programação, ou seja, estende-se tanto aos programas ficcionais, quanto aos não ficcionais.

Segundo Duarte (2012, p. 3), a inserção dos produtos televisuais na grade de programação de uma emissora obedece a dois eixos temporais: o **horizontal**, responsável pelo desenvolvimento sintagmático, periódico e reiterado das emissões de um mesmo produto; o **vertical**, responsável pela organização da sequência diária de emissões dos produtos ofertados, em horários definidos, considerando aqueles que o antecedem e sucedem.

De acordo com Jost (2007, p. 84), o eixo horizontal dá conta da *“apresentação de um programa em uma mesma faixa horária, cotidianamente”* (JOST, 2007, p. 84), ou seja, da organização diária das emissões, fragmentos ou segmentos de um programa. Com isso se quer

dizer que, considerando o princípio da serialidade, cada programa compõe-se por um número X de emissões, que variam de um produto para o outro; sua frequência de exibição pode ser diária, semanal, quinzenal, mensal e, até mesmo, anual (a exemplo da **Retrospectiva de Final de Ano**, exibida pela RGT); e seu tempo de duração está diretamente relacionado aos seus enquadramentos de gênero. Alguns produtos permanecem no ar por um tempo indefinido, fazendo parte da grade fixa de programação de uma emissora – são exibidos de maneira regular, em dias/horários definidos. Outros, têm sua manutenção determinada pela audiência obtida; outros, ainda, possuem um tempo de duração previamente determinado – ou seja, tem data definida para término.

Algumas vezes, a televisão testa a aceitação de um produto, através de uma exibição única ou de umas poucas emissões: se cair no gosto dos telespectadores, ela então amplia a narrativa, fragmentando-a em mais episódios e/ou apresentações. Por vezes, inclusive, o programa passa a compor a grade da programação – como o que aconteceu com o programa **Esquenta!**, que iniciou como temporada de verão e hoje ocupa espaço regular na grade de programação.

Dessa forma, a serialização, como já se referiu, incide tanto sobre a organização geral da programação, como sobre a estruturação interna do próprio programa. De um lado, ela interfere na colocação de cada produto na programação, levando em conta a organização sequencial da grade de uma emissora. Nesse processo, as empresas televisivas precisam considerar as diferentes motivações do público visado, a fim de contemplar, de maneira efetiva, suas atividades diárias. Além de sexo e faixa etária, são examinadas as rotinas de trabalho, estudo e lazer, principais interesses e preferências de cada perfil de público, entre outros aspectos que direcionam o planejamento da grade.

Por outro lado, a serialização interfere na organização interna dos produtos, sendo responsável pela fragmentação dos programas em emissões. De modo geral, segundo Duarte (2012), a sintagmática dos programas pode manifestar-se:

... *sob a forma de capítulos*, ou seja, de fragmentos de uma narrativa que só se completa, enquanto sentido, com a exibição da última emissão; *sob a forma de episódios*, ou seja, de segmentos com narrativas completas, com início, meio e fim, que, embora preservem atores discursivos, cenários, contextos e/ou estrutura organizacional, têm relativa autonomia do ponto de vista do sentido; *sob a forma de edições*, ou seja, da apresentação de notícias acontecidas no intervalo de tempo compreendido entre uma emissão e outra, embora algumas delas possam ser retomadas, requeentadas e/ou complementadas; *sob a forma de*

apresentação, ou seja, de exibições de reportagens, jogos, espetáculos artísticos ou esportivos, etc, cuja articulação obedeça a lógicas sequenciais diversas, muitas delas exteriores à televisão, que vão daquelas que presidem os campeonatos esportivos a outros tipos de organizações temáticas (DUARTE, 2012b, p. 3).

Mas os produtos televisuais, além de serem fragmentados em emissões, apresentam essas emissões divididas em blocos para a inserção de espaços intervalares, de caráter publicitário, o que obriga as narrativas a recorrerem permanentemente à criação de suspense para manter o interesse dos telespectadores, aguardando o desfecho da trama, a próxima informação, a última notícia da noite. Assim, cada fragmento de um programa e das próprias emissões é pensado de modo estratégico, com a finalidade de fazer com que os receptores continuem no mesmo canal, apesar dos intervalos comerciais.

Os cortes de cena das telenovelas exemplificam bem esse processo: a fragmentação em blocos e/ou capítulos se dá em momentos de tensão – revelação de algum segredo, uma decisão importante, um incidente –, capazes de criar no telespectador o desejo de saber como a trama vai se desenrolar. Esses cortes são, portanto, formas estratégicas de organização dos produtos televisuais com o intuito de manter a atenção do telespectador. A ordem de exibição de uma notícia ou de alguma atração especial também é pensada estrategicamente, com o objetivo de fazer com que o telespectador permaneça em frente da televisão: o melhor de alguns programas fica sempre para ser exibido no último bloco.

3 Da fundamentação teórica: a semiótica de inspiração europeia

Os produtos televisuais, tenham eles prazo definido para término ou não, manifestam-se sob a forma de textos que obedecem a normas pré-definidas de produção, as normas do televisual.

A presente seção intenta dar conta da fundamentação teórica que sustentou a construção da metodologia empregada na análise das diferentes emissões de um texto televisual – o programa **Esquenta!**. Essa fundamentação toma por base a semiótica europeia de inspiração hjelmsleviana, cujas proposições são posteriormente recuperadas por grandes estudiosos como Greimas, Bakhtin, Barthes, entre outros. Apresentam-se, assim, na sequência, os princípios, lógicas e principais conceitos que sustentam não só a abordagem adotada, como a construção da metodologia empregada na análise do programa (seção 5), recorrendo, em particular, às concepções de seus dois grandes mestres, Hjelmslev (2009) e Greimas (1975), cujas ideias são expostas acompanhadas, muitas vezes, de adequações feitas por aqueles que retomaram suas proposições teóricas para aplicá-las à análise das produções midiáticas, dentre os quais destacam-se Fontanille (2005), Calabrese (1987), Jost (2012), Floch (2001), Barros (1990), Fiorin (1990), Duarte (2004), Castro (2007), entre outros.

3.1 Dos princípios e premissas maiores da semiótica europeia – Hjelmslev

Louis Hjelmslev, ilustre linguista dinamarquês, é considerado o fundador da semiótica europeia: no desenvolvimento de sua teoria sobre a significação ou semiose, reconhece as contribuições de apenas um teórico, Ferdinand de Saussure, cujas proposições retoma na tentativa de conferir-lhes maior amplitude e rigor.

Segundo Hjelmslev, a semiótica é uma ciência cujo propósito maior é o estudo dos diferentes sistemas de significação, linguísticos e não linguísticos, utilizados pelo homem. O objetivo da teoria semiótica seria verificar a tese de um sistema subjacente ao processo e de uma constância que subentendem as flutuações, de maneira a conceber as linguagens “*não mais como um conglomerado, mas sim, como um todo organizado...*” (HJELMSLEV, 2009, p. 07).

Hjelmslev acredita que o objeto de estudo por excelência da semiótica é o texto “*em sua totalidade absoluta e não analisada*” (HJELMSLEV, 2009, p. 14). Percebe-se aí uma primeira ampliação em relação às proposições saussureanas: a passagem do signo para o texto. Assim, em sua perspectiva, a semiótica propõe-se a:

... indicar um procedimento que permita o reconhecimento de um dado texto por meio de uma descrição não contraditória e exaustiva do mesmo. Mas ela deve mostrar como é possível, do mesmo modo, reconhecer qualquer outro texto da mesma natureza suposta, fornecendo-nos instrumentos utilizáveis para tais textos (HJELMSLEV, 2009, p. 19-20).

Para o autor, todo o texto, como o signo, contrai uma relação entre duas grandezas, expressão e conteúdo, que mantêm entre si uma relação de interdependência, pressupondo-se mutuamente. À relação contraída por essas grandezas, Hjelmslev denomina de função semiótica.

A função semiótica é, em si mesma, uma solidariedade: expressão e conteúdo são solidários e um pressupõe necessariamente o outro. Uma expressão só é expressão porque é a expressão de um conteúdo, e um conteúdo só é conteúdo porque é conteúdo de uma expressão (HJELMSLEV, 2009, p. 54).

Cada um desses funitivos – expressão e conteúdo –, por sua vez, comporta uma substância e uma forma. Mas “*a substância depende exclusivamente da forma*”, não podendo ser-lhe atribuída uma existência independente (HJELMSLEV, 2009, p. 55). Dessa maneira, conteúdo e expressão só podem ser estruturados internamente a partir da projeção da forma sobre a substância: tem-se, assim, uma forma de conteúdo e uma forma de expressão. A essa projeção da forma sobre a substância, distinta de uma linguagem para outra, Hjelmslev denomina de *sentido formado*. Aliás, cabe ressaltar que a teoria greimasiana recupera essas noções, visto que a narratividade nada mais é do que uma forma estruturadora da substância do conteúdo.

Segundo Hjelmslev, o sentido organiza-se diferentemente em cada linguagem, que projeta diferentemente uma **forma** sobre a substância de conteúdo e expressão. Assim,

... a substância não condiciona necessariamente a forma linguística, enquanto que a forma linguística condiciona obrigatoriamente a substância. Em outras palavras, a *manifestação* é uma seleção na qual a forma linguística é a constante e a substância, a variável (HJELMSLEV, 2009, p. 113).

Não se deve, entretanto, “*confundir ausência de conteúdo com ausência de sentido*” (HJELMSLEV, 2009, p. 54), pois um conteúdo de uma expressão pode não possuir sentido algum, mas ainda assim ser considerado um conteúdo. Isso porque o sentido é o fator comum que relaciona as diferentes linguagens, ou seja, apesar das diferentes formas assumidas por cada uma das linguagens, há uma grandeza que se mantém comum entre elas: o sentido – que, em cada uma delas, “*é ordenado, articulado, formado de modo diferente*” (HJELMSLEV, 2009, p. 56).

Hjelmslev (2009, p. 83) acredita que forma e substância são termos relativos: aquilo que de um ponto de vista é substância, pode transformar-se em forma em um outro nível de análise. Ora, o fato de forma e substância serem termos relativos leva, por dedução, ao reconhecimento de uma hierarquia extralinguagem que contrai uma função com a hierarquia de linguagem em exame.

Por outro lado, segundo Hjelmslev, toda significação de um texto “*nasce de um contexto, quer entendamos por isso um contexto de situação ou um contexto explícito, o que vem a dar no mesmo; com efeito, num texto ilimitado ou produtivo (uma língua viva, por exemplo), um contexto situacional pode sempre ser tornado explícito*” (HJELMSLEV, 2009, p. 50). Com essas afirmações, Hjelmslev cria a possibilidade de um alargamento dos níveis de pertinência da análise, do texto em direção a uma textualidade que lhe serve de entorno, tal como propõem estudiosos como Fontanille (2005) e Duarte (2014).

Na perspectiva hjelmsleviana, o texto, objeto de uma análise semiótica, pode e deve ser considerado a partir das noções de **sistema** e **processo**. O sistema é por ele compreendido como “*o conjunto das relações de diferença e de semelhança que definem as possibilidades abertas pela organização efetiva do objeto analisado*”; o processo seria “*o conjunto dos agenciamentos dos elementos selecionados, combinados, e dos quais a co-presença constitui o objeto realizado*” (FLOCH, 2001, p. 13).

Por outro lado, do ponto de vista hjelmsleviano, todo o texto, como o signo, além das relações com o contexto, contrai relações paradigmáticas (ou ... ou) e sintagmáticas (e ... e) com outros textos. “*Uma outra distinção, essencial para a teoria da linguagem, é a que existe entre a função “e ... e”, ou “conjunção”, e a função “ou ... ou” ou disjunção*” (HJELMSLEV, 2009, p. 41).

As relações paradigmáticas (correlações) são aquelas que ligam um texto a outros por traços de **semelhança** e **dessemelhança**; as de caráter sintagmático (coexistência) correspondem

à **articulação, associação e combinatória** com outros textos aos quais ele recupera e/ou responde. Esses dois tipos de relações intertextuais são o objeto de estudo do semioticista russo Mikhael Bakhtin, servindo de fundamento para suas noções de gênero e dialogia.

É também na perspectiva de uma intertextualidade que Hjelmslev propõe as noções de semiótica conotativa e de metassemiótica. De acordo com o mestre dinamarquês, “*há também semióticas cujo plano da expressão é uma semiótica e também outras cujo plano do conteúdo é uma semiótica. Chamaremos as primeiras de **semióticas conotativas** e as segundas de **metassemióticas**”* (HJELMSLEV, 2009, p. 121 – grifos do autor). Grande parte da obra de Roland Barthes centra-se no exame da conotação e da metassemiótica (metalinguagem). Acredita-se que, ao conceber as relações antes descritas, Hjelmslev confere maior amplitude ao estudo dos textos, pois prevê a possibilidade de exame não só do contexto ou paratexto como do intertexto, que passam a fazer parte da **textualidade**, objeto de análise.

3.2 Sobre a concepção de narratividade – Greimas

Inspirado em Hjelmslev, Greimas também acredita que o espaço material de manifestação da significação e dos sentidos é o texto que, em razão disso, constitui-se no objeto de estudo por excelência da semiótica. É, nesse espaço textual, que a relação interna contraída entre expressão e conteúdo se efetiva, passando a se constituir em unidades de sentido a serem analisadas. Segundo Greimas, a tarefa do semioticista é explicar **o que** os textos dizem e, mais, **como fazem** para dizer o que dizem.

Tendo por escopo explorar o *sentido do sentido*, a semiótica define-se como uma “*metalinguagem em relação ao universo de sentido ao qual ela se dá como objeto de análise*”. Enquanto operação de descrição, entende que o estudo da significação só pode ser feito mediante a abordagem de diferentes níveis, definidos cada um deles pelo conjunto de traços distintivos comuns aos objetos estudados (DUARTE, **Considerações sobre a narratividade**¹⁴, p. 01).

A semiótica greimasiana privilegia em sua análise o plano de conteúdo, focalizando em especial o exame da **narratividade**, concebida como uma organização responsável pela produção

¹⁴ Texto disponibilizado na disciplina *Semiótica discursiva: aplicações ao audiovisual* (2012/2º semestre).

do discurso significativo (GREIMAS, 1975, p. 146). A narratividade seria, nessa perspectiva, a projeção de uma forma estruturadora da substância do conteúdo.

Segundo Greimas, a **narratividade** é a instância geradora da significação, cuja existência virtual é pressuposta por qualquer manifestação discursiva. Ela comporta dois planos de profundidade desigual, cada um deles com gramática própria – a instância semionarrativa e a instância discursiva –, cujos componentes são respectivamente a sintaxe e a semântica. A instância semionarrativa, por sua vez, estrutura-se em dois níveis de profundidade desigual: a estrutura fundamental, mais profunda, que é da ordem do universal; e a estrutura narrativa, mais superficial, que é da ordem do cultural e ideológico.

A **estrutura fundamental** organiza-se a partir da oposição de categorias semânticas, responsáveis pela articulação dos temas que perpassam e compõem o texto. Ela pressupõe a existência de formas universais organizadoras da narrativa, ou seja, de categorias compartilhadas por todos os homens e extensivas a todo tipo de texto.

Essas formas se encontrariam em nível profundo do sistema semiótico: assim, sob a aparência do narrado figurativo haveria a presença de uma organização imanente, mais abstrata e profunda, estruturada a partir desses universais, responsáveis pela significação e determinadoras da produção e leitura de textos (DUARTE, 2012a, p. 328).

A **estrutura narrativa** retoma os valores em oposição (positivos e/ou negativos), atualizados na estrutura fundamental, que passam então a orientar as escolhas feitas pelos sujeitos, bem como suas relações com os objetos de valor, sendo responsáveis pelas transformações de estado (conjunção e/ou disjunção). O fato de revestir os temas com valores reconhecidos e perseguidos pelos sujeitos confere a esse nível um caráter ideológico e cultural que pode se distinguir nas diferentes sociedades.

O estudo das estruturas narrativas tomou fôlego, inicialmente, através da recuperação das ideias de Propp¹⁵, referentes à análise de textos literários, partindo da observação de diferentes contos maravilhosos. Apesar de conter alguns equívocos¹⁶, as propostas do teórico russo

¹⁵ O entendimento acerca da morfologia proppiana se deu com base no prefácio de A. J. Greimas, *As aquisições e os projetos*, do livro **Introdução à semiótica narrativa e discursiva** (COURTÉS, 1979, p. 7-34).

¹⁶ Para o teórico, o conto nada mais é do que a sucessão de 31 funções, que estariam relacionadas à esfera de ação dos personagens. Os contos respeitariam, nessa perspectiva, um programa organizado, articulado por meio de distintas atividades, previamente estabelecidas. Conforme Greimas (apud COURTÉS, 1979, p. 10), a *função proppiana* assume a forma canônica de um enunciado narrativo, que contém os actantes implicados na ação (ou seja, os personagens).

contribuíram para fazer avançar a concepção greimasiana de narratividade. Ganha destaque, nessa direção, a identificação feita por Propp da existência de certas regularidades, presentes na estruturação narrativa dos contos.

Essa constatação possibilitou que Greimas levantasse dois aspectos fundamentais para sua teoria sobre narratividade: “a existência de *projeções paradigmáticas* que recobrem o desenvolvimento sintagmático da narrativa proppiana”, e a “necessidade de proceder por *acoplamentos de <funções>*” (GREIMAS in COURTÉS, 1979, p. 11 – grifos do autor). São essas unidades paradigmáticas que, no interior do sistema sintagmático, organizam e amarram a narrativa, permitindo o entendimento das **estruturas narrativas**.

Assim, para Greimas, a estrutura narrativa articula-se a partir de um esquema constituído por três percursos, que mantêm entre si relações de pressuposição e implicatura: a qualificação do sujeito, a realização do sujeito e a sanção do sujeito. Segundo Duarte (2012a), há uma coerência lógico-sintático-semântica entre qualificação, ação e sanção, que pressupõe, em primeiro lugar, tempo e história. Nesse contexto, a historicidade é compreendida como a percepção do presente como história, como a operação de transformações espaço-temporais.

Assim, ao percurso de ação do sujeito, ficam subjacentes dois outros que, de um lado, o manipulam e, no final, o sancionam. A relação de pressuposição entre esses percursos, não implica, em termos concretos, a necessidade de coexistência e manifestação deles em um único texto.

Parece evidente que o sujeito só pode realizar uma *performance* se possuir, previamente, a competência necessária: a pressuposição lógica constitui assim, antes de qualquer outra consideração, a base da componente do percurso narrativo que precede a *performance* (GREIMAS in COURTÉS, 1979, p. 23 – grifos do autor).

Na qualificação, tem-se um sujeito manipulador que dota o sujeito da ação de competência para o seu fazer; na realização, o sujeito da ação parte em busca do objeto de valor por ele desejado, enfrentando o antissujeito, que, geralmente, coloca obstáculos ao desenvolvimento de sua atuação; na sanção, um sujeito julgador avalia a ação empreendida pelo protagonista (sujeito da ação), levando em consideração a competência com a qual foi dotado.

Esse confronto entre os sujeitos, cujo resultado é a transferência de objetos de valor entre eles, justifica o fato de a narrativa ser concebida como uma manifestação entre estados sucessivos. Na perspectiva greimasiana, toda narrativa possui, assim, o seu esquema duplicado,

uma vez que, às ações desempenhadas pelo herói, correspondem as realizadas pelo vilão, o antissujeito.

A última instância do percurso de geração de sentido é a **estrutura discursiva**, que, estreitamente ligada à enunciação, é concebida como o modo de contar a narrativa, tendo em vista ser o espaço onde se efetivam as escolhas operadas pelo sujeito enunciador.

As estruturas semionarrativa e discursiva, como já se referiu, são organizadas a partir de dois componentes, que operam de forma articulada: um componente sintático, relacionado à forma de estruturação, e um componente semântico, relacionado aos traços de conteúdo. A sintaxe narrativa comporta as dimensões do enunciado elementar, do programa narrativo, do percurso narrativo e do esquema narrativo. A semântica narrativa apresenta as modalizações do *fazer* e do *ser*.

3.2.1 Da estrutura discursiva

A estrutura discursiva constitui-se na última etapa do percurso de geração de sentido; ela atualiza as formas privilegiadas pelo enunciador para contar sua narrativa. Do mesmo modo que a estrutura fundamental e narrativa, a estrutura discursiva comporta uma sintaxe e uma semântica responsáveis pelas operações de seleção e combinação que revestem os esquemas e programas provenientes da instância narrativa. *“No nível das estruturas discursivas, o termo narrativa designa a unidade discursiva, situada na dimensão pragmática, de caráter figurativo, obtida pelo procedimento de debragem enunciativa”* (GREIMAS; COURTÉS, 2013, p. 327).

A instância discursiva conta com inúmeros dispositivos de ordem semântica e sintática a serem operados pelo enunciador. Assim, o nível discursivo recupera as estruturas semionarrativas e as manifesta a partir das escolhas realizadas pelo sujeito da enunciação quanto à configuração dos dispositivos relativos aos **temas, figuras, atores, tempo, espaço, tom**. O nível discursivo *“nada mais é, portanto, que a narrativa “enriquecida” por todas essas opções do sujeito da enunciação, que marcam os diferentes modos pelos quais a enunciação se relaciona com o discurso que enuncia”* (BARROS, 1990, p. 53).

Aliás, é nessa perspectiva que o nível discursivo dá conta dos aspectos individuais, correspondendo às operações realizadas pelo enunciador, com vistas a adequar os diferentes dispositivos às suas intenções e criar os efeitos de sentido desejados.

Os dispositivos de tematização e figurativização possibilitam operações no âmbito da semântica; os de actorialização, temporalização, espacialização e tonalização, dispositivo complementar proposto por Duarte (2013c), correspondem a operações da ordem da sintaxe. Esse conjunto de dispositivos é responsável pelo tratamento dos temas e suas formas de configuração; pela produção de um elenco de atores, de um quadro espaço-temporal e de um conjunto de formas de interpelação.

Por **tematização** entende-se a operação realizada pelo enunciador sobre esse dispositivo, responsável pela organização dos valores abstratos em percursos, que devem ser analisados com base na recorrência de traços semânticos, que conferem coerência ao discurso. À reiteração dos temas no interior do discurso, denomina-se isotopia; ela permite a manutenção da linha sintagmática do discurso (horizontalidade do discurso) e sua coerência semântica (conteúdo proposto).

Os percursos temáticos são organizados a partir dos valores narrativos, formulados de maneira abstrata. Assim, para que um tema seja recorrente em uma narrativa, é necessário que os sujeitos da narrativa sejam convertidos em figuras/atores que desempenham os papéis temáticos em um determinado espaço e tempo.

A **figurativização** é a operação realizada pelo enunciador sobre esse dispositivo, com vistas à instituição de figuras de conteúdo que conferem forma a um percurso temático abstrato, sendo caracterizadas por traços de conteúdo que possibilitam sua identificação. “*A partir do revestimento figurativo do objeto-valor, todo o percurso do sujeito é figurativizado*” (BARROS, 1990, p. 72), atribuindo materialidade às transformações e ações da narrativa: transformando sujeitos em atores, determinando o tempo e o espaço onde se passam as ações, que não podem ser confundidos com o sujeito, o espaço e o tempo da enunciação.

A **actorialização** é a operação realizada pelo enunciador sobre esse dispositivo, com vistas à instituição dos atores do discurso, reunindo elementos sintáticos e semânticos, responsáveis pelo desenvolvimento da narrativa. Os atores, desse modo, desempenham um papel temático e um papel actancial, em conformidade com o desenrolar da narrativa.

A **espacialização** é a operação realizada pelo enunciador sobre esse dispositivo, responsável pela instituição de uma localização espacial da ação, objeto da narrativa. Assim, projeta-se e aplica-se ao discurso enunciado uma organização espacial mais ou menos autônoma, que permite os encadeamentos necessários para o desenrolar de uma dada narrativa.

A **temporalização** é a operação realizada pelo enunciador sobre esse dispositivo, responsável pela instituição de uma programação e localização temporal. *“A temporalização consiste, como seu nome indica, em produzir o efeito de sentido “temporalidade” e em transformar, assim, uma organização narrativa em “história””* (GREIMAS; COURTÉS, 2013, p. 497 – grifo dos autores).

A **tonalização** é a operação realizada pelo enunciador sobre esse dispositivo, responsável pela conferência de um ponto de vista a partir do qual o enunciador quer que sua narrativa seja reconhecida pelo enunciatário (DUARTE, 2013c, p. 6). Nessa perspectiva, o tom pode ser compreendido como uma forma discursiva de endereçamento que visa à interpelação dos receptores.

A esses dispositivos discursivos, segundo Duarte (2013c, p. 10), correspondem, assim, operações, procedimentos, cuidadosamente planejados pelo enunciador, para manifestarem os sentidos que se pretendem conferir aos discursos, aos quais se denominam **estratégias discursivas**. Essas estratégias podem ser de várias ordens, dependendo do tipo de dispositivo que mobilizam, do tipo de operação a que correspondem e do tipo de procedimento estratégico selecionado para manifestá-las.

Todos esses procedimentos discursivos, que envolvem as escolhas realizadas pelo enunciador no momento em que projeta o discurso, têm, assim, por finalidade criar os efeitos de sentido por ele desejados. São, portanto, deliberações estratégicas que manifestam os diferentes tipos de relação que o enunciador pretende estabelecer com os interlocutores.

Embora, como bem afirma Floch (2001, p. 10), o universo da significação não se reduza ao fenômeno da comunicação, na presente pesquisa a comunicação desempenha uma função prioritária, visto que os textos em análise são mensagens produzidas e veiculadas pela mídia televisão. Daí a relevância de se considerar que esses textos, para além de objeto de significação, são também objeto de comunicação: relacionam-se com uma narrativa que se passa em outro nível, entre um destinador/enunciador e um destinatário/enunciatário de um processo

comunicativo de ordem midiática. Há, assim, a mobilização de diferentes níveis de relações entre os sujeitos, atualizando distintas noções de tempo e espaço.

Com isso se quer dizer que a análise a ser aqui empreendida propõe-se a dar conta da comunicação e da significação, uma vez que os sentidos de um texto/mensagem televisual somente se efetivam a partir de sua relação com os sujeitos telespectadores, ou seja, quando postos em contato com interlocutores capazes de compreender e interpretar os sentidos que carrega e mobiliza. Ao privilegiar o nível discursivo, a análise realizada propõe-se a apreender e relacionar com maior propriedade as intenções mobilizadas pelas instâncias comunicativa e enunciativa que determinaram a produção do texto.

O fato de os textos televisuais inserirem-se em um processo comunicativo/enunciativo bastante amplo determina que obedeçam ao princípio da eficácia (GREIMAS, 1998): eles propõem-se a persuadir o enunciatário a participar do jogo comunicativo, ou seja, a **com-vencer**. Assim, todas as escolhas operadas pelo enunciador, no que concerne a forma de contar a narrativa, têm um caráter estratégico; embora obedeçam às regras que lhes são impostas, utilizam-se de estratégias pertencentes a diferentes níveis e ligadas a distintos dispositivos com o propósito de persuadir e/ou convencer o enunciatário. Dentre essas estratégias destacam-se aquelas da ordem da argumentação e/ou manipulação. As estratégias que têm por base a argumentação sustentam-se na lógica: a adesão é conquistada mediante a utilização de um método que demonstre, racionalmente, as razões capazes de justificar a concordância do enunciatário.

Já as estratégias que têm por base a manipulação, constroem-se a partir de outros procedimentos, tais como a tentação, a sedução, a intimidação, a provocação. Conforme Greimas (1998), a argumentação tem por objetivo *fazer crer*, ou seja, convencer o outro acerca daquilo que está sendo dito; já a manipulação visa um *fazer fazer*, ou seja, propõe-se a levar o outro a agir em conformidade com o que é pretendido. Para tanto, recorre a quatro tipos de figuras de manipulação: **a tentação**, na qual o outro é levado a *fazer* mediante a cobiça; **a sedução**, na qual o outro é levado a *fazer* mediante o encantamento, o fascínio; **a intimidação**, na qual o outro é levado a *fazer* mediante a ameaça, o medo, o temor, o receio; **a provocação**, na qual o outro é levado a *fazer* mediante a incitação, o desafio.

Ao contrário da operação (enquanto ação do homem sobre as coisas), a **manipulação** caracteriza-se como uma ação do homem sobre outros homens,

visando a fazê-los executar um programa dado: no primeiro caso, trata-se de um “fazer-ser”, no segundo, de um “fazer-fazer”; essas duas formas de atividade, das quais uma se inscreve, em grande parte, na dimensão pragmática e a outra na dimensão cognitiva, correspondem assim a estruturas modais de tipos factitivo (GREIMAS; COURTÉS, 2013, p. 300 – grifo dos autores).

Com vistas a dar conta de seus propósitos persuasivos, a televisão faz uso de diferentes tipos de estratégias capazes de capturar a atenção do telespectador. Opera, assim, com dois níveis de estratégias: as **comunicativas**, aplicadas ao processo comunicativo em sua totalidade, constituindo-se em deliberações tomadas em nível de produção televisual, podendo ou não se manifestar no texto; e as **discursivas**, presentes no texto, dizendo respeito aos modos escolhidos pelo enunciador para estruturar o texto televisual. Elas são *"concernentes aos modos de contar a narrativa – estratégias narrativas –, e ao relacionamento da narração com a enunciação – estratégias enunciativas"* (DUARTE, 2004, p. 42).

3.3 Das observações: os níveis de pertinência da análise

As premissas hjelmslevianas, embora definam o texto como objeto de análise por excelência da semiótica, apontam suas relações com o contexto e com outros textos, abrindo a possibilidade de transição do texto a uma textualidade que contemple também esses elementos para ou intertextuais.

Muitos estudiosos filiados à semiótica greimasiana, que inicialmente defendiam apenas uma análise de caráter intratextual, ao se confrontarem com a produção midiática, reconhecem hoje a necessidade de um alargamento da noção de texto de maneira a contemplar, na busca dos sentidos e da significação, além dos aspectos interiores ao texto, aqueles relativos ao para e ao intertextual.

Assim, parece hoje uma unanimidade entre os investigadores a relevância de se considerar, para além das relações internas contraídas pelo texto, as relações por ele contraídas com o seu contexto e com outros textos aos quais ele recupera e/ou responde, tendo em vista a função por elas desempenhadas no processo de produção de sentidos e significação, ampliando a noção de texto em direção a uma textualidade que o envolve.

Segundo Jacques Fontanille (2005), é fundamental para todo e qualquer processo analítico com amparo na semiótica discursiva a determinação dos níveis de pertinência da análise a ser empreendida. Mas a definição dos níveis de pertinência de uma análise deve ser estabelecida em conformidade com os objetivos de cada investigação, pois são eles que estabelecem o que deve fazer parte da textualidade, objeto de estudo, cabendo, assim, a cada pesquisador definir um âmbito de atuação que dê conta de seus propósitos.

Duarte e Castro (2014) propõem a adoção, se necessária, de três níveis de pertinência: o **nível paratextual**, que relaciona o texto em exame com seu processo comunicativo e enunciativo; o **nível intertextual**, que relaciona o texto em exame do ponto de vista paradigmático e sintagmático com outros textos; e o **nível intratextual**, que dá conta das relações internas do texto em exame, contraídas entre expressão e conteúdo.

4 Dos textos televisuais

A presente seção, tendo em vista os princípios e premissas maiores da semiótica europeia (Hjelmslev e Greimas) adotados na concepção de texto, como objeto de estudo por excelência da semiótica, propõe-se a examinar o sistema subjacente à construção dos diferentes tipos de textos televisuais, apresentando então suas principais características tanto do ponto de vista estrutural, como de seus enquadramentos genéricos.

Todos dizem, e aqui se repete, que os produtos televisuais atualizam as funções atribuídas à mídia televisão: informação, educação, entretenimento. Mas esquecem de uma função inerente ao próprio fazer televisual: a função promocional (CASTRO, 2009). Tudo o que passa pela tela da televisão ganha destaque, propaga-se. E essa propagação foi se tornando cada vez maior com o aumento do âmbito de atuação da televisão, quer pela ampliação de cobertura de seu sinal, quer pela facilidade de aquisição dos aparelhos de televisão, que hoje estão presentes em 97,1% dos lares brasileiros.

Ora, se se considerarem os interesses comerciais da televisão no Brasil, onde as emissoras de televisão são, em sua maioria, empresas privadas que visam ao lucro, pode-se imaginar o emprego que as emissoras fazem da função promocional. Pode-se dizer, assim, que as emissoras de televisão procuram articular, de acordo com seus interesses, essas quatro funções na realização de seus produtos – os textos televisuais.

4.1 Das características estruturais

Os produtos veiculados pela mídia televisão, independentemente das funções, propósitos e estruturas que mobilizam, configuram-se como textos, ou seja, como fruto da relação contraída entre expressão e conteúdo. Mas trata-se de textos bastante complexos. Em primeiro lugar, porque recorrem a diferentes linguagens **sonoras** – a verbal, a musical, ruídos de todo o tipo, etc – e **visuais** – cenário, configuração dos atores, postura gestual e corporal, figurino, iluminação, etc –; em segundo, porque essas linguagens sonoras e visuais são presididas pelos meios técnicos de produção, circulação e consumo que acabam funcionando, em outro nível, como linguagens que sobredeterminam as primeiras.

Assim, os movimentos de câmera, por exemplo, têm que levar em conta as dimensões da tela onde as imagens serão exibidas, o que, de certo modo, determina a forma de operar com o campo visual em termos de profundidade, levando à priorização de enquadramentos do tipo *close-up* (plano fechado) ou *big close-up* (primeiríssimo plano). E agora essas produções devem atender ainda para telinhas mais reduzidas de celulares, *smartphones* e *tablets*, onde também são exibidos os produtos televisuais.

Além disso, as produções televisuais, mesmo as veiculadas ao vivo e em tempo real, são, de alguma forma, editadas: passam por diferentes tipos de enquadramentos, cortes e montagens, recorrendo a diversos modos de tratamento do espaço, do tempo, dos atores, a diferentes técnicas de composição das imagens, como congelamento/aceleração e a variados recursos de transição entre cenas – cortina, que sobrepõe imagens por meio do movimento; cortes secos, nos quais a passagem de cena ocorre de maneira brusca; fusão, que mistura a cena atual com a posterior, através de uma transição suave entre elas; *fades*, responsáveis pelo aparecimento (*fade in*) e/ou desaparecimento (*fade out*) gradual de uma imagem, entre outros.

Por outro lado, os textos televisuais estruturam-se, do ponto de vista discursivo, obedecendo às normas de funcionamento do televisual. Com isso se quer dizer que eles se submetem ao princípio da serialização: projetam suas narrativas cientes de que elas serão segmentadas por capítulos, episódios, edições, etc, e que cada uma de suas emissões será fragmentada em blocos, para os intervalos comerciais. Isso determina que suas narrativas estejam sempre em um movimento de construção de picos dramáticos, de tal forma que, quando termine cada uma das emissões de um programa, ou mesmo no interior delas, devido às fragmentações e interrupções, o telespectador permaneça cativo, na expectativa do que está por vir e não mude de canal, nem deixe de voltar no dia seguinte. E, se isso é bastante visível nos produtos pertencentes ao gênero ficcional, não é, de modo algum, privilégio deles, visto que programas de ordem factual ou simulacional também se submetem ao princípio da serialização e recorrem a essas estratégias de suspensão da narrativa. Assim, tendo em vista os seus propósitos comunicacionais midiáticos, ou seja, em última instância, a permanente interação com o telespectador, os textos televisuais recorrem a estratégias comunicativas e discursivas de várias ordens e níveis.

Omar Calabrese, no livro **A idade neobarroca** (1987), destaca algumas características das produções midiáticas que se aplicam particularmente à configuração dos textos televisuais, ou seja, que fazem parte do sistema de regras que preside a sua produção. Trata-se de procedimentos

estratégicos, aos quais Calabrese denomina de *figuras*, empregadas na feitura dos textos televisuais que, devido ao seu processo de produção, valorizam certas morfologias e dinâmicas.

Na esteira de Calabrese, pode-se dizer que o discurso televisual homologa certos procedimentos ou *figuras*, por ele apresentadas por pares. O primeiro desses pares de figuras é o **ritmo** e a **repetição** (CALABRESE, 1987, p. 41).

A produção discursiva televisual é fruto da repetição mecânica e otimização do trabalho, podendo ser configurada como uma estética da repetição. Há, segundo Calabrese (1987, p. 41), diferentes tipos de repetição. Existe na produção televisual: (1) uma repetitividade que é resultado da produção em série, a partir da adoção de matrizes, próprias do princípio da industrialização; (2) uma repetitividade que é resultado da aplicação de um mecanismo estrutural de generalização dos textos; (3) uma repetitividade que se estabelece como condição de consumo desses produtos por parte do público.

O primeiro tipo de repetitividade apontada por Calabrese é aquela decorrente da aplicação de um procedimento que possibilita a reprodução em série a partir de um protótipo, ou seja, a difusão de réplicas fundadas em um modelo que recupera tudo àquilo que deu certo, com pequenas variações organizadas – telenovelas, séries, seriados, *remakes*, entre outros.

O segundo tipo de repetitividade é aquele concernente à estrutura do produto: textos televisuais de diferentes ordens ou enquadramentos genéricos são conformados por uma mesma estrutura, serializada e fragmentada, a partir de um padrão que sempre se repete.

O terceiro tipo de repetitividade é concernente ao nível no qual, dentre a repetição, se estabelecem as diferenciações, oferecendo a opção e a possibilidade de variação, ou seja, de fuga da reiteração, de instauração da irregularidade.

Ora, cabe destacar mais uma vez que esses três tipos de repetitividades são bastante característicos da produção televisual, que precisa dar conta de suas realizações com rapidez, eficiência, e, se possível, qualidade, para se manter no ar 24 horas diárias, dia após dia. Daí a razão porque, devido à premência da instância de produção e realização, todos esses tipos de repetições são permeados por uma velocidade e ritmo insensatos.

O segundo par de figuras apontadas por Calabrese (1987, p. 62) é o **limite** e o **excesso**, no que se refere ao espaço de tratamento dos temas e de suas formas de expressão. O texto televisual não define com precisão seus limites, o que é interior ao texto, o que faz parte do tema abordado e o que é exterior a ele – o que faz parte da narrativa e o que é *merchandising* de toda a ordem.

Além disso, mesmo os elementos que ficam no interior ou limiar do espaço textual, oscilam entre a centralização, a descentralização e a excentralização. Já o excesso pode manifestar-se na forma de tratamento do tema – sexo, violência, horror –, embora ele não incida apenas sobre o conteúdo dos textos, mas também sobre as suas formas de expressão.

Outro par de figuras apontado por Calabrese (1987, p. 83) é o privilégio ao **pormenor** e ao **fragmento**, à ênfase no detalhe, à valorização da parte em detrimento do todo, bem característica de uma produção serializada, segmentada e fragmentada como a televisual. A ênfase no detalhe tem um caráter metonímico, possibilitando a reconstrução do sistema via fragmento, pormenor; mas o emprego excessivo desses procedimentos pode comprometer a recuperação do todo, pois, muitas vezes, o excesso de fragmentação e a ênfase no detalhe fazem com que se percam as coordenadas do sistema, que corre o risco de desaparecer.

Um outro par de figuras apontado por Calabrese (1987, p. 185) é a **distorção** e a **perversão** que são procedimentos muito próximos do que Barthes classifica como a *deformação* própria do processo de mitificação, a ser tratado mais adiante. Para Calabrese, essas figuras estão relacionadas com a conformação do espaço cultural, sujeito a forças externas, que o transformam, modificam, distorcem, fazendo com que a ordem das coisas e dos discursos torne-se perversa. O fazer televisual opera de modo a criar uma sincronia, onde passado e presente coexistem: recupera-se o passado, que ganha ares de atualidade; valoriza-se o presente, ampliando sua duração, em uma busca constante pela estabilidade.

Para além dos procedimentos estratégicos já referidos, existem outros diretamente relacionados ao seu processo enunciativo: os textos televisuais devem responder aos interesses de enunciadores de diferentes níveis, dando conta, simultaneamente, dos propósitos de uma empresa de caráter comercial que visa ao lucro; de uma emissora de televisão que visa construir sua identidade e imagem; e, finalmente, de uma equipe de realização – diretores, roteiristas, figurinistas, coreógrafos –, para quem as características e qualificação do produto realizado fazem parte de seu *portfólio*, abrindo-lhes novos espaços e oportunidades no mercado televisual.

Ora, na tentativa de corresponder a essas diferentes instâncias enunciativas, os textos televisuais recorrem a um outro tipo de repetição, àquela de caráter autopromocional: colam a todas suas narrativas um falar de si, da qualidade de seus profissionais e produtos, das ações sociais e culturais empreendidas, etc. E, nessa busca de autopromoção, recorrem,

sistematicamente, a dois procedimentos discursivos de caráter estratégico, que permeiam toda a produção televisual: a **metadiscursividade** e a **autorreflexividade**.

A metadiscursividade, compreendida como a referência que um texto televisual faz a um discurso anteriormente veiculado, funda-se

... em um procedimento de referenciação da ordem da recursividade; ou seja, é recorrente, volta-se para um outro discurso, pré-existente a ele, do qual ele fala, constituindo-se esse em condição de sua existência e em sua razão de ser (DUARTE, 2009a, p. 91).

Desse modo, o metadiscorso é responsável pela atualização de diferentes formas de relação intertextual entre um texto televisual e outros que o precedem.

Já a autorreflexividade consiste na referência que um texto faz à sua instância de enunciação, fazendo dela objeto de seu discurso. Trata-se de "*um procedimento de autorreferenciação da ordem da incidência: implica a presença de um sujeito que faça de si próprio objeto do discurso por ele mesmo produzido*" (DUARTE, 2009a, p. 91). No caso da televisão, constitui-se no falar da emissora sobre si própria – sobre seus fazeres, sobre seus profissionais, sobre seus produtos – em seus próprios espaços de veiculação.

As emissoras de televisão constroem-se como enunciativas discursivas no entrelaçamento de muitas vozes: é a partir do emprego dessas estratégias de metadiscursividade e autorreflexividade que emerge um **sujeito tevê**: só ele é suscetível de produzir um discurso sobre si próprio (...). Somente um sujeito que pode transformar a si próprio em objeto de seu discurso pode interpelar outros sujeitos (DUARTE, 2009a, p. 92).

Esses dois procedimentos discursivos normalmente aparecem articulados nas ações autopromocionais (CASTRO, 2009) empreendidas pelas emissoras de televisão que estrategicamente acionam a recursividade e a incidência, com a finalidade de conferir destaque à sua imagem; à qualidade e variedade de seus produtos; à competência de seu fazer, de seus profissionais e atores; à seriedade e consequência de seus posicionamentos e posturas; à sua consideração aos desejos e expectativas dos telespectadores. Cabe lembrar que esses dois procedimentos podem se manifestar pela utilização de diferentes estratégias discursivas, dentre as quais merecem destaque os processos de denotação/conotação/metalinguagem, já apontados por Hjelmslev que, de certa forma, estão subjacentes a diferentes tipos de intertextualidade.

Por outro lado, como já se referiu, devido à necessidade de interpelação do telespectador, a produção televisual utiliza-se de diferentes formas de manipulação, dentre as quais, merecem destaque os processos de mitificação. A mitificação é, segundo Barthes (2001, p. 150), um procedimento que *“não esconde nada e nada ostenta também: deforma; o mito não é nem uma mentira nem uma confissão: é uma inflexão”*.

Se é verdade que o processo de mitificação deforma o real, o acontecimento relatado, ele o faz, segundo Barthes, através do emprego de uma estratégia discursiva que transforma a história em natureza, apresentando os fatos como postos, como verdades indiscutíveis, sem recorrer a explicações racionais: é visivelmente uma forma de manipulação. De acordo com Barthes (2001, p. 163), o processo mitificador *“não nega as coisas; a sua função é, pelo contrário, falar delas; simplesmente, purifica-as, inocenta-as, fundamenta-as em natureza e em eternidade, dá-lhes uma clareza, não de explicação, mas de constatação”*. Ele constrói-se convocando, simultaneamente, os sentidos denotativo e conotativo das linguagens. Aos olhos do telespectador, trata-se de conteúdos fáceis de digerir, pois quem os constrói utiliza-se da estrutura do *álibi*: há um lugar pleno e um lugar vazio e sempre se podem fazer os conteúdos girarem entre esses dois espaços, e, assim, inocentarem-se. *“Pois esta fala interpelativa é simultaneamente uma fala petrificada: no momento em que me atinge, suspende-se, gira sobre si própria, e recupera uma generalidade: fica transida, pura, inocente”* (BARTHES, 2001, p. 146).

Barthes propõe a existência de diferentes figuras/procedimentos empregadas nesse processo de mitificação, tais como: **a vacina**, que consiste em confessar o mal accidental para melhor camuflar o mal essencial; **a omissão da história**, que consiste em falar sobre um tema despojando-o de toda a história; **a identificação**, que consiste em ignorar ou negar a diferença, transformando-a no mesmo (impossibilidade assumida de construção do outro, da diferença); **a tautologia**, que se constitui na definição do mesmo pelo mesmo, recorrendo à circularidade; **a quantificação da qualidade**, que consiste na redução de toda qualidade a uma quantidade; **a constatação**, que consiste na recorrência a verdades estratificadas, recusando o universalismo, a explicação, a lógica, tendendo para o provérbio, a máxima.

Na tentativa de construir seus textos com a velocidade necessária e a devida correspondência aos interesses de várias instâncias já citadas, os produtores/realizadores deslavada e reiteradamente recorrem a essas figuras/procedimentos/estratégias discursivas na construção de suas narrativas.

4.2 Dos programas televisuais: gêneros, subgêneros e formatos

Os produtos televisuais, textos/mensagens produzidos e/ou veiculados por uma emissora de televisão, em seu processo comunicativo, manifestam-se sob a forma de diferentes tipos de programas e peças promocionais, inseridas no interior da grade de programação, com o objetivo explícito de consumo por parte dos telespectadores.

Os programas correspondem aos produtos que uma emissora de televisão oferta ao consumo do telespectador; já as peças (auto)promocionais constituem-se naquele tipo de produto de caráter publicitário que garante o sustento da emissora. Assim, os programas são um tipo específico de produto televisual, dentre outros existentes – peças promocionais ou autopromocionais –, cujo propósito é informar, educar, entreter o telespectador.

Cada programa comporta um determinado número de emissões, fragmentos ou segmentos, que compõem o texto maior, materializado na totalidade do próprio produto. Mas, os programas diferenciam-se entre si, tendo em vista seus propósitos – informação, educação, entretenimento –; o mundo que tomam como referência; o regime de crença que propõem; o tipo de realidade discursiva que constroem.

Nessa perspectiva, as noções de gênero, subgênero e formato são extremamente relevantes para o campo dos estudos televisuais: embora os produtos televisivos sejam fruto de inúmeras mestiçagens em termos genéricos, eles precisam fornecer, de pronto, indicações ao telespectador de como ele deve interagir com o programa, das expectativas que deve ter em relação a ele. Com isso se quer dizer que, como os telespectadores assistem aos programas em meio às suas tarefas cotidianas, à vida familiar, ao trabalho, aos momentos de lazer, eles não dispõem de muito tempo para dotarem de sentido os produtos que lhes são ofertados. Daí por que os diferentes programas precisam fornecer-lhes já de início sua grade de leitura, dar-lhes indicações genéricas para que eles possam entender o que lhes está sendo proposto, sentindo-se, com isso, interpelados a participar. Aliás, é nessa perspectiva que os gêneros são uma forma de endereçamento.

Curiosamente, frente a premente necessidade de os telespectadores perceberem o universo de discurso em que estão ingressando, a maioria dos produtos televisuais não se enquadra em um único gênero: eles, de modo geral, são híbridos, articulando em seu texto características de diferentes gêneros e subgêneros. Em razão disso, a discussão sobre as questões genéricas em

televisão ganha destaque: se, de um lado, elas são responsáveis pela conformação geral dos produtos televisuais, ou seja, repetitividade de modelos, ofertando ao receptor indicações claras para sua leitura, de outro, devido a esse processo de hibridação, ou seja, possibilidade de variação, é a mistura de gêneros e subgêneros que confere identidade a cada produto, pois possibilita sua diferenciação.

4.2.1 Dos gêneros, subgêneros e formatos

A noção de gênero, teorizada inicialmente pelos estudos literários, para designar diferentes obras que compartilham semelhanças e/ou diferenças relativas à organização e estruturação interna de seu texto – componentes sintáticos, semânticos, formais, contextuais, entre outros –, tem sua origem na Antiguidade. Segundo proposições de Aristóteles e Platão, os textos poderiam ser classificados, de acordo com suas características, em três grandes gêneros: o narrativo ou épico, o lírico e o dramático, a partir dos quais, devido às suas distinções, seriam subdivididos em núcleos menores – os subgêneros. Cada um desses gêneros possui suas particularidades, obedecendo a formas de estruturações textuais diversas; todos eles, não obstante, comportam a articulação das dimensões de tempo, espaço e personagem.

Um gênero midiático é, assim, responsável pela articulação das diferentes linguagens no interior de um dado meio, a exemplo da televisão, cabendo-lhe, portanto, para além de estruturar recursos de expressão da ordem da comunicabilidade, a consideração às formas de organização dos gêneros precedentes, uma vez que eles estão sempre, em virtude de sua natureza cultural, em permanente transformação.

De acordo com Torres (2004), o gênero deve ser pensando tanto na perspectiva da produção, que define estrategicamente os modos de composição dos produtos televisuais, quanto na da recepção, que obriga à mobilização das referências necessárias à leitura indicada dos programas.

... o gênero se articula com a recepção em torno de um eixo cultural, no qual a recepção consegue identificar, reconhecer e valorizar um mundo cultural que é o seu próprio. No gênero, estão contidos os “códigos culturais” conhecidos pela recepção que, então, os “decodifica” e, ao seu modo e a partir de arranjos próprios, os incorpora e elabora de maneira complexa para construir os sentidos

simbólicos para satisfação de suas várias necessidades. Da mesma forma, para a produção, o gênero é um facilitador inteligível – na maioria das vezes consciente – para atrair e manter a atenção e a fidelidade do telespectador, ou da recepção (TORRES, 2004, p. 5).

Assim, a aplicação da noção de gênero à produção televisual tem dois intuitos: de um lado, servir de parâmetro para a realização dos produtos, ou seja, reiteração de modelos, e, mesmo, para a posterior análise das diferenças e semelhanças entre os textos televisuais; de outro, fornecer uma grade de leitura aos telespectadores que permita sua pronta interação com esses produtos.

Segundo Jost (2007), a diversidade de programas oferecidos pelas grades de programação das diferentes emissoras torna necessária a consideração ao sistema estruturante representado pelas categorias genéricas, pois ele possibilita ao receptor a identificação e o reconhecimento dos gêneros a que pertencem os produtos televisuais que lhes são oferecidos. Jost acredita que:

Todo gênero repousa sobre a promessa de uma relação com um mundo, cujo modo ou nível de existência condiciona a adesão ou a participação do receptor. Em outros termos, um documento, em sentido amplo, quer seja ele escrito ou audiovisual é produzido em função de um regime de crença visado pelo destinador e que não pode ser interpretado por aquele que o recebe sem uma ideia previsível do tipo de ligação que o uniu à realidade (JOST, 2007, p. 91).

Esses mundos funcionariam como arquigêneros, capazes de estabelecer as bases sobre as quais se estruturam os diferentes produtos televisuais, permitindo ao telespectador reconhecer a promessa básica do gênero. Os mundos propostos por Jost (2007) são: o *mundo real*, cujos elementos mobilizados pelos produtos televisuais possuem relação direta com a realidade; o *mundo fictivo*, que, embora possa mobilizar objetos e situações reais, apresenta-os revestidos por características ficcionais; o *mundo lúdico*, que se utiliza de elementos e situações tanto da ordem da realidade quanto da ficção.

Nessa mesma perspectiva, Duarte (2007, p. 1) acredita que “os gêneros funcionam, antes de tudo, como estratégias de comunicabilidade, e é como marca dessa comunicabilidade que se fazem presentes e analisáveis no texto”. Considerando essa proposição, pode-se melhor entender a adoção das concepções genéricas pelo campo das mídias, especialmente pela televisão: cada produto televisual é estrategicamente estruturado, com o objetivo de estabelecer modos específicos de comunicação com o público telespectador.

Segundo Duarte (2012b, p. 4), o gênero pode ser definido como uma “*macroarticulação de categorias semânticas capazes de abrigar um conjunto amplo de produtos televisivos que partilham umas poucas categorias comuns*”. Da ordem da **virtualidade**, a noção de gênero é considerada pela autora como uma categoria discursiva e cultural, responsável pela mobilização de determinadas regras e regimes de crença, dependentes do plano de realidade discursiva com que o texto opera. Assim, a produção televisual, tomando como referência o mundo real ou o simulado, pode construir quatro tipos de realidades discursivas: a **factual**, da ordem da metarrealidade; a **ficcional**, da ordem da suprarrealidade; a **simulacional**, da ordem da pararrealidade; e a **promocional**, da ordem da plurirrealidade, que hibridiza referências ao mundo real e ao mundo simulado. Com isso se quer dizer que os textos televisuais podem recorrer à configuração de quatro diferentes tipos de realidades discursivas: a **metarrealidade**, a **suprarrealidade**, a **pararrealidade** e a **plurirrealidade**.

Essas realidades discursivas são **atualizadas** sob a forma de subgêneros, que passam a reunir, via obediência a certas regularidades e características comuns, diversos programas, permitindo aproximações e distinções entre os produtos televisuais.

A noção de subgênero está, assim, no limiar do discurso. Oferece não só objetos de que ele pode falar, bem como um feixe de relações que funcionam como pré-requisito para que se possa nele ingressar enquanto prática discursiva e sócio-cultural. Assim, qualquer telespectador distingue um telejornal de um programa de entrevista, da mesma forma como identifica, até mesmo pelos horários de exibição, se se trata de um ou de outro (DUARTE, 2012b, p. 6).

É, assim, a noção de formato que permite a identificação e o reconhecimento das distinções entre produtos que pertencem a um mesmo subgênero. Isso porque o formato é da ordem da **realização**, ou seja, ele é o espaço onde se materializam as escolhas do sujeito enunciador, que conforma de maneira específica cada produto, distinguindo-os dos demais. “*Em verdade, o formato é o processo pelo qual passa um produto televisual, desde sua concepção até sua realização*” (DUARTE, 2012b, p. 6); o formato é o espaço onde a repetitividade se permite variações. É durante esse processo que se manifestam as opções temáticas e figurativas, bem como os procedimentos de temporalização, espacialização, actorialização e tonalização selecionados.

Assim, é através do formato que o telespectador identifica o produto que lhe está sendo ofertado, que toma posse da grade de leitura que possibilita sua interpretação, adequada aos

interesses da instância enunciativa/produzora. Nessa grade de leitura, o tom desempenha papel relevante, sendo o responsável pela “*conferência do ponto de vista a partir do qual a narrativa de uma emissão quer ser reconhecida*” (DUARTE, 2007, p. 6).

4.2.1.1 Do gênero factual

O gênero factual é da ordem da **metarrealidade**, um tipo de realidade discursiva construída e veiculada pela televisão a partir de uma referência direta ao mundo natural, ou seja, ao real, mundo exterior à mídia sobre o qual a televisão não detém o controle (DUARTE, 2012b).

Com isso se quer dizer que a metarrealidade é uma construção discursiva com base na pretensão de uma relação de correspondência direta e explícita entre o mundo real e a narrativa, estando comprometida com a veracidade e a fidelidade do relato. Assim, embora a televisão não detenha o domínio dos fatos e/ou dos acontecimentos, o discurso por ela construído deve, em princípio, ter um caráter fidedigno, ou seja, verídico em relação aos fatos que relata. É, nessa perspectiva, que o gênero factual agrupa distintos produtos televisuais, propondo como regime de crença a *veridicção*.

A atualização do gênero factual pode ocorrer através de diferentes subgêneros, dentre os quais se destacam o telejornal, o documentário, a reportagem, a entrevista, o debate, o plantão de notícias.

Embora o gênero factual tome como referência o mundo natural, isso não significa, evidentemente, uma equivalência entre o fato real e o acontecimento, tendo em vista que esse último se trata de uma construção discursiva que se submete a lógicas próprias do discurso proposto, no caso, pela própria empresa midiática. Como já se referiu, a produção televisiva é cuidadosamente planejada, levando em conta, entre outros desdobramentos, os alinhamentos políticos, ideológicos, partidários e os interesses econômicos que presidem a produção e a recepção dos produtos.

Desse modo, qualquer produção ligada ao gênero factual deve ser observada a partir da perspectiva, dos interesses e das escolhas operadas em sua instância de enunciação, que considera sempre, e, em primeiro plano, os interesses da empresa televisiva. São essas escolhas que determinam, por exemplo, a seleção das notícias, a inclusão e/ou a exclusão de fontes de

informação; a apresentação de uma ou mais versões para um relato; a possibilidade de presença de múltiplas vozes ou o silêncio de todas elas. Os fatos não falam por si só: os relatos pertencentes ao gênero factual são discursos assumidos e estruturados por uma instância de enunciação a cujos interesses eles respondem.

4.2.1.2 Do gênero ficcional

O gênero ficcional é da ordem da **suprarrealidade**, um tipo de realidade discursiva construída e veiculada pela televisão que não possui compromisso direto com o mundo natural, mas com a coerência interna do relato produzido (DUARTE, 2012b).

Com isso se quer dizer que a suprarrealidade é uma construção discursiva que, embora tome como referência o mundo natural, não lhe deve uma correspondência direta. Ela é, assim, um espaço em que a televisão pode exercer livremente sua criatividade, visto que seu compromisso é com a mera semelhança ao real. Trata-se de um discurso que se mede por sua coerência interna; é ela que o torna credível e aceitável pelos telespectadores. É, nessa perspectiva, que o gênero ficcional agrupa distintos produtos televisuais, propondo como regime de crença a *verossimilhança*.

A atualização do gênero ficcional ocorre através de diferentes subgêneros, dentre os quais se destacam as telenovelas, os *sitcoms*, as séries e os seriados.

Embora o gênero ficcional se organize a partir de regras próprias tanto da ficção como da televisão, levando em conta os diferentes interesses e direcionamentos impostos pelas empresas midiáticas, isso não significa que ele não busque a semelhança com o real, mundo natural. No que se refere à semelhança entre o discurso ficcional e o real, ela se sustenta no emprego de diferentes estratégias discursivas que passam pela(s) temática(s) abordada(s), pela construção dos personagens, pela referência a acontecimentos, fatos e situações, pela conformação espacial e organização cenográfica, entre outras.

Há, não obstante, inúmeras distinções entre os diferentes subgêneros que atualizam o gênero ficcional, concernentes à dimensão das narrativas, à sua forma de construção (obra aberta ou fechada) e de estruturação, à tonalidade que lhe é conferida, etc, responsáveis pela construção do tom dramático, humorístico, de suspense, entre outros.

4.2.1.3 Do gênero simulacional

O gênero simulacional é da ordem da **pararrealidade**, um tipo de realidade discursiva construída e veiculada pela televisão que toma como referência um mundo paralelo, construído no interior do meio e sobre o qual a televisão detém o controle, estabelecendo regras específicas de funcionamento – o que pode e o que não pode ser feito (DUARTE, 2012b).

Com isso se quer dizer que a pararrealidade é uma construção discursiva que se propõe a uma correspondência entre o mundo simulacional, uma construção do meio, e o discurso. Ela é, assim, um espaço sobre o qual a televisão detém um duplo controle, tanto no que concerne aos próprios acontecimentos, como no que sobre eles vai veicular. É, nessa perspectiva, que o gênero simulacional agrupa distintos produtos televisuais, propondo como regime de crença uma *hipervisibilização* que equivaleria à veridicção.

A atualização do gênero simulacional pode ocorrer através de diferentes subgêneros, dentre os quais se destacam *reality shows*, jogos, concursos de todo tipo e competições nas quais os participantes se submetem a provas, testes físicos, psicológicos, de conhecimentos, com vistas a premiações variáveis.

Embora o gênero simulacional tome como referência o mundo paralelo, construído no interior do meio, isto não significa, reitera-se, uma equivalência entre esse mundo e o discurso que é dado a ver ao telespectador. A seleção e edição das imagens obedecem a critérios e interesses, configurando o ponto de vista adotado pela emissora. Muitas vezes, trata-se de um discurso organizado com vistas a permitir a participação do telespectador, responsável então por decidir os desdobramentos dos programas, mediante votação.

4.2.1.4 Do gênero promocional

O gênero promocional é da ordem da **plurirrealidade** (DUARTE; CASTRO, 2014), da **confluência**, um tipo de realidade discursiva construída e veiculada pela televisão que se sente autorizada a convocar as demais, a tomar como referência direta e/ou indireta tanto o mundo natural, real, como o mundo paralelo.

Com isso se quer dizer que a plurirrealidade é uma construção discursiva híbrida, que não tem compromisso com correspondências e, muitas vezes, tampouco com a coerência do discurso. Ela é, assim, um espaço de exercício da criatividade, da liberdade de combinatórias, liberdade essa que, não obstante, se submete irreversivelmente ao exercício da função que se propõe – a promoção. É, nessa perspectiva, que o gênero promocional agrupa distintos produtos televisuais, propondo como regime de crença a *veridicção*.

A atualização do gênero promocional agrupa diferentes subgêneros de produtos televisuais que obedecem ao princípio geral da publicização, sendo construídos com a finalidade precípua de divulgação, tais como a publicidade, a propaganda, o *merchandising* comercial e social, o *marketing* social, a autopromoção.

O detalhamento aqui realizado do gênero promocional foi julgado necessário tendo em vista as características do objeto empírico de análise desta tese, que, ao longo de sua trajetória de permanência no ar, vem recorrendo, de forma cuidadosamente planejada, à articulação de diferentes ações promocionais, bem como e principalmente autopromocionais de caráter social, concernentes à imagem e marca que a emissora deseja projetar.

O discurso promocional aproveita-se do fato de que tudo o que passa pela televisão ganha notoriedade, destaque, visibilidade, projeção, publicização. Ciente de sua capacidade de divulgação, a televisão dele se aproveita para obter um duplo benefício: a venda de espaços para a promoção de marcas, produtos, serviços, conceitos de anunciantes externos ao meio; a ocupação de outros tantos espaços para a divulgação da própria identidade, imagem, marca, programação e produtos da emissora, com o intuito de conferir visibilidade aos seus fazeres e atrair o telespectador. É essa busca incessante da televisão de obter vantagens com a utilização da função promocional que dá origem ao gênero promocional, cujo caráter é sempre interesseiro.

O objeto do discurso promocional pode ser exterior à televisão, ou constituir-se na própria empresa televisiva e/ou nos produtos e serviços por ela veiculados. Assim, não somente as empresas de *marketing* e publicidade, como também as próprias emissoras de televisão se utilizam do gênero promocional com objetivos bem definidos: o desenvolvimento permanente de ações promocionais com vistas à divulgação de ideias, concepções, pessoas, instituições, marcas, produtos e/ou serviços.

As ações promocionais, materializadas no discurso promocional, são resultado de projetos de atuação midiática cuidadosamente planejados e estrategicamente executados com a finalidade

de obtenção de algum tipo de lucro ou vantagem – econômica, social, política e/ou simbólica –, podendo manifestar-se sob a forma de diferentes subgêneros e formatos pertencentes ao gênero promocional e adotando diferentes dimensões.

Segundo Castro (2007a), há no promocional uma dimensão *stricto sensu*, que se expressa através de subgêneros e formatos tradicionais que ocupam espaços intervalares entre os programas, e uma dimensão *lato sensu*, que se manifesta de forma mais sub-reptícia, inserindo-se no interior dos próprios programas.

Assim, dependendo do subgênero e do formato adotado e de suas formas de inserção na grade de programação, os textos *promocionais* podem ser considerados *autônomos*¹⁷, quando ocupam os espaços intervalares entre emissões de programas ou blocos de uma mesma emissão, ou *difusos*, quando são inseridos no interior de um produto televisual (CASTRO, 2007a).

Segundo Schiavo (*apud* TRINDADE, 1998, p. 5), a execução de uma ação de *merchandising* comercial (texto promocional difuso) apresenta-se através de quatro modelos de realização: **a menção no texto**, quando há referência ao produto, serviço, marca, empresa, instituição, ideia ou conceito no diálogo entre personagens; **o uso do produto ou serviço**, quando ocorre a demonstração visual da utilização do produto ou serviço por um ou mais personagens; **a apresentação conceitual**, quando um personagem explica verbalmente para outro vantagens, atributos, ideias, conceitos, relevâncias, preços, entre outros aspectos de um produto, marca, serviço, empresa; **o estímulo visual**, quando existe uma ênfase visual, através da movimentação de câmera, conferindo destaque ao produto, serviço, marca, empresa, ideia, conceito.

As formas de promoção especificamente empregadas pela televisão para se autorreferenciar, tanto nos espaços intervalares, quanto no interior dos produtos televisuais, independentemente do gênero e subgênero a que pertençam são examinadas com mais detalhe na próxima seção, dedicada ao exame da autopromoção.

¹⁷ A televisão brasileira adota durações específicas para as peças intervalares, com vistas a facilitar o processo de inserção nos espaços comerciais. Assim, embora o anúncio de 30 segundos seja o mais usual, há ainda a possibilidade de inserção de peças de 15'', 45'', 60'' e, até mesmo, 180''.

4.2.1.4.1 Sobre a variante autopromocional

O que aqui se denomina autopromocional, na falta de denominação mais apropriada, nada mais é do que uma variação do gênero promocional, referindo aqueles subgêneros televisuais em que a televisão faz de si objeto de seu próprio discurso com a finalidade de se autopromover, de divulgar sua imagem e marca, seu fazer, seus produtos.

Eco talvez tenha sido o primeiro autor a perceber a vocação que a televisão tem de se utilizar da função promocional em benefício próprio. Em um artigo memorável, *TV: a transparência perdida*, ele chama a atenção para a principal característica daquilo que denomina neotevê. Segundo esse autor, a nova televisão, apesar de ter condições de ser uma janela para o mundo, fala:

... sempre menos do mundo exterior. Ela fala de si mesma e do contato que estabelece com o próprio público. Não interessa o que diga ou sobre o que ela fale (...). Ela, para sobreviver a esse poder de comutação, procura entreter o espectador dizendo-lhe “eu estou aqui, eu sou eu e eu sou você” (ECO, 1984, p. 182-183).

Com o passar dos anos, essa tendência de falar de si própria não só se intensificou – afinal, é muito mais fácil e tranquilizante voltar-se para si própria e falar de um mundo sobre o qual se detém absoluto controle –, como assumiu a forma de ações cuidadosamente planejadas – afinal, a televisão precisa vender a sua imagem, a sua marca, bem como os produtos que disponibiliza ao mercado televisual para o telespectador/consumidor.

Inspirada em Castro (diferentes obras), Ternus (2013) sugere a utilização da denominação **gênero autopromocional**, que nada mais é do que uma variante do gênero promocional¹⁸, que dele se distingue quanto:

(1) **à finalidade**, divulgação de ideias, conceitos, identidade, marca, produtos de uma emissora de televisão; (2) **à natureza do sujeito produtor**, sempre interno à mídia televisão; (3) **ao efeito pretendido**, internalização, por parte do telespectador, de identidade, imagem e marca, e/ou consumo, de ideia/conceito, produto, programação; (4) **aos espaços ocupados para sua difusão**, intervalares

¹⁸ A noção de gênero promocional, que envolve os conceitos de promocionalidade e autopromocionalidade, vem sendo construída e problematizada por Castro, em diferentes obras. Para uma ampliação dessa discussão, sugere-se o artigo *Do gênero ao formato promocional televisual*, que se constitui como base para essa reflexão (indicado na seção 8, Referências necessárias).

(peças autônomas) ou inseridos no interior dos programas (inserções); (5) à **configuração adotada**, assumida, explícita, ou subreptícia, implícita, de autopromoção (TERNUS, 2013, p. 47).

É, assim, esse permanente e descarado falar de si, tão característico da televisão, que define a autopromoção: não se trata da mera publicidade de empresas, marcas, produtos e serviços, mas da divulgação que as próprias emissoras de televisão fazem do seu fazer, de sua identidade, imagem e marca, dos produtos que colocam no mercado, movidas por seus interesses comerciais, sociais, políticos, ideológicos. Desse modo, as ações autopromocionais correspondem a:

... um conjunto de movimentos estratégicos, empreendidos pela emissora, no interior da sua programação, para se mostrar ao público. São ações sistemáticas, quase onipresentes, que se direcionam tanto à divulgação de seus produtos ou serviços, como à propagação de sua marca e imagem no mercado (CASTRO, 2009a).

Sim, porque o sucesso das ações autopromocionais está estreitamente ligado à construção da identidade de uma emissora. As emissoras precisam instituir-se enquanto sujeitos, pois só um sujeito, dotado de identidade, pode interpelar os outros. Segundo Duarte (2013c, p. 3), toda emissora de televisão *“precisa constituir-se como sujeito, dotar-se de identidade, imagem e marca, enfim, construir-se discursiva e estrategicamente como enunciadora”*, para poder interpelar e atrair os telespectadores.

A identidade é, assim, uma construção discursiva de caráter promocional que ganha configuração *“a partir da seleção e atribuição de uma série de traços com função distintiva que passam então a caracterizá-la”* (STRASSBURGER, 2012, p. 24), manifestando-se por meio da projeção, operada pelo enunciador, da imagem que quer ver introjetada pelos receptores.

Esse discurso autopromocional, cujo objetivo é a construção identitária da emissora, funda-se, segundo Landowski (2002, p. 2), no reconhecimento da diferença, que *“permite constituir como unidades discretas e significantes as grandezas consideradas e associar a elas, não menos diferencialmente, certos valores”*.

No seu permanente processo de constituição identitária, as emissoras de televisão procuram diferenciar-se umas das outras via atribuição de traços distintivos que perpassem todas as suas ofertas na grade, ou seja, que estejam presentes em todos os produtos televisuais por elas exibidos. Ainda que cada produto construa sua própria identidade, eles precisam estar alinhados

com os valores configuradores da identidade da emissora. Nessa perspectiva, conforme Duarte (2013c, p. 1), é necessária “*a unificação das diferenças entre os diversos programas*”. Assim, cada emissora procura, através do discurso promocional, manifesto sob diferentes subgêneros, não só estabelecer distinções em relação às demais, como submeter suas ofertas a um denominador comum capaz de fazer com que os telespectadores se sintam verdadeiramente interpelados, justificando suas escolhas e preferências.

A imagem de uma emissora de televisão é projetada com base em sua identidade. Ora, tanto a construção da identidade como a da imagem são operações discursivas que se dão no âmbito das próprias empresas de televisão, mobilizando esforços na consolidação daquilo que lhes interessa: a imagem “*é o resultado de significados simbólicos percebidos e atribuídos a essa marca ou produto*” (BLESSA, 2011, p. 18).

Ao projetarem sua imagem, as emissoras de televisão precisam projetar também a imagem do seu telespectador, para que eles se reconheçam, se sintam interpelados; para que tenham condições de introjetar essa imagem e relacioná-la com a emissora que a veicula. É também através da projeção de uma imagem, dessa vez do telespectador, que a televisão define os públicos-alvo de cada um de seus programas; somente aqueles capazes de introjetá-la se identificam e se sentem interpelados.

Desse modo, a constituição da identidade e a projeção da imagem e marca de uma emissora de televisão são fruto de um cuidadoso planejamento com vistas a atender diferentes interesses. As ações autopromocionais, planejadas com o objetivo de configurar e reiterar a identidade, imagem e marca de uma emissora de televisão e/ou de seus produtos e fazeres, manifestam-se sob a forma de diferentes subgêneros, ligados ao gênero autopromocional, podendo configurar-se como peças únicas ou campanhas contendo inúmeras peças autopromocionais, que podem se atualizar por meio de diferentes subgêneros e formatos. Daí por que, com o intuito de atrair e surpreender o telespectador, as instâncias de produção e veiculação dessas ações experimentam permanentemente novos subgêneros e formatos.

Estudiosos como Castro (2009) e Duarte (2009b) identificam dois tipos de ações autopromocionais: (1) as de caráter **direto e assumido**, que evidenciam seu objetivo, a exemplo das vinhetas, das chamadas de programação, de produtos que se propõem a destacar os fazeres, os programas e profissionais de uma emissora de televisão; (2) as de caráter **implícito e sub-**

reptício, que não assumem sua intenção, mas se manifestam através do privilégio a determinadas temáticas, da postura ideológica assumida pela emissora, etc.

Inspirada nessas autoras, Ternus (2013, p. 47-50) propõe uma classificação dos subgêneros autopromocionais que pode ser assim sintetizada:

- (1) **Chamadas:** peças autopromocionais veiculadas de forma autônoma nos espaços intervalares da programação, ou inseridas no interior de emissões de programas, com a finalidade assumida/explicita de divulgação de marca, programa ou programação de uma emissora de televisão e de interpelação do telespectador ao seu consumo, podendo assumir o formato de: chamada da programação; chamada de programa; chamada do tipo vinheta de abertura ou intervalo de programa de televisão.
- (2) **Inserções ou entradas:** peças autopromocionais veiculadas no interior de emissões e/ou programas com a finalidade explícita/assumida ou sutil/subreptícia de divulgação de campanhas, realizações, produtos, conceitos, profissionais da emissora, etc e de interpelação do telespectador ao seu consumo, podendo assumir o formato de: inserção de profissionais da emissora no interior de emissão de programa; sobreposição da marca; emissões de programa; fragmento e/ou bloco em emissão de programa; retificação.
- (3) **Propagandas intervalares:** peças autopromocionais, exibidas de forma isolada com a finalidade assumida/explicita de divulgação de informações, ideias, conceitos, celebrações, etc, além da imagem/marca e de interpelação do telespectador ao consumo, podendo pertencer a diferentes tipos de campanhas institucionais, de caráter social, ideológico, comemorativo, veiculadas especificamente nos espaços intervalares – entre as emissões de programas ou entre os blocos de uma mesma emissão, que podem adotar formatos mais breves ou de programete.

Além desses três grandes subgêneros identificados por Ternus (2013), propõe-se aqui um quarto, cuja denominação, sugere-se, seria **protagonização de programas**. É preciso dizer que Ternus (2013) compreende a protagonização de programas como um tipo de inserção ou entrada. Não se concorda, entretanto, com o fato de que uma ação promocional, objeto da totalidade de um programa possa ser chamada de uma mera inserção, visto que a emissora está propondo muito mais do que uma entrada no interior da emissão de um programa com a finalidade autopromocional: trata-se do desenvolvimento de uma narrativa em que a emissora de televisão é o próprio objeto de seu discurso, emissão após emissão de um mesmo programa¹⁹. Assim, propõe-se um quarto subgênero que pode ser assim definido:

¹⁹ Esse é o caso do **Vídeo Show**, programa que, direta e assumidamente, tem como tema central a Rede Globo de Televisão, seus atores e profissionais, bem como os produtos por ela disponibilizados ao mercado.

- (4) **Protagonização de programas:** produtos autopromocionais, exibidos sob a forma de programa com a finalidade assumida/explicita ou implícita/sub-reptícia de divulgação de ideias, conceitos, identidade, imagem, marca, artistas, profissionais, produtos de uma emissora de televisão e de interpelação do telespectador ao consumo, que podem pertencer a diferentes subgêneros televisuais.

Ternus (2013) acredita ainda que as inserções autopromocionais possam assumir duas formas de configuração:

... as **inserções autopromocionais diretas**, ou seja, aquelas que visam promover a identidade, a imagem, a marca, a programação, os produtos da própria emissora de televisão; e as **inserções autopromocionais indiretas de caráter social**, ou seja, aquelas que visam promover e divulgar ideias, valores sociais, e, indiretamente, a própria imagem da empresa de televisão (TERNUS, 2014, p. 45).

No caso específico da protagonização de programas, pensa-se que a ação autopromocional também possa ser **direta/assumida** ou **indireta**, manifestando-se então sob duas variantes: **indireta de caráter social**, que se realiza através da produção de um programa cujo tratamento temático tem por propósito suscitar discussões sobre determinados temas com o objetivo de evidenciar a posição ideológica, valores e conceitos defendidos pela emissora; e **indireta de caráter comercial**, que se realiza através da produção de um programa cujo tratamento temático não está, necessariamente, comprometido com a posição ideológica, valores e conceitos defendidos pela emissora, mas visa levar ao consumo de seus produtos²⁰. Assim, os programas autopromocionais (protagonização de programas) manifestam as intenções da empresa midiática quer assumidamente, quer de forma indireta.

As ações autopromocionais de caráter social empreendidas por determinados programas tem como propósito o fomento da reflexão, não se limitando a evidenciar os problemas, mas procurando apresentar alternativas para sua solução. De certa forma, indicam *"estratégias de ação simples, eficazes e de fácil aplicação pelos telespectadores em seu cotidiano. Neste contexto, também se destacam a variedade e natureza das questões abordadas"* (SCHIAVO, 2002, p. 3). Seu intuito é provocar mudanças de posicionamento e novos direcionamentos, em conformidade com as expectativas do público telespectador.

²⁰ Em alguns casos, os convidados eventuais dos programas são atores da Rede Globo, mas desempenham determinados papéis sociais que não estão, direta e necessariamente, ligados à emissora. Nessa situação, trata-se de outra forma de autopromoção da emissora que não a direta, nem a de caráter social.

4.3 Da permanência dos programas na grade

Os programas televisuais, independentemente dos gêneros, subgêneros e formatos adotados, nunca se restringem a desempenhar apenas uma das funções atribuídas à televisão – informação, educação, entretenimento, promoção –; ao contrário, enfatizam alguma dessas funções, dentre as demais, convocam, normalmente, todas.

Da mesma forma, e talvez por isso mesmo, dificilmente um produto televisual se enquadra em apenas um gênero ou subgênero televisual; os programas normalmente mesclam o factual, o ficcional, o simulacional, o promocional, embora as emissoras os classifiquem e veiculem como se eles pertencessem a um único subgênero.

Vale ainda lembrar que, devido ao modo de funcionamento da televisão, em princípio, quanto mais tempo um produto fica no ar, mais ele tem condições de fidelizar os telespectadores, que se acostumam com a reiteração daquela oferta, nos mesmos dias e horários.

Por outro lado, a criação e lançamento de um programa é sempre muito dispendiosa. Dessa forma, se, como já se referiu, existem programas, dependendo de seu gênero/subgênero, com data de término previamente definida, como é o caso das telenovelas, a grande maioria deles é realizada para permanecer indefinidamente na grade de programação. E cabe ressaltar que mesmo no caso das telenovelas, embora as narrativas depois de algum tempo finalizem, os espaços a elas destinados permanecem reservados para a próxima, que inicia imediatamente após o término da anterior. Isto porque o que verdadeiramente causa prejuízo a uma emissora é equivocar-se quanto ao lançamento de um programa que não obtenha empatia com o público e, conseqüentemente, não atinja, em termos de expectativa, a audiência pretendida. Além disso, devido ao desgaste, ao longo do tempo, que vão sofrendo alguns programas, ocorre um afastamento dos telespectadores. E, com pouca audiência, os valores dos espaços comerciais destinados à publicidade caem, o que uma emissora não pode tolerar, pois depende dessa verba para sua sobrevivência.

Assim, as grades de programação das emissoras de televisão comportam produtos lançados para permanecerem no ar indefinidamente, com pouca ou nenhuma variação, a exemplo dos telejornais. Esse subgênero, pertencente ao gênero factual, principalmente no caso específico da RGT, embora estruturado em diferentes formatos, dependendo do horário em que são apresentados, possui um atributo que garante a aceitação por parte dos telespectadores: os

telejornais representam os principais espaços de veiculação de informação da emissora. Mas, de acordo com o horário do dia em que são exibidos, os telejornais podem recorrer a determinadas estratégias que tornem sua audiência mais interessada. No início das manhãs, as informações, muitas delas requentadas, são mais pontuais, relacionadas a esclarecimentos a respeito do que já aconteceu, ou está ocorrendo naquele momento, para que, assim, as pessoas possam adequar suas atividades ao que é pauta em sua cidade ou região. O horário do meio-dia traz, geralmente, conteúdos atualizados, do *em-se-fazendo*, apresentados em um tom mais leve e descontraído, o que se percebe, inclusive, pela postura adotada pelos jornalistas da bancada, que se dirigem ao telespectador com mais proximidade. Os telejornais da noite adotam um tom mais sério. É a hora de fazer um balanço dos acontecimentos relevantes à sociedade: economia, política, segurança, entre outros. Mas uma coisa é certa, como as emissoras de televisão dificilmente estão dispostas a abdicar de sua função informativa, em que pesem as concessões e adequações necessárias a cada faixa horária, os telejornais vão permanecer no ar.

Outros produtos televisuais que normalmente fazem parte das grades de programação das emissoras, permanecendo indefinidamente no ar, são aqueles voltados ao entretenimento, como, por exemplo, os programas de auditório e alguns seriados, cuja estrutura permite que fiquem indeterminadamente. Seu tempo de permanência é ampliado através do emprego de estratégias da ordem da correção/alteração de percurso, da atualização/substituição do elenco, da introdução de novos quadros, da reformulação de vinhetas e chamadas, da retificação de propósitos e até mesmo da estrutura do programa.

Tais alterações são visíveis em programas de auditório como **Domingão do Faustão** e **Caldeirão do Huck**. O **Domingão**, ao longo dos anos, vem sofrendo uma redução significativa em termos de duração, ocupando, atualmente, apenas 2h50min das tardes de domingo²¹. Além disso, ambos os programas estão em um constante processo de modificação/invenção de quadros, na tentativa de atualizar e atender aos interesses dos telespectadores. Assim, o que vem se mantendo, ao longo dos anos, é a presença do condutor/apresentador – que, aliás, nos dois casos, confere nome ao programa.

Com vistas a garantir a audiência e, desse modo, a permanência do programa no ar, em alguns casos, a RGT opta pela recuperação de produtos que obtiveram êxito. Foi o que aconteceu, por exemplo, com o seriado **A grande família**, que havia tido uma primeira edição nos anos

²¹ O programa já teve, nos anos 90, duração aproximada de 6 horas.

1970, e que, a partir de 2001, ganhou nova roupagem na tela da Globo, permanecendo durante quinze anos na grade fixa de programação da emissora. Nesse caso em específico, a manutenção do programa não foi mais possível em virtude do envelhecimento dos atores, que passaram a não condizer mais com a proposta de composição dos personagens. Restou apenas como solução a substituição do programa por outro. Mas, na maioria das vezes, antes de retirar do ar, tentam-se vários tipos de alteração de percurso, a exemplo do que vem acontecendo com **Malhação**, produto veiculado pela RGT desde 1995, que é apresentado por fases independentes umas das outras – cada qual com sua história, seus personagens, seus conflitos.

A Globo lança também alguns produtos, sob a forma de quadros e/ou emissões únicas, especiais, com a finalidade precípua de testar a audiência: dependendo da aceitação por eles obtida, podem ser inseridos na grade de programação em caráter mais permanente. Nesses casos, o produto vai ao ar por temporadas e/ou edições.

Além das alterações no que concerne à realização e veiculação dos programas – reconfiguração de cenário, agregação e substituição de atores, ampliação e reposicionamento de câmeras, etc –, percebe-se atualmente um grande esforço por parte das emissoras com vistas a uma maior interação com o público, seja através de convocações à sua participação no interior do próprio texto do programa, seja através de manifestações em outras plataformas, a exemplo da *internet*. Esse convite à participação é mais expressivo em produtos do gênero simulacional, cujo desfecho acaba sendo legitimado pela intervenção do público, a exemplo do que acontece nos *reality shows*, como **Big Brother Brasil**, **The Voice**, **Fama**, **Super Star**, que conferem ao telespectador o poder de decisão sobre quem deve permanecer, quem é o vencedor, etc. Mas o **Domingão do Faustão** também vem recorrendo, em alguns de seus quadros, ao voto do telespectador.

Aliás, essa premente necessidade de interação com o público telespectador tem alterado a produção televisual, determinando, muitas vezes, mudança de percurso nos programas: a noção de obra aberta, como marca da telenovela, é, na verdade, extensiva a outros produtos televisuais, que consideram a opinião dos telespectadores nas tomadas de decisão e encaminhamento das produções²².

²² A participação no 9º **Seminário Temático Intercom – Novas Narrativas na Comunicação Contemporânea**, realizado em 2015, nas dependências dos Projac (RJ), permitiu a compreensão de algumas alterações que vem sendo realizadas pela emissora, concernentes à construção das narrativas, que afetam diretamente o processo de produção dos produtos televisuais.

A recorrência a reformulações, de diferentes ordens, é, portanto, uma ação estratégica que vem se expandindo em direção a produtos televisuais pertencentes a diferentes subgêneros. Afinal, são essas alterações que garantem a manutenção no ar de diferentes programas, a exemplo do **Fantástico**, exibido desde 1973, do **Vídeo Show**, exibido desde 1983, e do **Mais Você**, exibido desde 1999. Todos eles, ao longo dos anos, foram sofrendo modificações, de modo a poderem continuar correspondendo aos interesses dos telespectadores.

A cobertura esportiva realizada por Tadeu Schimidt, jornalista experiente, apresentador e comentarista do **Fantástico**, especialmente no que se refere ao futebol brasileiro, talvez seja o que melhor ilustra as alterações sofridas pelos produtos com o objetivo de manter o telespectador cativo e interessado: ao mesmo tempo em que é entretenimento, o esporte também é informação. Hoje essa cobertura adotou uma nova forma de narrativa dos gols, que vêm acompanhados de relatos e revestidos por diferentes efeitos sonoros e visuais – como, por exemplo, a comparação dos goleiros a gatos, quando realizam defesas impressionantes, e a inserção do prêmio Mustela, concedido ao jogador que cometeu o maior “furo” nos jogos do final de semana.

Vale mencionar, ainda, a utilização de recursos visuais, a exemplo da animação, como forma de manter o público atento à informação e, ao mesmo tempo, entretido (empregada na composição das tabelas de classificação do Campeonato Brasileiro de Futebol, na qual cada clube é representado por um cavalo de corrida e, a cada nova fase, todos são posicionados nas suas canchas, conforme a posição ocupada na classificação geral). A inserção de quadros também tem sido recorrente nas coberturas esportivas, a exemplo do *Bola Cheia e Bola Murcha*, que se tornou um sucesso, por permitir que os telespectadores participassem, mediante o envio de seus vídeos. Com esse quadro, partidas amadoras²³ de todo o Brasil ganharam espaços na tela, repercutindo também nas redes sociais.

Esses exemplos demonstram que a informação, da ordem do factual, pode revestir-se de entretenimento ou vice-versa, recorrendo ao ficcional, com o objetivo de atrair, cativar e entreter: mesclam-se gêneros para tornar o produto televisual mais atraente e interessante ao telespectador. E são essas alterações que garantem o sucesso e a manutenção dos programas no ar.

É, assim, apostando na recorrência a inúmeras mudanças e alterações de percurso, que as emissoras de televisão intentam fazer com que os programas permaneçam indefinidamente em suas grades de programação.

²³ As partidas amadoras são comumente conhecidas como *peladas*.

5 Da metodologia de análise

A presente seção, considerando as indagações, hipótese e objetivos da pesquisa, apresenta o percurso metodológico adotado na análise do objeto empírico de investigação, o programa **Esquenta!**.

Como se vem ressaltando, a pesquisa realizada procura respostas para algumas questões formuladas sobre a trajetória dos produtos televisuais, indagando-se sobre *quando, como e por que* são operadas transformações de caráter estrutural em um produto televisual, modificando suas funções, proposta e trajetória na programação de uma emissora. De que forma essas alterações incidem sobre a identidade do programa e da própria imagem e marca de uma emissora de televisão?

A investigação parte da hipótese de que muitos programas televisuais, dependendo do subgênero a que pertencem, na tentativa de se manterem no ar, operam, ao longo de seu percurso de existência, transformações estruturais e/ou adotam novas configurações: articulam outros contextos, propõem novas temáticas, novos quadros, alterando, se necessário, sua própria identidade e seus propósitos na busca de construir um público telespectador mais permanente.

Assim, o **objetivo geral** da pesquisa é verificar que estratégias poderiam ser virtualmente empregadas por um produto televisual, ligado ao subgênero programa de auditório, para permanecer no ar, ao longo dos anos. Com a finalidade de dar conta desse objetivo mais amplo, estabeleceram-se os seguintes **objetivos específicos**: **a)** traçar um histórico do surgimento dos programas de auditório no contexto televisual brasileiro; **b)** configurar o contexto comunicativo e enunciativo do **Esquenta!**, quando do lançamento do programa e no momento atual, depois que passou a fazer parte da grade fixa da emissora, descrevendo seu entorno sociocultural e enunciativo, núcleo de produção e equipe responsáveis pela sua realização; **c)** analisar as relações intertextuais de caráter paradigmático contraídas pelo **Esquenta!** com o seu subgênero – os programas de auditório; **d)** apresentar uma configuração geral do **Esquenta!**, examinando o programa, por temporadas e emissões, quanto aos formatos adotados, quadros, temáticas preferenciais, forma de estruturação espacial, temporal, tonal, forma de configuração dos atores – condutor/animador, participantes fixos, convidados, plateia, etc; **e)** identificar as alterações estruturais pelas quais passou o **Esquenta!** em função dos interesses que pautam a ação da RGT; **f)** examinar as estratégias comunicativas e discursivas empregadas pelo programa na configuração de sua

identidade, imagem, público-alvo para dar conta de suas alterações de percurso e simultaneamente adequar-se à imagem e marca da RGT; **g**) examinar as relações intertextuais de caráter sintagmático contraídas pelo programa com outros produtos televisuais que ele recupera.

Com fundamento nos princípios da semiótica discursiva europeia e inspirado nas proposições metodológicas de Duarte e Castro (2014), estabeleceu-se um percurso de análise que comporta quatro níveis de pertinência²⁴.

- (1) o exame do contexto comunicativo e enunciativo que enforma as diferentes fases do programa **Esquenta!**, com vistas a verificar, em particular, as estratégias comunicativas e enunciativas selecionadas (análise paratextual);
- (2) a análise do programa e das emissões selecionadas em suas relações intertextuais, considerando sua dimensão paradigmática, em direção ao conjunto de textos que lhe serve de modelo, ou seja, em suas relações com o subgênero programa de auditório (análise intertextual de caráter paradigmático);
- (3) a caracterização geral do programa e a descrição interna das emissões selecionadas, considerando a relação contraída entre os planos de expressão e conteúdo, com vistas a verificar, em particular, as estratégias discursivas selecionadas e os mecanismos expressivos convocados para manifestar as articulações existentes entre as emissões do programa e os outros níveis de pertinência propostos para a análise (análise intratextual);
- (4) a análise das emissões em suas relações intertextuais, considerando sua dimensão sintagmática em direção aos outros textos que as precedem e sucedem na cadeia sintagmática (análise intertextual de caráter sintagmático).

5.1 Critérios para a seleção dos programas a serem analisados

O produto televisual selecionado para se constituir em objeto da investigação foi o **Esquenta!**, um programa de auditório que articula, em seu interior, diferentes quadros e espaços para o diálogo e participação da plateia, visibilização de atores e profissionais da emissora, bem

²⁴ A metodologia empregada na análise vem sendo desenvolvida no âmbito do Grupo de Pesquisa COM TV, coordenado pelas professoras Maria Lília Dias de Castro e Elizabeth Bastos Duarte.

como para a apresentação de costumes, gostos, e modos de ser de uma parcela normalmente marginalizada da população brasileira: a que habita a periferia das grandes cidades.

Tendo em vista o programa haver sido inicialmente apresentado por temporadas (2011, 2012, 2013), e, somente em 2013, haver passado a fazer parte da grade fixa de programação da RGT, pareceu relevante comparar entre si as emissões das diferentes temporadas e todas elas com aquelas posteriores ao programa ter passado a compor a grade fixa da emissora. Assim, a investigação analisa duas emissões do programa em cada uma das suas temporadas, uma emissão do especial de São João (o *Esquentão!*, que contou com duas emissões), bem como duas emissões anuais depois que o programa passou a fazer parte da grade regular da emissora, totalizando treze emissões do programa²⁵, conforme Quadro 1.

Quadro 1 – Emissões do programa selecionadas para a análise

Fase do programa	Emissão selecionada	Forma de acesso
Primeira temporada	02.01.2011 e 13.02.2011	Globo Universidade
Segunda temporada	18.12.2011 e 26.02.2012	Internet
Terceira temporada	16.12.2012 e 31.03.2013	Internet
Especial de São João	24.06.2012	Internet
Inserção regular – 2013	03.11.2013 e 10.11.2013	Internet
Inserção regular – 2014	03.08.2014 e 28.12.2014	Internet
Inserção regular – 2015	01.03.2015 e 01.11.2015	Internet

Fonte: Autora

Na seção seis, **Da análise**, é apresentada uma configuração do **Esquentão!** em cada uma dessas fases, para que se possam melhor compreender as principais alterações do programa nesse percurso que vai das temporadas ao seu ingresso e manutenção na grade regular de programação da RGT.

²⁵ A seleção das emissões se deu mediante disponibilidade de acesso na *internet* (com exceção daquelas da primeira temporada, que foram disponibilizadas pela Globo Universidade, mediante solicitação de apoio à pesquisa – tendo em vista não estarem disponíveis na *internet*). Para melhor contemplar as alterações empreendidas em cada fase, buscaram-se, dentre as emissões disponíveis, uma do início da fase e outra do final.

5.2 Definição dos termos operacionais

Para conferir maior rigor à análise, considerou-se necessária a recuperação de certos conceitos e sua apresentação sob a forma de um corpo de definições operacionais que explicitam os sentidos atribuídos a determinados termos no decorrer da análise, evitando equívocos e imprecisões. Os termos adotados são os que seguem:

- **Actorialização:** operação realizada pelo enunciador sobre esse dispositivo, com vistas à instituição dos atores do discurso.
- **Ação autopromocional:** projeto cuidadosamente planejado e estrategicamente executado, de atuação da própria televisão, movido por interesses econômicos e/ou comerciais, sociais, ideológicos de utilização da função promocional que lhe é inerente, com vistas à divulgação de ideias, conceitos, identidade, marca, produtos de uma emissora de televisão. Trata-se do uso que a televisão faz dessa função em benefício próprio.
- **Ação promocional:** projeto cuidadosamente planejado e estrategicamente executado movido por interesses econômicos e/ou comerciais, sociais, políticos, ideológicos de utilização da função promocional, com vistas a divulgar e projetar a imagem de pessoas, instituições, produtos, serviços, ideias, conceitos.
- **Autorreflexividade:** procedimento discursivo de autorreferenciação da ordem da incidência, que faz do enunciador objeto de seu próprio discurso, podendo manifestar-se através de diferentes estratégias discursivas (DUARTE, 2004, p. 91).
- **Condutor/animador:** sujeito responsável pela apresentação/condução dos programas de auditório, podendo assumir diferentes papéis ao longo da emissão de um programa, tais como: narrador, controlador, avaliador, guia/participante (FONTANILLE, 2005), promotor publicitário. Alguns programas podem recorrer à presença de mais de um condutor/animador.
- **Emissão:** fragmento ou segmento de um programa, que pode se apresentar sob a forma de capítulo, episódio, apresentação, edição, entre outros.
- **Espacialização:** operação realizada pelo enunciador sobre esse dispositivo, responsável pela instituição de uma localização espacial da ação.

- **Estratégias comunicativas:** procedimentos cuidadosamente planejados pelo enunciador, aplicadas ao processo comunicativo em sua totalidade, constituindo-se em deliberações tomadas em nível de produção televisual. Podem ou não se manifestar no texto.
- **Estratégias discursivas:** procedimentos cuidadosamente planejados pelo enunciador, para manifestarem os sentidos que se pretendem conferir aos discursos. Essas estratégias podem ser de várias ordens, dependendo do tipo de dispositivo que mobilizam, do tipo de operação a que correspondem e do tipo de procedimento estratégico selecionado para manifestá-las. Manifestam-se no texto.
- **Exibição por temporada:** conjunto das emissões de um programa, veiculado em um período específico e determinado de tempo, previamente estabelecido, de acordo com as intenções e os interesses de uma emissora. Muitos programas são exibidos por mais de uma temporada, que é sempre marcada por um intervalo de tempo fixo ou variável.
- **Exibição regular:** emissões de um programa que faz parte da grade fixa de programação de uma emissora, sendo veiculado por um período indeterminado de tempo, de acordo com as intenções e interesses de uma emissora de televisão. Muitos programas, dependendo do subgênero a que pertencem, permanecem indefinidamente na grade de programação.
- **Figurativização:** operação realizada pelo enunciador sobre esse dispositivo, com vistas à instituição de figuras de conteúdo que conferem forma a um percurso temático abstrato.
- **Formato:** forma de realização de um determinado produto televisual, considerando seus enquadramentos genéricos, responsável pelas diferenças entre programas pertencentes a um mesmo subgênero.
- **Função promocional:** prática inerente à mídia televisão, que sobredetermina as outras funções por ela desempenhadas – informação, educação e entretenimento –, responsável pela divulgação e/ou destaque de tudo o que é por ela veiculado.
- **Gênero:** macroarticulação de categorias semânticas, da ordem da virtualidade, capazes de abrigar um amplo conjunto de produtos televisuais que partilham traços em comum.
- **Metadiscursividade:** procedimento discursivo de referenciação da ordem da recursividade em que um texto faz referência a outros que o precederam podendo manifestar-se através de diferentes estratégias discursivas (DUARTE, 2004, p. 90).
- **Plateia:** conjunto de atores sociais desconhecidos/anônimos e/ou conhecidos/midiáticos. que ocupam espaços específicos nos programas de auditório e que são dados a conhecer mediante a

construção do cenário – geralmente com uma estrutura de palco(s) e arquibancada(s). Pode-se utilizar o termo auditório para designar o conjunto desses atores sociais.

- **Produto televisual:** texto produzido e/ou veiculado por uma emissora de televisão, compreendendo todo e qualquer tipo de programa ou peça intervalar inserido no interior da grade de programação, objetivando o consumo dos telespectadores.

- **Programa:** produto veiculado por uma emissora de televisão, sob a forma de texto televisual, com objetivos diversos – educar, entreter, informar, promover. De maneira geral, cada programa comporta um determinado número de emissões apresentadas sob a forma de fragmentos ou segmentos que compõem o texto maior, materializado na totalidade do próprio produto.

- **Programa de auditório:** produto televisual de caráter híbrido, que articula no interior de seus textos diferentes subgêneros televisuais e cuja estrutura pressupõe a presença obrigatória de um condutor/animador, responsável pela apresentação/condução do programa, e de uma plateia, composta por atores sociais desconhecidos/anônimos e/ou conhecidos/midiáticos.

- **Público participante:** todos os sujeitos que participam de uma emissão televisiva, comportando os sujeitos da plateia/auditório, os participantes fixos e convidados eventuais, os condutores do programa, dançarinos, músicos em geral, entre outros.

- **Subgênero:** uma das possíveis formas de atualização de um gênero televisual, podendo subsumir diferentes programas ou peças (auto)promocionais.

- **Tematização:** operação realizada pelo enunciador sobre esse dispositivo, responsável pela organização dos valores abstratos em percursos.

- **Temporalização:** operação realizada pelo enunciador sobre esse dispositivo, responsável pela instituição de uma programação e localização temporal.

- **Tonalização:** operação realizada pelo enunciador sobre esse dispositivo, responsável pela conferência de um ponto de vista a partir do qual o enunciador quer que sua narrativa seja reconhecida pelo enunciatário.

5.3. Etapas de análise

A análise das emissões do programa **Esquenta!** compreende quatro etapas, assim apresentadas:

- **Etapa I:** Esta etapa, de caráter paratextual, apresenta a configuração: (a) do contexto sociocultural responsável pela veiculação do programa; e (b) de sua instância de enunciação – da emissora RGT, de seu núcleo de produção, da condutora/apresentadora do programa, analisando as estratégias comunicativas empregadas nessa relação;
- **Etapa II:** Esta etapa, de caráter intertextual, apresenta a análise do programa em sua dimensão paradigmática, ou seja, relacionando-o do ponto de vista genérico, comparando-o com outros produtos do subgênero ao qual ele se filia, examinando o formato por ele adotado e as estratégias empregadas para diferenciá-lo de outros;
- **Etapa III:** Esta etapa, de caráter intratextual, apresenta uma configuração geral do programa, por fases, seguida de uma análise das relações internas contraídas entre expressão e conteúdo, com ênfase em sua estruturação discursiva, nos procedimentos de tematização, figurativização, actorialização, temporalização, espacialização e tonalização, nas estratégias discursivas e mecanismos expressivos empregados para referenciar os dois níveis de pertinência precedente;
- **Etapa IV:** Esta etapa, de caráter intertextual, apresenta a análise do programa em sua dimensão sintagmática, o que significa a recuperação de outros textos aos quais ele referencia, recupera e/ou responde, e o exame das estratégias empregadas nessa relação.
- **Etapa V:** Esta etapa apresenta uma comparação dos resultados obtidos nos outros níveis de análise, com vistas a identificar as alterações ocorridas no **Esquenta!** tanto em suas diferentes temporadas, quanto quando passou a fazer parte da grade fixa de programação da RGT.

6 Da análise

A presente seção propõe-se a analisar o programa **Esquenta!** em suas diferentes fases – especiais, por temporadas, participante da grade fixa de programação –, obedecendo ao seguinte roteiro: **(a)** caracterização geral do programa; **(b)** análise paratextual considerando seu contexto comunicativo e enunciativo; **(c)** análise intertextual de caráter paradigmático, atualizando as relações do programa com o subgênero a que pertence; **(d)** análise intratextual de duas emissões de cada uma das diferentes fases do **Esquenta!**, com ênfase nos subgêneros e quadros que articula e atualiza, nos procedimentos discursivos empregados para a tematização, figurativização, actorialização, temporalização, espacialização e tonalização; **(e)** análise intertextual de caráter sintagmático que considera as relações do programa com outros textos e/ou programas televisuais; **(f)** levantamento e comparação dos resultados da análise realizada, por fases, em seus diferentes níveis de pertinência, apresentados ao final desta seção.

6.1 Caracterização geral do programa

O **Esquenta!**²⁶ é um programa de auditório²⁷ exibido pela RGT, realizado pelo Núcleo Guel Arraes (produção de Hermano Vianna, direção de Guel Arraes e direção-geral de Monica Almeida) e apresentado/conduzido por Regina Casé, desde janeiro de 2011. Inicialmente veiculado por temporadas (02.01.2011 a 27.03.2011; 11.12.2011 a 01.04.2012; 09.12.2012 a 28.04.2013), ou como especiais de São João (**Esquentão!**, nos dias 26.06.2011 e 24.06.2012), o programa, a partir de 05.05.2013, passou a fazer parte da grade regular de programação da RGT, sendo exibido semanalmente aos domingos, por volta das 13 horas, e obedecendo, como os demais produtos televisuais da emissora, ao recesso de férias, entre os meses de dezembro e

²⁶ O nome do programa alude às concentrações realizadas pelas escolas de samba antes do desfile, apresentação oficial na avenida. De modo geral, envolvem a presença de todos os integrantes, com gritos de guerra motivacionais. Alguns blocos de Carnaval também reúnem previamente seus integrantes, com vistas à integração entre os foliões.

²⁷ Inicialmente, na época de seu lançamento, o programa **Esquenta!** não reservava espaço para a inserção de anunciantes externos à televisão. Atualmente, contudo, dispõe de espaços de *merchandising*, tanto social quanto comercial. Essas inserções serão observadas em cada emissão analisada.

março. Com duração aproximada de 1h20min²⁸, é um programa gravado e editado²⁹ que comporta número variado de blocos e quadros de uma fase para outra.

Embora desde o seu lançamento o programa seja veiculado aos domingos, ele tem sofrido constantes alterações em seu horário de exibição – às 12h e 15h –, possivelmente na tentativa de adequá-lo aos hábitos de seu público-alvo, bem como aos interesses da emissora.

Os temas desenvolvidos pelo **Esquenta!** são apresentados a partir de depoimentos, debates e discussões, e intercalados com a apresentação de quadros, dentre os quais se destacam os musicais, os de danças e os concursos. De certo modo, seu tom *descontraído, brincalhão*, e até *jocoso*, faz lembrar o formato adotado por outros programas de auditório, que, em princípio, destinavam-se a um público semelhante, tais como os apresentados por Chacrinha, Sílvio Santos e Faustão³⁰.

Apresentado/conduzido por Regina Casé, o programa estrutura-se no formato palco e plateia, contando, além dos atores sociais anônimos, instalados na arquibancada, com participantes fixos e convidados eventuais. A disposição circular do cenário, tipo arena, reserva um centro no qual se posiciona a apresentadora/conduzida, e para o qual são então convocados aqueles que no momento recebem destaque, ou seja, voz, mas coloca a plateia em um nível mais elevado do que os ocupantes do palco.

De modo geral, cada emissão elege uma temática central, abordada e discutida pelos participantes fixos, convidados eventuais e participantes da plateia. Os debates e discussões são intercalados com a exibição de quadros musicais, danças e concursos. Para uma melhor conformação da temática, o programa recorre, ao longo de cada emissão, à exibição de entrevistas e reportagens pré-gravadas e/ou recuperadas de arquivos de outros programas da emissora.

Os atores sociais, que constituem uma plateia bastante diversificada, aparentemente são advindos de comunidades periféricas: trata-se de pessoas de todas as idades – crianças, jovens, adultos e velhos – que participam ativamente do programa, por meio de gritos, aplausos, canto e dança. De modo geral, a plateia posiciona-se na arquibancada, embora, vez por outra, no decorrer

²⁸ O tempo de duração do programa é variável, e será detalhado na análise das fases e/ou emissões.

²⁹ O programa contou com emissões gravadas ao vivo, com transmissão em tempo real, durante o período da Copa do Mundo (total de cinco emissões), e, posteriormente, a partir do dia 23.11.2014, até o período de férias, quando voltou a ser exibido gravado e editado.

³⁰ Os programas que serviram de inspiração à produção do **Esquenta!** são apresentados no *site* da emissora, no *Memória Globo*. “Imitamos o programa Samba de Primeira (CNT), Almoço com as Estrelas (TV Tupi) e o programa do Chacrinha (TV Globo)”. Disponível em: <http://goo.gl/SidfEa>. Último acesso em 15.11.2015, às 07h44min.

do programa, alguns de seus representantes sejam convidados a ocuparem o espaço central do palco, principalmente no caso da participação em concursos ou da expressão de suas opiniões e/ou de depoimentos. Percebe-se o claro envolvimento dos membros do auditório com o programa e com as atrações exibidas.

Além da apresentadora Regina Casé e da plateia, o programa conta, como já se referiu, com a presença de participantes fixos e de convidados eventuais. Os participantes fixos são atores sociais conhecidos no universo da mídia – artistas e humoristas da emissora, músicos, entre outros – que contribuem para o desenvolvimento dos temas abordados, auxiliando na sequencialidade dos quadros por intermédio de apresentações musicais, comentários, piadas, entre outras formas de manifestação.

Os convidados eventuais são pessoas escolhidas tendo em vista a temática privilegiada pela emissão: trata-se de especialistas e/ou profissionais respeitados, considerados referência na abordagem de uma dada questão, capazes, em princípio, de apresentarem opiniões abalizadas e de debaterem assuntos relacionados ao cotidiano dos brasileiros e dos moradores de periferias. Além desses especialistas, o programa recorre à presença de artistas, normalmente do plantel fixo da emissora, cantores/bandas, jogadores de futebol e pessoas comuns, que desempenham papel de certa relevância em um dado contexto, discutido pelo programa³¹, para que possam trazer suas contribuições, ampliando a discussão sobre a temática abordada, seja pela *expertise* na área, seja pelas experiências vivenciadas.

O programa, além disso, quando pode ou lhe interessa, convida pessoas de extrema relevância no contexto político brasileiro, tais como os ex-presidentes Fernando Henrique Cardoso e Luiz Inácio Lula da Silva, a atual presidenta Dilma Rousseff e a senadora e ambientalista Marina Silva.

Em que pese essa caracterização geral que vem sendo reiterada por entre especiais, temporadas e inserção regular, é necessário destacar que a concepção e a estrutura geral do programa têm sofrido alterações não só de uma temporada para outra, como depois de seu ingresso regular na grade de programação. Tais alterações são assinaladas no decorrer da análise, em seções destinadas a essa finalidade, na tentativa de dar conta das especificidades de cada

³¹ Como aconteceu com a cantora Valesca Popozuda e a mestranda Mariana Gomes, que estiveram no palco do programa com a intenção de comentar a respeito da polêmica envolvida em torno do projeto de pesquisa submetido pela aluna, *My pussy é o poder*, que aborda a questão das letras de *funk* e sua relação com a desvalorização da mulher.

período do programa, da fase temporadas à de permanência regular na grade de programação da emissora.

6.2 Relações paratextuais de caráter sociocultural – o contexto comunicativo

O contexto que serviu de entorno ao lançamento e produção do **Esquenta!** está ligado a aspectos sociais e culturais característicos do cotidiano da cidade do Rio de Janeiro, concernentes à composição e ao desenvolvimento de suas periferias, à estruturação em favelas e à valorização do samba que, nesse ambiente, representa muito mais do que um estilo musical.

No Brasil, assim como em outros tantos lugares do mundo, as desigualdades sociais e de renda acabaram por propiciar o desenvolvimento de comunidades periféricas, localizadas especialmente nos entornos dos grandes centros urbanos, que se materializam por aqui na estrutura de favelas.

É necessário, antes de tudo, elucidar as principais distinções entre os termos periferia e subúrbio, tendo em vista que ambos são bastante utilizados nas definições de espaços das cidades, especialmente nos estados do Rio de Janeiro e São Paulo. Etimologicamente, conforme Figueiredo (2005, p. 11), subúrbio designa o espaço que cerca uma cidade, compondo uma condição intermediária entre cidade e campo, sem possuir nenhuma relação direta com as questões sócio-econômicas – diferentemente do que acontece em torno do termo periferia.

O crescimento das cidades transforma o suburbano em urbano e, por meio das reformas urbanas, a palavra subúrbio passa designar áreas que eram atendidas pela ferrovia: enquanto que no Rio de Janeiro, o subúrbio caracteriza locais atendidos pelos serviços de transporte urbano ferroviário, em São Paulo, ele refere-se aos municípios que se formaram a partir da construção da linha férrea que levava à capital.

Já o termo periferia é decorrente do processo de desenvolvimento metropolitano, entre as décadas de 60 e 70, responsável por inúmeros loteamentos clandestinos, ocupando as áreas mais centrais, sem muito planejamento: esse é o caso das favelas. A concepção de periferia está diretamente relacionada à oposição centro, detentor do poder político, econômico e social. Essa oposição, tão marcada, faz com que a periferia se construa como um espaço de perpetuação de diferenças e desigualdades, tanto em âmbito econômico, como social.

Segundo Campos (2012), o que hoje se entende por favela teve origem na cidade do Rio de Janeiro, consequência do processo de higienização ali ocorrido por volta de 1866, que tinha por meta expulsar do centro da cidade a população mais carente habitante de espaços precários – os cortiços. De acordo com o autor, a forma de agrupamento em cortiços ocorreu a partir da chegada da Família Real no país, em virtude do aumento significativo da população. De maneira geral, os casarões eram então ocupados e subdivididos em pequenos cômodos por pessoas com poucas condições, negros e pobres: para os escravos, o centro representava um espaço de fuga; para os libertos, condições de trabalho mesmo que com baixos salários.

Ao serem conduzidas às regiões periféricas, essas pessoas encontraram dificuldades na construção de habitações condizentes com suas necessidades: suas casas tornaram-se barracos improvisados que não dispunham de água encanada ou sistema de esgoto. E o Estado assistiu, como ainda hoje, ao seu estabelecimento, eximindo-se de qualquer responsabilidade ou participação.

Essas regiões periféricas, contudo, apresentam características bastante interessantes, devido, principalmente, à mescla cultural que atualizam: elas são espaço de muita criatividade, aquela a que seus habitantes precisam recorrer para sobreviver, sendo o berço de muitos artistas. É de lá que vem o ícone nacional da malandragem. Mas, dos vários exemplos que se poderiam citar, talvez o samba carioca seja o que melhor a represente: esse jogo de cintura exibido pelos habitantes da periferia, dos morros e das favelas. A origem do samba deve-se à mistura de ritmos africanos e brasileiros, ainda no período colonial: ao lundu, ritmo africano, somou-se o maxixe, o xote, a polca, outros tipos de música brasileira. Inicialmente, essas composições musicais eram utilizadas em celebrações – as festas de terreiro –, organizadas em algumas casas baianas; posteriormente, foram incorporadas ao repertório cultural do povo.

As letras desses primeiros sambas falam da vida nas cidades, dos trabalhadores e de suas dificuldades diárias, destacando, prioritariamente, o cotidiano das populações mais pobres. Aliás, foram nessas comunidades que surgiram, entre as décadas de 1920 e 1930, as escolas de samba, agremiações formadas por pessoas de uma mesma comunidade, próximas tanto em termos de relações, quanto de disposição geográfica: os blocos de Carnaval.

A primeira escola de samba do Rio de Janeiro foi a *Deixa Falar*, que saiu às ruas em 1928. Nos anos seguintes, surgiram outras escolas, a exemplo da *Estação Primeira*, atual *Estação*

Primeira de Mangueira, e da *Vai como Pode*, hoje *Portela*³². No início, as escolas de samba eram pequenas, com poucos integrantes; hoje, contudo, esbanjam categoria em termos de adereços, cores, carros alegóricos, contando com milhares de participantes, das mais variadas idades e classes sociais.

Dentre os compositores da velha guarda, pioneiros do samba carioca, ganham destaque: Angenor de Oliveira, o Cartola, um dos fundadores da *Mangueira*; Noel Rosa, estreitamente ligado à *Vila Isabel*, escola de samba localizada no bairro Vila Isabel, onde nasceu; Carlos Moreira de Castro, o Carlos Cachaça, filiado à *Mangueira*; Nelson Antônio da Silva, conhecido como Nelson Cavaquinho, também ligado à *Mangueira*; João Bosco, compositor de *O ronco da cuíca*; Edimar Tobias da Silva, mais conhecido como Thobias da *Vai-Vai*, entre muitos outros. Atualmente, figuram entre os compositores dos sambas-enredo das principais escolas nomes como Arlindo Cruz (*Império Serrano*), Diogo Nogueira (*Portela*), Dominginhos do Estácio (*Estácio de Sá*), Dudu Nobre (*Mocidade Independente de Padre Miguel*), Ivo Meirelles (*Estação Primeira da Mangueira*), Martinho da Vila (*Unidos de Vila Isabel*), Xande de Pilares (*Salgueiro*), entre outros. De modo geral, a maioria desses compositores participa, ao longo de sua carreira, de diferentes escolas de samba, tendo em vista que são também, muitas vezes, intérpretes de sambas-enredos.

Todos esses compositores tiveram, e muitos ainda têm, uma relação bastante próxima com os morros e favelas, seja por que nasceram em algum desses lugares, seja por que compartilham interesses com os moradores dessas comunidades, tendo em vista que a maioria das escolas de samba se localiza nessas regiões mais periféricas. Muitos moradores das favelas têm, inclusive, seu sustento provido pelo trabalho que nelas desempenham: costureiras, mecânicos, motoristas, eletricitistas, técnicos em iluminação, serralheiros, entre outros.

Atualmente, a cidade do Rio de Janeiro comporta inúmeras estruturas habitacionais periféricas, com diferentes denominações, que vão de bairros a comunidades, oficiais e não oficiais, a exemplo da Cidade de Deus, Vigário Geral e Rocinha. Os complexos de favelas reúnem mais de uma comunidade, em um mesmo entorno, pela proximidade existente entre elas, a exemplo do Complexo da Penha e do Complexo do Alemão. Há também os núcleos de favelas avulsas, conhecidas, comumente, como morros.

³² Dentre as principais escolas de samba do Rio de Janeiro destacam-se: Beija-flor de Nilópolis, Unidos da Tijuca, Estação Primeira da Mangueira, Viradouro, Imperatriz Leopoldinense, Salgueiro, Portela, Mocidade Independente de Padre Miguel, Império Serrano, Grande Rio, Unidos do Porto da Pedra, Tradição, Caprichosos de Pilares, Unidos de Vila Isabel, Acadêmicos da Rocinha, São Clemente, Santa Cruz e Estácio de Sá.

Infelizmente, muitos dos membros dessas comunidades encontraram no crime em geral e no tráfico de drogas, em particular, uma forma de sustento e passaram a fazer parte de quadrilhas e grupos que se constituem como um sistema de poder paralelo ao do próprio Estado, com leis e sanções próprias. A disputa por esse poder acentua a rivalidade entre os traficantes, organizados em milícias, que entram em conflito entre si e com a polícia, tornando o ambiente dessas comunidades bastante agressivo, violento e perigoso.

Objetivando a contenção desses grupos armados, a partir de 2008, o então governador, Sérgio de Oliveira Cabral Santos Filho, aprovou o processo de implantação das UPP's, as Unidades de Polícia Pacificadora³³, projeto da Secretaria Estadual de Segurança do Rio de Janeiro, cujo objetivo é desarticular essas quadrilhas que detêm o controle desses territórios.

A proposta das UPP's centra-se na tentativa de aproximação entre polícia, população e instituições de segurança pública, envolvendo os governos federal, estadual e municipal, e diferentes atores sociais engajados na melhoria de vida dessas comunidades. Para além das questões de segurança, que envolve a prisão e o esfacelamento dos grupos armados, o processo de pacificação objetiva o desenvolvimento econômico e social da comunidade, ao passo que amplia as ações em infraestrutura, o interesse em investimentos privados e oportuniza o acesso a projetos sociais, esportivos e culturais.

A primeira UPP foi instalada dia 19.12.2008, na Favela Santa Marta, no bairro Botafogo, na zona sul, mas, até o final do ano de 2014, a cidade do Rio de Janeiro já havia recebido 38 UPP's, distribuídas em diferentes regiões, com um efetivo de 9.543 policiais, em aproximadamente 264 territórios. A previsão é de que os números sejam ampliados, aumentando o efetivo de policiamento e objetivando a cobertura de áreas ainda não pacificadas.

O projeto mostrou-se inicialmente bastante eficaz, sendo apoiado por inúmeros especialistas da área de segurança, que identificaram uma diminuição expressiva de diferentes crimes, como roubos, assaltos, assassinatos. Além disso, os efeitos pretendidos pelas UPP's ultrapassam os limites das comunidades pacificadas, sendo extensivos às comunidades do entorno, adjacentes àquelas, objetivando benefícios diretos e indiretos a uma população bem mais numerosa.

Salienta-se, contudo, que a implantação das UPP's não conseguiu acabar com a violência e o tráfico de drogas nessas regiões, embora tenha reduzido significativamente seu impacto no

³³ Informações obtidas no *link* <http://www.upprj.com/>. Último acesso em 08.01.2015, às 10h16min.

cotidiano dos moradores. Na verdade, há a necessidade não só de ampliar e qualificar o efetivo da polícia nas ruas, mas também de desenvolver outras formas de contato com as comunidades por meio de políticas públicas e ações não governamentais. Deve-se ter claro que o projeto de implementação das UPP's é bastante recente, especialmente se comparado ao processo de desenvolvimento dessas comunidades periféricas, mas têm ocorrido situações de violência, com mortes de membros dessas comunidades por ações intempestivas da polícia, o que faz com que os investimentos no espetáculo midiático inicialmente mobilizado para sua implementação atualmente tenham perdido a força e o sentido.

Mas os resultados iniciais, bastante favoráveis, ganharam grande destaque merecendo ampla cobertura das mídias. Nesse sentido, a RGT dedicou, durante os anos iniciais de implementação das UPP's, grande espaço à cobertura detalhada das invasões feitas pela polícia e de sua fixação nesses territórios, como ocorreu, em meados de novembro de 2010, nos processos de invasão da Vila Cruzeiro e do Morro do Alemão.

No período de 22.10.2012 até 17.05.2013, a RGT exibiu a telenovela **Salve Jorge**, cuja trama central trazia como pano de fundo a implantação da UPP no Morro do Alemão: o primeiro capítulo apresentou o processo de ocupação/invasão da polícia, através de imagens ficcionais e não ficcionais (do período da implantação da UPP no Morro do Alemão, ocorrida em 30.05.2012). Toda a narrativa foi perpassada pela relação entre um policial e uma moça moradora da favela.

Ora, esse cenário, dada sua inicial relevância, parece ter servido de contexto mais amplo para o surgimento do programa **Esquenta!**, cujo lançamento configura uma ação de *marketing* social empreendida pela RGT, cujo caráter é também autopromocional da emissora.

6.3 Relações paratextuais de caráter enunciativo – produção e realização

Examina-se, na sequência, o contexto que serve de entorno aos processos de produção e realização do produto televisual objeto de estudo da presente pesquisa, para que se possam compreender as lógicas que conformam a produção. Recuperam-se, para tal, informações sobre a emissora Rede Globo de Televisão, o Núcleo de Produção Guel Arraes e a atriz social Regina Casé, apresentadora/conduzora do programa **Esquenta!**.

6.3.1 Sobre a RGT

A Rede Globo de Televisão (RGT), fundada em 26.04.1965, na cidade do Rio de Janeiro, é atualmente a maior rede de televisão brasileira e uma das maiores do mundo, sendo, de acordo com informações disponibilizadas pelo **Grupo de Mídia de São Paulo**³⁴, a empresa televisiva com maior participação em termos de audiência no país: chega a atingir um percentual de 42,28% de audiência no período da noite, que compreende o horário que vai das 18h às 24h, com uma cobertura que abrange 98,6% dos municípios brasileiros, ou seja, cerca de 5.490 municípios.

Com conteúdos produzidos por cinco emissoras da Rede – Rio de Janeiro, São Paulo, Recife, Belo Horizonte, Brasília, além da Globo Internacional – e 117 afiliadas, a RGT também ocupa a primeira posição em termos de produção: somente no ano de 2014, de acordo com o relatório da Obitel (2015, p. 128), foram lançados 27 programas nacionais inéditos, entre séries, minisséries, telenovela, telefilme, quadros e *soap opera*, enquanto a Record teve oito lançamentos nacionais e o SBT contou com três.

Em termos de produção de conteúdo, a RGT destaca-se pela realização de uma variedade de programas, voltados a distintos perfis de público³⁵ e adequados aos diferentes horários de veiculação. Dentre eles, predominam os investimentos feitos no que a emissora chama de entretenimento (telenovelas, séries, programas de humor, de variedades, *reality shows*, entre outros) e em noticiários (telejornalismo, reportagem, revista), que gozam, inclusive, de reconhecimento em outros países. Destacam-se, ainda, os programas de auditório, que marcam significativa presença ao longo da programação semanal: entre os programas fixos e aqueles exibidos por temporadas, a emissora vem veiculando um total de 12 produções³⁶, distintas em termos de proposta temática e perfil de telespectador, conforme levantamento apresentado na seção 6.4.3.1 Na Rede Globo de Televisão.

De acordo com informações institucionais, a estrutura da RGT mobiliza cerca de 18.000 pessoas, entre técnicos, equipes de produção, elenco de atores, jornalistas, entre outros profissionais. Seu principal suporte de realização é a Central Globo de Produção, que opera desde

³⁴ Mídia Dados referente ao ano de 2015, disponível no endereço eletrônico: <https://goo.gl/5n9y7h>. Último acesso em 11.11.2015, às 22h29min.

³⁵ Com exceção do público infantil, que não é contemplado pela programação da RGT – salvo algumas datas comemorativas, a exemplo do dia das crianças.

³⁶ Incluindo aquelas que vão ao ar por temporadas (levando-se em conta informações disponibilizadas até o final do ano de 2014).

1995, no Rio de Janeiro. Com uma área de 1,65 milhão de metros quadrados, o espaço do PROJAC comporta cidades cenográficas e estúdios utilizados nas gravações de diversos programas. Dentre os recursos disponíveis, ganham destaque as unidades móveis de produção, que permitem o deslocamento para as gravações das cenas, o acervo de figurinos, com mais de 50 mil peças, e o prédio de produção de efeitos especiais.

Os recursos tecnológicos disponíveis são expressivos tanto em termos de produção, com ilhas de edição de áudio e vídeo, equipamentos de câmera, estações de computação gráfica, quanto em termos de difusão, a exemplo das transmissões em alta definição e com sinal digital.

A RGT é uma empresa de caráter comercial, que se mantém, principalmente, com a venda de espaços publicitários, para a divulgação de marcas anunciantes externas à Rede. Os investimentos são ampliados através de outras formas de negócio, como a Globo Marcas, que comercializa produtos e serviços da Globo, a Globo Filmes, produtora de obras cinematográficas, a Som Livre, gravadora musical, e a Globo.com, que mobiliza investimentos a partir dos esforços em *internet*, com a produção de conteúdos variados e muitas vezes exclusivos para essa plataforma. Todos esses setores compõem um empreendimento maior, as Organizações Globo, maior conglomerado midiático do país, que conta com jornais, emissoras de rádio e televisão, gravadoras, editoras, portais de *internet*, revistas, casas de espetáculos, entre outros.

Além dos objetivos financeiros, que garantem sua sustentabilidade e lucratividade, a RGT preocupa-se, como já se referiu, com a construção de sua identidade e imagem. Com essa finalidade tenta demonstrar seu comprometimento social, privilegiando o desenvolvimento de ações voltadas à educação e à valorização das questões sociais – o esporte, a educação, o lazer e o meio-ambiente.

Essa preocupação em demonstrar seu comprometimento com o social, é, de certa forma, uma resposta da emissora às justas acusações que, durante muito tempo, foram-lhe feitas de cooptação com a ditadura militar, que dominou o país entre os anos de 1964 e 1988, e de desejo de poder.

Ao longo de seus cinquenta anos de existência, a RGT tem se dedicado a implantar o que denomina de Padrão de Qualidade Globo, que serve de referência e inspiração às demais emissoras de televisão brasileiras. Conforme Duarte (2013b, p. 329), esse padrão refere-se a uma ideologia que gerou “*um conjunto rigoroso de regras, implícitas e explícitas, que norteiam suas operações, implementadas a partir do know-how repassado a ela pela Time-Life, devido a*

acordo estabelecido entre as duas emissoras, ainda na década de 1960". O grupo Time-Life foi responsável pela introdução desse modelo de indústria diferenciada, preocupado com as questões técnicas e financeiras, para além dos resultados obtidos com o lucro.

Desse modo, os produtos televisuais ofertados pela RGT, desde o início, assumem-se como ofertas mercadológicas que precisam disputar com a concorrência em um mercado cada vez mais competitivo; seus diretores, obedecendo a essa mesma lógica, precisam ser, portanto, homens de negócio, com relações estreitas com o mercado, com o universo comercial e financeiro. Dentre os diretores que promoveram alterações significativas na estrutura global, destaca-se Walter Clark, cuja participação foi fundamental para a consolidação do que hoje é a RGT. *"Quando assumiu o cargo em 1965, a Globo tinha em média 9% da audiência; quando saiu, em 1977, os índices chegavam a 80 pontos"* (BORELLI, 2000, p. 80).

Fazem parte das alterações introduzidas por Clark a transformação da telenovela em carro-chefe da programação; a idealização do Jornal Nacional e sua disposição entre duas novelas; a implantação de uma televisão com cobertura nacional, entre outras. No entanto, o que caracteriza a organização da Globo, e, conseqüentemente, de toda a televisão brasileira é, sem dúvida, a estrutura comercial. Antes de Clark assumir o cargo, os programas eram comercializados mediante acordos de patrocínio único, ou seja, os programas tinham apenas um patrocinador que, por essa razão, interferia diretamente no processo de composição do produto, exigindo, por exemplo, participação na construção dos roteiros e na escolha dos atores envolvidos.

Com o novo sistema implementado, a comercialização passou a ser feita mediante pacotes de anúncios, distribuídos ao longo da programação, que ocupam não só os espaços intervalares, como assumem a forma de inserções no interior dos próprios programas (*merchandising comercial*). *"Em 1969, coroando a estratégia mercadológica implementada por Clark, foi criada a Central Globo de Comercialização, que aboliu o sistema de comissões (...) barateando e centralizando o setor comercial"* (BORELLI, 2000, p. 81). O atual sistema comercial da Globo permite, desse modo, a participação ativa de diferentes anunciantes externos, desde aqueles voltados às classes mais altas, até os que comercializam produtos mais populares.

Além disso, a RGT tem toda uma equipe responsável pela promoção de seus próprios produtos, uma vez que, quanto mais ela se autopromover, maior índice de audiência atinge e, dessa forma, maior valor comercial agrega aos espaços por ela comercializados para os

anunciantes externos. Essa autopromoção assume diferentes formatos, que passam pela divulgação do lançamento de seus produtos, pela promoção de seu elenco fixo, de sua alta tecnologia, dos produtos que disponibiliza aos telespectadores. Existe ainda uma autopromoção mais sub-reptícia que é aquela advinda de seu comprometimento social: o *merchandising* social agrega valor à sua imagem, na medida em que a coloca como protagonista de assuntos relacionados aos interesses e bem-estar social. De modo geral, o *merchandising* social utiliza o texto dos programas como forma de suscitar discussões necessárias acerca de aspectos relevantes em diferentes âmbitos – saúde, bem-estar, direitos humanos, educação, cultura –, com vistas a problematizar e discutir diferentes pontos de vista³⁷.

Esse modelo inovador, responsável pelo avanço de seu aparato técnico, mais moderno e eficaz, contou ainda com a possibilidade de qualificação dos profissionais envolvidos, por meio de um acordo firmado com os Estados Unidos, que recebeu funcionários da RGT para treinamentos de capacitação. E, acompanhando todas essas transformações, a emissora ampliou os setores de pesquisa, de forma a direcionar suas ações e escolhas, tanto em termos financeiros, quanto nos concernentes à organização da programação.

Esses incentivos são responsáveis pela qualidade dos produtos televisuais ofertados pela RGT ao mercado. Segundo Duarte (2013b, p. 327), essa qualidade deve-se, principalmente, “*à competência e à criatividade demonstradas na estruturação e realização de seus relatos; aos recursos discursivos e expressivos, convocados para sua manifestação; às tecnologias utilizadas para qualificar sua realização, difusão e consumo*”. Para fazer frente à concorrência, os produtos da emissora são sempre oferecidos como novidade – mesmo quando se trata de meras repetições ou do aproveitamento do que deu certo, em outro momento ou contexto.

Além disso, ao se apropriar do discurso da qualidade, a RGT passou a representar o padrão do que seria essa qualidade, definindo não só os modos de fazer televisão – relativos à organização dos produtos e da grade de programação como determinando, a partir de então, os modelos a serem perseguidos pelas demais emissoras do país, que buscam formas de equiparar seus produtos aos da RGT.

Todos esses investimentos possibilitam que a RGT seja considerada a maior e mais importante emissora de televisão do Brasil, marcando e consolidando sua presença e seus modos

³⁷ Compreende-se o *merchandising* social como uma ação (dentre outras possíveis) de *marketing* social. O *marketing* social é mais amplo: da ordem do planejamento, dos investimentos e decisões operadas em nível da instância enunciadora (empresa midiática), conforme seus objetivos econômicos, institucionais, empresariais, etc.

de fazer televisão. Afinal, como empresa privada que é, está sempre atenta e preocupada com seus principais consumidores: o público telespectador.

6.3.2 Sobre o Núcleo de produção Guel Arraes

O grupo responsável pela realização do programa **Esquenta!** está ligado ao Núcleo de Produção Guel Arraes, outra aquisição importante da RGT, que se consolidou, institucionalmente, no ano de 1991, embora já funcionasse de forma autônoma desde a década de 1980. O núcleo, sob a direção atenta de Miguel Arraes de Alencar Filho – filho de Miguel Arraes, fundador do Partido Socialista Brasileiro e ex-governador de Pernambuco –, idealizador e realizador do projeto, conta com renomados roteiristas, redatores, diretores e atores. Antes mesmo da parceria com a Globo, o grupo já atuava com a emissora, via desenvolvimento de variados projetos. Destacam-se, nesse sentido, os programas **Armação Ilimitada** e **TV Pirata**, grandes sucessos da emissora e, conseqüentemente, do grupo responsável pela sua realização.

Aliando a metalinguagem e a reoperação de gêneros com estratégias inovadoras de montagem, o projeto ético-estático do grupo envolve, em última instância, o que poderíamos denominar de uma “pedagogia dos meios”. Nos programas dos quais participam há a clara intenção de romper com o naturalismo na representação audiovisual: toda encenação se revela, de alguma maneira, como encenação; a TV tematiza a própria TV, o produto incorpora seu processo de produção. Há ainda, na mistura recorrente entre ficção e não-ficção, a preocupação em instruir o público sobre a própria prática de fazer e “ver TV”, revelando a sua vocação espetacular, despindo-a de qualquer pretensão especular frente ao real (FECHINE, 2007, p. 2).

Com uma proposta irreverente, o Núcleo Guel Arraes apropria-se de diferentes realidades – sociais, políticas, culturais –, às quais confere um tratamento mais leve, porém com muita qualidade. As temáticas abordadas são inspiradas na observação do que acontece no país. O Núcleo adota formas específicas de tratamento dessas temáticas, adequando-as à configuração de cada um dos produtos realizados. Trata-se de um grupo coeso, preocupado com os aspectos que envolvem a pluralidade de vozes dos diferentes segmentos que constituem a sociedade brasileira,

cujo processo criativo reflete a trajetória de vida e a experiência profissional de cada um dos envolvidos que auxiliam na consolidação do Núcleo³⁸.

Segundo Duarte (2013b), os demais núcleos de produção da RGT vêm incorporando, sistematicamente, esse modo de fazer televisão próprio do Núcleo Guel Arraes, pois é ele quem goza o *status* de *grife* de qualidade da Rede. Essa incorporação se dá, principalmente, em relação ao estilo, ao tom empregado e às estratégias utilizadas na composição das narrativas. Para a autora, a produção do grupo

... caracteriza-se por um tom específico, iconoclasta e metalinguístico, fundado na irreverência e rebeldia em relação à própria TV, sendo responsável pela proposição de um novo modelo de fazer televisual no país, bem como por uma reconfiguração das formas de tratamento do humor em televisão (DUARTE, 2013b, p. 335).

Somam-se a isso, a adoção de formatos diferenciados e a realização de produtos visivelmente brasileiros, que conferem um caráter de experimentação à produção do Núcleo, depois extensiva à toda a programação da Globo.

Além de Guel Arraes, dentre os principais nomes do Núcleo, destacam-se Cláudio Paiva, Jorge Furtado, João Falcão (diretores e roteiristas), Hermano Viana (antropólogo), Regina Casé, Pedro Cardoso e Luiz Fernando Guimarães (atores e criadores).

6.3.3 Sobre a atriz social Regina Casé

Regina Casé é a apresentadora/conduutora do programa **Esquenta!**. Neta de Ademar Casé, um dos pioneiros do rádio no Brasil, e filha de Geraldo César Casé e Heleida Barreto Casé, Regina Casé nasceu no dia 25.02.1954, em Botafogo, no Rio de Janeiro. É, portanto, uma carioca da gema. Ainda pequena seus pais se divorciaram, mas Regina preferiu continuar morando com a mãe, no Rio, ao invés de ir com o pai, para São Paulo. Alguns anos depois, sua mãe casou-se novamente e foi morar em Portugal, levando consigo as duas irmãs de Regina; ela, entretanto,

³⁸ Nesse sentido, as experiências de vida dos profissionais envolvidos com o Núcleo, como o exílio de seu pai, Miguel Arraes, no período da ditadura, contribuem para a composição de uma forma distinta de pensar e articular os produtos, problematizando questões sociais e culturais de um ponto de vista distinto daquele adotado majoritariamente por outros grupos.

optou novamente por permanecer na cidade do Rio de Janeiro. Ambas as escolhas permitiram seu desenvolvimento e qualificação, condição que, posteriormente, passou a ser decisiva para a consolidação de sua carreira como atriz, comediante, criadora, apresentadora de televisão.

A aproximação com o teatro ocorreu na década de 1970, quando ainda tentava conciliar a atuação nos palcos com a formação acadêmica. No dia 01.05.1974, juntamente com Hamilton Vaz Pereira, Alberto Soares, Luiz Arthur Peixoto e Daniel Dantas, fundou o grupo teatral **Asdrúbal Trouxe o Trombone**, com grande influência na proposta do grupo de Guel Arraes. A peça de estreia, **O inspetor geral**, rendeu à artista o prêmio Governador do Estado, como atriz revelação. No final da década de 1970, Regina Casé atuou no filme **Chuvas de verão**, marcando, com ele, seu ingresso na televisão.

Na década de 1980, a artista alternou trabalhos no teatro (**A farra da terra**, 1983), em telenovelas (**Guerra dos sexos**, 1983; **Cambalacho**, 1983), e em programas televisuais voltados ao humor (**TV Pirata** – 1988).

Entre os anos de 1991 e 1992, Regina apresentou, ao lado de Luiz Fernando Guimarães, o **Programa Legal**, cuja trilha sonora principal, o *funk* Melô do terror, gravado em parceria com o DJ Marlboro e cantado pelos apresentadores, permitiu a aproximação da atriz com um estilo musical diferente, que marcadamente influenciou o restante de sua trajetória profissional. O programa, com uma proposta irreverente, voltada às classes mais populares, alternava informação e humor. Por sua atuação, Regina recebeu o Troféu Imprensa, do SBT, na categoria comediante do ano.

Em 1994, como parte da programação de final de ano, Regina Casé passou a apresentar o programa **Brasil Legal** – inserido na programação regular da emissora no ano seguinte. Propondo-se a dar voz aos brasileiros, a apresentadora viajava pelo país, contando histórias do povo. Em 1998, o programa saiu do ar, sendo substituído pelo **Muvuca**, também sob a condução de Regina Casé. Nessa nova proposta, contudo, eram as pessoas que iam até o programa: o casarão da muvuca. No ano de 2000, com o encerramento do programa, Regina Casé voltou às telas do cinema.

Em televisão, passou a protagonizar propostas direcionadas às periferias das grandes cidades que se tornaram a marca principal de Regina Casé, tanto em participações especiais, feitas em outros programas, a exemplo do quadro *Minha periferia é o mundo*, veiculado pelo

Fantástico (2007), como em programas comandados por ela própria, a exemplo de **Central da periferia** (2006) e do **Esquenta!** (a partir de 2011).

Com o propósito de dar voz à periferia, Regina Casé comanda o programa **Esquenta!** desde sua primeira temporada, em 2011. Em matéria divulgada no *site* da Globo³⁹, podem-se perceber as principais motivações do programa: *“a atriz e apresentadora diz que, se a classe C está tão na moda, pelo menos na televisão, o mérito também é dela”*. Reforçando esse posicionamento, um dos produtores do programa, Hermano Vianna, na mesma reportagem, menciona o interesse dessa produção: *“Queremos o Brasil pós-classe C, pós-internet, pós-consolidação da democracia. Queremos que o **Esquenta!** seja o ponto de encontro festivo do melhor do futuro”*.

É preciso dizer, ainda, que Regina Casé se apresenta nesses programas, antes de tudo, como uma brasileira, carioca e bem-humorada. É amante da música e engajada politicamente com os problemas sociais, tanto os de sua cidade como aqueles de âmbito nacional. A proximidade com o povo, demonstrada através das histórias por ela contadas e da utilização de jargões e gírias próprias das comunidades mais pobres, faz com que Regina Casé seja a elas integrada de uma forma muito carinhosa. Exemplo desse carinho foi o título de “madrinha da periferia”⁴⁰ atribuído à apresentadora como forma de homenagear e agradecer pelos investimentos realizados em torno dessas comunidades e de seus moradores – muitos cantores que tiveram a carreira alavancada por Regina Casé também empregam o termo madrinha quando se referem à apresentadora: aquela que cuida, que protege, que incentiva.

6.4 Relações intertextuais de caráter paradigmático

O **Esquenta!** é um produto televisual que claramente se filia ao subgênero **programa de auditório**, assumindo suas principais características genéricas: conta com uma apresentadora/conduzora, plateia, participantes fixos e convidados.

Nessa direção, a presente seção propõe-se a definir e caracterizar os programas de auditório: examina sua estrutura tradicional e recupera fragmentos de sua história e presença no

³⁹ Disponível em: <http://goo.gl/V2yqbB>. Último acesso em 20.01.2016, às 14h33min.

⁴⁰ Sobre isso, ver: <http://goo.gl/cbVgJj>. Último acesso em 08.01.2015, às 12h13min.

contexto televisual brasileiro. Mais ainda, além de resgatar a memória dos programas que marcadamente desempenharam um papel na consolidação do subgênero nas principais emissoras do país, realiza um levantamento daqueles que, atualmente, são exibidos pela RGT, SBT, TV Record e Rede Bandeirantes. Nesse percurso, buscaram-se fundamentos em autores que se preocuparam com a análise desse subgênero televisual, tais como Machado (2005), Fachine (2001), Duarte (2013), Souza (2009), Mira (1996), Torres (2004), entre outros.

Em termos da inserção genérica do produto (subgênero **programa de auditório**), destaca-se a recorrência à **repetição**, na medida em que se percebe não só a reiteração de diversos elementos presentes em outros programas desse mesmo subgênero – tom popularesco adotado no tratamento das temáticas; quadros de competições e concursos de várias ordens, como canto e dança; presença de dançarinos; cores e ornamentos utilizados na composição dos figurinos dos apresentadores/condutores; linguajar e vocabulário simples e espontâneo (relações paradigmáticas) –, como a manutenção de estruturas fixas, que se repetem de uma emissão a outra, como, por exemplo, a entrada da condutora/apresentadora acompanhada do bonde, que dança ao som da bateria; a composição da roda de samba, que conta sempre com os mesmos músicos, entre outros.

6.4.1 Dos programas de auditório: definição e caracterização geral

A caracterização dos programas de auditório não é tarefa fácil. Segundo Machado (2005, p. 142), *“as obras realmente fundantes, produzidas em nosso século não se encaixam facilmente nas rubricas velhas e canônicas e quanto mais avançamos na direção do futuro, mais o hibridismo se mostra como a própria condição estrutural dos produtos culturais”*. Essa afirmação ganha especial sentido quando se consideram os programas de auditório, pois eles convocam para sua estruturação diferentes gêneros e subgêneros; constituem-se a partir de uma multiplicidade cultural, que se propõem a acolher; são fruto da tentativa de mobilização de conteúdos a serem compartilhados por sujeitos com interesses, hábitos, tradições, condições econômicas e sociais distintas. Sua estrutura reflete, assim, essas diferenças, recorrendo a diferentes quadros, entrecruzando distintas realidades discursivas, convocando diversos atores sociais, anônimos e/ou famosos, interpelando a plateia.

A verdade é que essa hibridação que caracteriza os programas de auditório, embora seja extensiva a toda a produção televisual, aparece marcada de maneira muito ostensiva nesse tipo de produto, que pretende responder às diversidades de interesses dos telespectadores e às transformações sociais e culturais em curso; daí a exigência de adoção de uma organização diversificada que dê conta das diferentes lógicas e expectativas que presidem o processo de realização desse tipo de programa.

Segundo Fechine (2001, p. 16), *“cada novo texto e cada novo gênero se define sempre em relação a outros que lhe são anteriores (uns estão “inscritos” nos outros; uns se “escrevem” sobre os outros)”*, o que leva a pensar que a hibridação em televisão também seja resultado da tentativa de aproveitamento de tudo aquilo que já obteve aceitação, leia-se, audiência por parte dos telespectadores: procura-se inovar, sem descartar o que deu certo.

O discurso televisual, desse modo, compõe-se via bricolagem de elementos que ele recupera e repete, estruturando-os diferentemente, adotando novas formas de organização, mais inovadoras e criativas. No caso específico dos programas de auditório, incorporando, além disso, diferentes gêneros e subgêneros.

Assim, em primeiro lugar, é preciso reconhecer que os **programas de auditório** recorrem, em seu processo de estruturação, a diferentes gêneros e subgêneros televisuais que se articulam no interior do texto do programa: trata-se, portanto, de uma composição híbrida, o que dificulta sua inserção genérica. Desse modo, em que pesem outros critérios e classificações genéricas, a presente investigação considera o programa **Esquenta!** como uma composição híbrida do ponto de vista dos gêneros e subgêneros que articula em seu texto.

Segundo Souza (2009, p. 3), cada programa se apresenta como *“um enunciado concreto, dotado de especificidades que o fazem único. Todavia a manifestação de tais enunciados obedece a regras de certa estabilidade, visível na estrutura composicional, no “volume”, no tema adotado, no enunciatário inscrito”*.

Dessa forma, embora os programas de auditório, ao longo do tempo, venham experimentando novas formulações que passam pela variação temática, pelo perfil do apresentador/condutor, pelos diferentes quadros propostos, pela diversidade de tons adotados, eles não deixam, no entanto, de manter algumas características próprias do subgênero que permitem de pronto sua identificação. E a primeira delas é dispor simultaneamente de um

condutor/animador e de uma plateia, ou seja, de um público presente, que ali está representando os telespectadores de modo geral.

Nessa direção, Torres (2004) acredita que os programas de auditório precisam reafirmar a presença de alguns elementos fundamentais para que possam ser abrigados sob essa definição conceitual. São eles:

... a presença de um auditório – uma plateia, que pode assistir à gravação do programa ou participar da transmissão ao vivo –, o formato, o tipo de narrativa, a linguagem, e as relações de uso que a recepção estabelece com eles. Além destes quatro elementos, a estética dos programas de auditório é uma característica essencial do gênero, que não só lhe dá contorno de ambientação e cenário como também confere ao produto um estilo próprio, relacionado com a resistência da expressão popular ao longo dos tempos (TORRES, 2004, p. 13-14).

Com isso se quer dizer que, embora cada um desses programas de auditório proponha especificidades que diferenciam seu formato de outros, estruturadas a partir de suas intenções e do público-alvo visado, eles precisam manter as características próprias deste subgênero híbrido, para que possam ser prontamente reconhecidos como tal e, dessa forma, *lidos* pelos telespectadores. É, nesse processo de configuração discursiva, que perpassa as noções de gênero e subgênero, que seu formato se manifesta, que sua criatividade atua.

É preciso lembrar que, em televisão, a criatividade não significa obrigatoriamente a oferta de algo novo, mas implica mudança, reorganização, proposição de novas formas; a inventividade e o potencial criativo em tevê devem adequar os diferentes contextos e sujeitos em um produto que dê conta das intencionalidades que perpassam seu processo comunicacional. São esses elementos que permitem as alterações, as transformações e a mescla constante entre os gêneros e subgêneros televisivos.

Assim, o subgênero **programa de auditório** constitui-se a partir da mobilização de mais de um gênero: o **factual**, convocado pelas temáticas abordadas, pela configuração de atores, tempo e espaço, cujas bases se encontram no mundo natural; o **simulacional**, representado pelos quadros contendo provas, competições, concursos, diferentes tipos de jogos; o **ficcional**, atualizado, muitas vezes, pelo comportamento do apresentador e dos atores em cena, por quadros com dramatizações, por *remakes* de produtos ficcionais; o **promocional**, manifesto através das publicidades e propagandas inseridas em seu interior sob a forma de *merchandisings* comerciais, sociais, autopromocionais.

Por ser híbrida, essa articulação genérica permite que os programas de auditório se constituam como espaços privilegiados para a inserção de *merchandising*, promovendo tanto as empresas externas ao meio, como a própria emissora que o veicula. A autopromoção, nesse sentido, destaca-se sobremaneira, podendo ser manifesta tanto na perspectiva comercial, ao destacar profissionais, artistas, programas da emissora, quanto na social, por meio da abordagem de dadas temáticas, permitindo a construção e consolidação da identidade, imagem e marca da emissora.

Em síntese, grosso modo, o que aqui se considera programa de auditório deve contar, além da plateia, ou seja, o auditório que lhe dá nome, com a presença obrigatória de um condutor/animador, podendo também recorrer a atores fixos ou eventuais que participam como convidados: cantores, personalidades famosas, profissionais da emissora, etc. De maneira geral, o condutor/animador mantém uma relação de proximidade com as pessoas – perceptível através do diálogo com os entrevistados/convidados e com os sujeitos que compõem a plateia –, indicando familiaridade com os temas abordados e com a realidade do telespectador. Nessa perspectiva, o que normalmente se chama de *talk show* pode ser considerado um dos formatos adotados pelos programas de auditório.

A plateia, no caso desse tipo de programa, representa os telespectadores que interagem, indiretamente, através de seus representantes no auditório.

Segundo Fontanille (2005), nesse tipo de convocação, os produtos televisuais podem recorrer a quatro tipos de interpelação: o conceito; o conteúdo; o regime de crença proposto; ou o **papel desempenhado pelos animadores**. Assim, cada programa investe em formas específicas de chamamento, estrategicamente selecionadas para que o telespectador se sinta interpelado. Para os propósitos desta pesquisa, torna-se relevante considerar as diferentes funções que podem ser desempenhadas pelo *condutor/animador* do programa, examinando os diversos papéis por ele assumidos no desenrolar das emissões.

As funções de um condutor/animador nos programas de auditório podem ser configuradas a partir dos diferentes papéis por ele desempenhados, quais sejam: **narrador**, referente à sua condição de atuação como responsável pela necessária contextualização da emissão do programa; **controlador**, referente à sua responsabilidade pela orientação e sequencialidade dos quadros apresentados, indicando os temas abordados, explicitando as regras de participação, marcando o início e/ou finalização de segmentos que compõem o programa, etc; **avaliador**, referente às

tarefas que lhe são conferidas, tais como a interrogação, a sanção, a denúncia, a análise, a promoção de debates, sempre com o objetivo de regulamentação dos valores presentes na emissão; **guia/participante**, referente à expressão de seus posicionamentos a respeito dos assuntos abordados e das questões atualizadas na emissão (FONTANILLE, 2005). Além dessas funções destacadas por Fontanille, os programas de auditório brasileiros normalmente ainda reservam espaços para que o apresentador/condutor atue como promotor publicitário de produtos, serviços, empresas e marcas. Dessa forma, cada programa, por suas características, configura de um modo específico a atuação do condutor/animador, podendo ele exercer um ou mais, dentre esses papéis relacionados, de acordo com as especificidades e estilo do formato adotado.

Além do condutor/animador, outra característica fundante do subgênero é a participação, mais ou menos ativa, de uma plateia sempre presente, que se manifesta através de questões feitas aos convidados; do ingresso em competições e concursos de várias ordens (canto, dança, interpretação, perguntas e respostas); da apresentação de relatos de histórias e experiências de vida, em conformidade com a temática que está sendo tratada na emissão do programa; e da manifestação de aceitação ou recusa ao que está sendo apresentado, através do voto, de aplausos, gritos ou mesmo silêncio. Quando, por exemplo, um cantor ou banda se apresenta no palco, espera-se sempre que a plateia reconheça e acompanhe a melodia.

Inúmeros teóricos dedicam-se à análise desse tipo de produto televisual, questionando, entre outros, sua qualidade estética e conteúdo (Mira, 1996); discutindo seus aspectos sensacionalistas e popularescos (Krasnievicz, Aita, Casali, 2009); examinando sua função como espaço de resistência de classes populares e subalternas (Torres, 2004); analisando sua configuração discursiva, tendo em vista os gêneros e subgêneros que mobilizam (Sousa, 2009).

Diante dessa diversidade, que aponta características distintas dos programas de auditório, de acordo com o enfoque dado pelo pesquisador, torna-se relevante definir que características interessam analisar, tendo em vista os propósitos da presente pesquisa.

Levando-se em conta os objetivos da pesquisa, o presente trabalho preocupa-se especialmente com a configuração dos sujeitos participantes, pois são eles que definem a forma de tratamento dos temas abordados, de certa maneira impondo seus códigos culturais. Os telespectadores são interpelados por partilharem os mesmos interesses e gostos: ao apresentar, via plateia, sua relação com os participantes, esses programas criam efeitos de interação que os

aproximam de seu verdadeiro público, os telespectadores, ali representados pela plateia, de certa forma, delegando-lhes voz.

Para que se possa compreender, independentemente dos formatos adotados, o sucesso desse tipo de estrutura junto aos telespectadores, cabe, na sequência, traçar um panorama histórico que recupere os principais programas de auditórios produzidos pela televisão brasileira.

6.4.2 Da história e presença do subgênero no país

Algumas das características dos programas de auditórios são heranças do rádio, pois a televisão, pelo êxito obtido por esses produtos, apropriou-se do subgênero, mantendo-o e repetindo sua estrutura, com algumas renovações. Mas o rádio, é preciso ressaltar, foi a primeira mídia a abrir suas portas ao público que sempre deu mostras de sentir a necessidade de conhecimento do universo midiático que, no caso do rádio, se apresentava a ele somente através do som: ele queria saber sobre os locutores, sobre os atores, músicos e cantores que nele se apresentavam, sobre a organização dos programas, sobre os estúdios e bastidores, sobre um tipo de produção que acompanhava a rotina diária das pessoas. Foi essa abertura, propiciada pelo rádio, que deu origem aos programas de auditório televisuais.

Dessa forma, se os primeiros anos de história da televisão foram marcados por investimentos em produtos adequados às classes altas, que podiam adquirir os aparelhos televisores, com a popularização da televisão (custo acessível de compra), os conteúdos veiculados também se popularizaram, com vistas a abarcar o maior número de telespectadores.

Nesse contexto, considerando o fato de que a televisão, *“como veículo de comunicação de massa, promove artistas e forma ídolos que, por sua vez, precisam do contato direto com o público para interagir com os fãs”* (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 93), os programas de auditório configuraram-se como uma solução eficaz, pois, além de permitirem um contato mais direto entre artista e plateia, possibilitavam que os telespectadores participassem de forma mais ativa do processo, penetrando nos espaços de produção televisual.

Dentre o conjunto de programas de auditório já veiculados pela televisão brasileira, ao longo de seus sessenta anos de existência, provavelmente os que mais contribuíram para a consolidação do subgênero foram aqueles apresentados por José Abelardo Barbosa de Medeiros,

o Chacrinha, um dos principais ícones da televisão no Brasil, na qual atuou como apresentador de programa de auditório na TV Tupi, Excelsior, TV Rio e Rede Globo.

O codinome do apresentador foi adquirido no período em que trabalhava na Rádio Clube de Niterói, quando conduzia o programa **O Rei Momo na Chacrinha**, em alusão à chácara onde se localizava a sede da rádio (ano de 1943). Mas foi na televisão que ele ganhou destaque, reconhecimento e prestígio. Iniciou sua participação na Globo em 05.06.1967, com a apresentação de “*sua discoteca psicodélica e as roupas mais espalhafatosas da televisão brasileira*” (SOUTO MAIOR, 2006, p. 37); durante cinco anos consecutivos, apresentou na emissora os programas **Discoteca do Chacrinha** e **Buzina do Chacrinha**, havendo se afastado da Rede Globo por dez anos, entre 1972 e 1982.

As atrações desses programas giravam em torno da presença das *chacretes*, nome pelo qual ficaram conhecidas as assistentes de palco/dançarinas, dentre as quais se destacava Rita Cadillac; da realização de *shows* de calouros, que revelaram inúmeros nomes da música popular brasileira daquela época, a exemplo de Roberto Carlos e Raul Seixas; de concursos um tanto curiosos, que contavam com a participação do público:

Chacrinha promoveu alguns dos concursos mais bizarros do Brasil: distribui prêmios para a galinha que botasse ovo mais rápido e para o cachorro com o maior número de pulgas. As datilógrafas mais rápidas do Brasil, o garçom mais simpático, a Miss Vovó e a mais bela comerciária também entraram no páreo. O concurso mais disputado foi o da mais bela estudante do país. Chacrinha apresentou a finalista no estádio do Maracanãzinho lotado, em 1969. A cada programa, Chacrinha oferecia também prêmios a quem acertasse quantas vezes ele usaria a buzina durante o show de calouros. A cada buzinação, um concorrente era eliminado (SOUTO MAIOR, 2006, p. 38).

Além dessas atrações, destacava-se, ainda, a atuação do animador que se utilizava da buzina para desclassificar candidatos, e entregava o prêmio abacaxi⁴¹ aos reprovados. Ainda hoje alguns programas de auditório procedem de forma semelhante, acionando buzinas e alarmes para desclassificarem os candidatos com desempenho não satisfatório, e entregando premiações aos piores classificados.

O apresentador foi responsável pela criação de inúmeros bordões, conhecidos até os dias de hoje, a exemplo de “*Terezinha, uuuuuuh!*”; de “*Roda, roda, roda e avisa*”, para chamar o

⁴¹ O abacaxi, mais do que um prêmio de consolação, refere-se a um anti-prêmio, tendo em vista que a fruta, em virtude de sua casca espinhenta, é sinônimo de dificuldade, pois envolve bastante esforço para ser descascada e consumida.

intervalo comercial; e de “*Quem não se comunica se trumbica*”, mais tarde título de livro biográfico escrito por sua esposa, Florinda Barbosa. Além das frases que se tornaram célebres na voz do apresentador, destaca-se também a música tema de seus programas: *Abelardo Barbosa / Está com tudo e não está prosa / Menino levado da breca / Chacrinha é mais chacrinha / Com A Buzina e A Discoteca / Ó, Terezinha, ó Terezinha / é um barato A Discoteca do Chacrinha*. Na década de 1970, Gilberto Gil compôs a música *Aquele Abraço*, como forma de homenagear o Rio de Janeiro, o povo brasileiro e o *Velho Guerreiro* – apelido carinhoso atribuído ao apresentador daí por diante.

Assim como Chacrinha, vários outros apresentadores de programas de auditório fizeram história na televisão brasileira. Merecem destaque Silvio Santos e João Silvestre, com propostas de programas voltados às classes mais populares, e Hebe Camargo e Flávio Cavalcante, cuja audiência predominante localizava-se nas classes mais elevadas.

A trajetória profissional de João Silvestre, ator, escritor, compositor e apresentador de rádio e televisão, iniciou no rádio, na década de 1940, mas foi a televisão que o projetou, através do programa de auditório **O céu é o limite**, exibido pela TV-Tupi do Rio de Janeiro, nos anos de 1955. Conhecido como J. Silvestre, o apresentador foi um dos precursores dos programas em formato pergunta-resposta, consagrando-se com o bordão “*absolutamente certo!*”. Na Rede Bandeirantes, apresentou o programa **J. Silvestre**, o primeiro da televisão brasileira a adotar o formato *talk show*. Trabalhou ainda no SBT, na Rede Globo e na TV Manchete.

Sergio Miceli (2005), em livro intitulado **A noite da madrinha**, faz uma análise do programa apresentado por Hebe Camargo, no contexto dos anos 1970, examinando detalhadamente a relação estabelecida entre programa e seu público telespectador. Segundo ele:

Nos programas do *Chacrinha* e *Silvio Santos*, basta ver o comportamento apaixonado das moças da classe baixa, que constituem a grande maioria da plateia, de pé, batendo palmas, cantando os comerciais com o animador, urrando, em transe, os corpos sempre no remelexo. Nada de semelhante ocorre com o discreto e polido auditório do programa *Hebe Camargo*, em sua maioria casais mais velhos, ou coroas jovens. Estes comparecem ao auditório para fazer um programa social e se comportam como se estivessem no teatro ou no cinema (MICELI, 2005, p. 61 – grifos do autor).

As observações atentas e perspicazes do autor contribuíram de modo significativo para um melhor entendimento das formas de interação empregadas por esses programas com seus

respectivos públicos, constituindo-se, assim, como um registro histórico e cultural relevante para a história da televisão brasileira.

Cantora, atriz e apresentadora, Hebe Camargo iniciou no rádio na década de 1940 e foi uma das primeiras mulheres a compor o rol de personagens femininos da televisão – tanto que recebeu a designação de madrinha da televisão brasileira, apelido carinhoso que a acompanhou em praticamente toda a sua trajetória. Foi apresentadora do primeiro programa televisivo direcionado às mulheres, **O mundo é das mulheres**, com direção de Walter Forster, havendo trabalhado em algumas das principais emissoras do país, tais como a Record, a Bandeirantes e o SBT.

Seus programas tratavam de diferentes assuntos, que iam das preocupações com questões familiares, até os novos itens de luxo oferecidos pelo mercado, todos tratados no sofá da sala de visitas, “*o cômodo da sociedade burguesa*” (MICELI, 2005, p. 62). Sua principal característica sempre foi a presença de convidados: atores, cantores, figuras políticas, profissionais de determinada área do saber, entre outros, mesclando as entrevistas com quadros de entretenimento, compostos por música, dança. A plateia, de modo geral, participava somente durante a apresentação desses quadros; no restante da emissão, mantinha-se em silêncio, atenta ao que estava sendo discutido e comentado – o que se justificava em virtude do perfil preferencial do público telespectador do programa.

Flávio Cavalcante, talvez o mais polêmico dentre os condutores/animadores de programas de auditório da televisão brasileira, apresentou, entre as décadas de 1950 e 1970, programas voltados às classes mais altas. Léa Penteado (1993), que faz um resgate da trajetória do apresentador, no livro **Um instante, Maestro! A história de um apresentador que fez história na TV**, destaca, como principal característica do programa **Um instante maestro** (TV Tupi, Rio de Janeiro – 1957), a crítica à música popular brasileira, que culminava com a destruição dos discos que, segundo ele, possuíam pouca qualidade artística. No programa **Noite de Gala**, exibido pela TV Rio, a partir de 1960, Flávio Cavalcanti realizava entrevistas com figuras públicas, especialmente do âmbito político: “*A cada semana se superava com um assunto mais ousado, instigante, que deixava sempre um clima de suspense para a semana seguinte*” (PENTEADO, 1993, p. 29). Às entrevistas, mesclavam-se outros quadros, como o musical, que contava com a presença de Tom Jobim e João Gilberto.

A postura rígida e o constante movimento de colocar e tirar os óculos tornaram-se marcas do apresentador, que se utilizava de uma forma específica e única de chamamento do intervalo comercial: “*Os nossos comerciais, por favor!*” – sempre com o dedo em riste. A década de 1970 foi marcada pela estreia de **Flávio Cavalcanti** na TV Tupi (exibido, posteriormente, pelo SBT), cuja proposta era articular seus dois programas anteriores, **Um instante maestro** e **Noite de Gala**. Mas, no dia 22.05.1986, após realizar uma entrevista e chamar o intervalo comercial, o apresentador teve uma isquemia, que o levou ao óbito quatro dias depois.

Outro condutor/animador de programas de auditório extremamente relevante no contexto nacional tem sido Silvio Santos, cujo público foi sendo conquistado ao longo do tempo e das experiências por ele vivenciadas. Suas primeiras apresentações em público foram em um circo, em São Paulo, onde trabalhava como animador, tendo por função distrair a plateia, enquanto esperava pelos artistas atrasados.

Já no início da década de 60, Silvio começou a conquistar o carinho dos telespectadores ao se apresentar no programa **Vamos Brincar de Força?**. Com o espaço conquistado na televisão, o apresentador apostou no lançamento de um programa com seu próprio nome, o **Programa Silvio Santos**, cujos quadros principais eram: *Cuidado com a buzina*, *Só compra quem tem*, *Rainha por um dia*, *Partida de 100* e *Pergunte e Dance*.

No programa, marcaram presença figuras como o locutor Lombardi e o produtor Roque. Em 1968, época nomeada por Silvio Santos como *Domingo é dia de alegria*, foram criados diversos quadros de sucesso para o programa, tais como *Show de Loteria*, *Quem Sabe Mais* e *Boa Noite, Cinderela*.

A partir de 1981, quando recebeu a concessão do SBT, Silvio passou a batalhar espaço pela audiência com outras emissoras, ganhando projeção com seus programas, a exemplo de **Qual é a Música**, **Em Nome do Amor** e **Porta da Esperança**. No final da década de 90, o SBT exibiu uma das atrações de maior sucesso da história da TV, o programa, em formato de *game*, **Show do Milhão**. O ano de 2008 foi marcante para a história de Silvio Santos, pois o apresentador voltou a comandar, nos domingos do SBT, o **Programa Silvio Santos**. Atualmente, Silvio também apresenta o programa **Roda a Roda Jequití**, ao lado de sua filha Patricia Abravanel⁴².

⁴² Informação disponível no *link* <http://www.sbt.com.br/rodaaroda/programa/>, através do *site* da emissora SBT. Último acesso 08.04.2015, às 20h09min.

Nesses mais de 50 anos de carreira, Silvio Santos vem participando do crescimento e surgimento de diversas gerações, que acompanham a evolução do apresentador e se divertem com as brincadeiras de seus programas, sendo considerado por muitos o maior comunicador do Brasil.

A fala descontraída e coloquial, marcada, por vezes, pelo uso excessivo de palavras e pela utilização de inúmeros jargões, tornou-se uma das principais características da forma de atuação desses apresentadores que, com um tom *brincalhão*, dirigiam-se ao público, às dançarinas (chacretes) e aos convidados.

A leveza e descontração dos formatos adotados por esses programas são acentuados pela interação de seus apresentadores com a plateia, convidados e dançarinas: Chacrinha sentava no colo das pessoas; pedia beijos às chacretes; lançava objetos ao público⁴³; e, por vezes, dependendo da situação, entoava músicas, cantadas aos pedaços, como forma de animar a plateia.

As inserções publicitárias (*merchandisings* comerciais) ocupam, nesse tipo de subgênero, um espaço importante no interior do programa: afinal, são eles, patrocinadores e anunciantes, que garantem a permanência do programa no ar, tendo em vista que sua qualidade é mensurada pelos pontos no Ibope, ou seja, por sua audiência. Chacrinha, Silvio Santos, Faustão mencionam explicitamente os patrocinadores e anunciantes, exibindo inserções publicitárias no interior das brincadeiras e quadros.

Mas os programas de auditório além das inserções publicitárias comerciais, pagas pelos anunciantes externos, são responsáveis também por promover o fazer da própria emissora, uma vez que contam, dentre seus convidados, com atores da emissora, para emitirem opiniões, participarem das discussões, promoverem o lançamento de programas, etc. Essa forma de inserção autopromocional é empregada desde os primeiros programas de auditório, através da referência a atores sociais ligados à emissora e a outros programas que compõem a grade de programação.

Esses quadros e fragmentos que fizeram a história do subgênero (no rádio e na televisão) são, a todo o momento, reiterados pelos programas de auditórios produzidos e veiculados atualmente, pelas diferentes emissoras de televisão. Por essa razão, torna-se relevante a

⁴³ Jogar bacalhau para a plateia se tornou um dos principais bordões do apresentador. A ação era antecedida da pergunta “Vocês querem bacalhau?”, que surgiu como uma forma de promoção de um dos produtos vendidos pelo maior patrocinador do programa, a Casas da Banha (BARBOSA, 1996, p. 53).

recuperação dos programas de auditório, em exibição, para que se possam visualizar as características que conformam o subgênero programa de auditório.

6.4.3 Dos programas de auditório atualmente em exibição

Para que se possa melhor compreender a presença e a importância do subgênero programa de auditório na televisão brasileira, realizou-se um levantamento de todos em exibição no ano de 2014 nas principais emissoras de sinal aberto do país: Rede Globo de Televisão, Sistema Brasileiro de Televisão, TV Record e Rede Bandeirantes. De cada um desses programas, buscaram-se as seguintes informações: condutor/animador; formas de inserção na grade; dias e horários de exibição; temática preferencial; principais quadros; público preferencial a que se destina. A essas informações⁴⁴, somaram-se outras, quando necessário, para a configuração dos aspectos distintivos do programa.

6.4.3.1 Na Rede Globo de Televisão

- **Encontro com Fátima Bernardes** (em exibição desde 2012): o programa, conduzido por Fátima Bernardes, jornalista e ex-âncora do Jornal Nacional, compõe a grade fixa da emissora, veiculado ao vivo, sendo exibido de segunda a sexta-feira, no horário das 10h40min (duração⁴⁵ de 1h e 20min). O programa debate temas relacionados ao cotidiano dos brasileiros (trânsito, saúde, beleza, relações familiares, dificuldades orçamentárias, trabalho, discriminação, etc), contando com a presença de convidados, especialistas e plateia (homens e mulheres de diferentes idades), que participam das discussões, frequentemente intercaladas pela apresentação de quadros musicais. Para auxiliar a conformação da temática, o programa recorre, muitas vezes, à exibição de reportagens, ao longo de sua edição. Nas emissões do programa que precedem o lançamento ou término de algum produto da RGT há a participação de diretores, de

⁴⁴ Acessíveis mediante *site* institucional das emissoras, através dos *links* **programação** e **programas**.

⁴⁵ Corresponde à duração aproximada do programa.

atores que compõem o elenco, de cantores e/ou bandas que cantam a trilha sonora principal da telenovela ou seriado, para a apresentação do novo produto. O cenário, disposto de forma circular, reserva um centro no qual se posiciona a condutora do programa, que desempenha diferentes papéis, tais como narrador, controlador, avaliador, guia/participante, e para o qual são convocados aqueles que no momento recebem destaque, ou seja, direito à voz. Os telespectadores interpelados são aqueles com condições de assistir ao programa durante a manhã, interessados no tratamento mais informal das temáticas abordadas e capazes de intervir via *internet*, através do envio de comentários e dúvidas.

- **Programa do Jô** (em exibição desde 2000): o programa, conduzido por Jô Soares, ator, humorista, escritor, músico, compõe a grade fixa da emissora, gravado e editado, sendo exibido de segunda a sexta-feira, no horário da 01h00 (duração de 45 a 60min). O programa debate diferentes assuntos, relacionados com a trajetória dos entrevistados que, embora possuam certa representatividade em dado contexto de atuação, nem sempre se configuram em celebridades. A plateia é constituída pelos convidados e público participante, majoritariamente adulto (homens e mulheres de diferentes idades). As discussões e entrevistas, muitas vezes, são intercaladas pela apresentação de quadros musicais: o sexteto conduz o espetáculo musical, enquanto a plateia, atuante, participa com palmas, gritos, assobios. Para auxiliar a conformação da temática, o programa recorre, muitas vezes, a arquivos pessoais, como fotos e vídeos. Nas emissões do programa que precedem o lançamento ou término de algum produto da RGT são trazidos como entrevistados profissionais envolvidos diretamente com essa produção (diretores, cantores, atores que compõem o elenco) e que, por essa razão, têm condições de comentar e apresentar o novo produto. O cenário, disposto na estrutura palco e plateia, posiciona o condutor do programa, que desempenha diferentes papéis, tais como narrador, controlador, avaliador, guia/participante, e seus convidados (artistas, pessoas comuns, figuras políticas, etc) no palco, onde ficam, também, a banda do programa e demais grupos que se apresentam, e o público na plateia, constituída por uma arquibancada. Os telespectadores interpelados são aqueles com condições de assistir ao

programa nesse horário mais avançado da noite, interessados no tratamento mais informal das temáticas abordadas.

- **Vídeo Show** (em exibição desde 1983): o programa, conduzido por Monica Iozzi, jornalista e apresentadora, e Otaviano Costa, ator e apresentador, compõe a grade fixa da emissora, gravado e editado, sendo exibido de segunda a sexta-feira, no horário da 13h49min (duração de 45 a 60min). Durante o ano de 2014, o programa imigrou para o subgênero programa de auditório⁴⁶, contando com a presença de um convidado global, que assumia o papel de protagonista da emissão, e de plateia, constituída pelo público participante, adolescentes, jovens e adultos, de diferentes idades. Para auxiliar a conformação da temática, o programa recorria à exibição de cenas, recuperadas nos arquivos da emissora e exibidas ao longo da edição do programa, que ilustravam os principais trabalhos desenvolvidos pelo famoso, ao longo de sua trajetória. De modo geral, o programa se constituía como um acervo da Rede Globo, com vistas a lembrar o que já foi desenvolvido pela emissora. O convidado/artista realizava uma série de brincadeiras, que possuíam relação com algum dos papéis por ele vividos. Destaca-se, nesse sentido, a presença de profissionais (atores, diretores) envolvidos com o lançamento de algum produto da emissora, que, pela participação, apresentavam o novo produto. O mesmo acontecia quando chegava ao fim alguma novela ou seriado. O cenário, disposto na estrutura palco e plateia, posicionava o condutor do programa, que desempenhava diferentes papéis, tais como narrador, controlador, avaliador, e seus convidados no palco e o público na plateia, constituída por uma arquibancada. Os telespectadores interpelados eram aqueles com condições de assistir ao programa durante a tarde, interessados nesse tipo de entretenimento que destacava os produtos e os profissionais da Rede Globo.
- **Caldeirão do Huck** (em exibição desde 2000): o programa, conduzido por Luciano Huck, experiente apresentador de televisão, compõe a grade fixa da emissora, gravado e editado, sendo exibido aos sábados, no horário das 16h15min (duração de 2h e 10min). O programa exhibe diferentes quadros que se estruturam a partir de desafios, convocando os

⁴⁶ Nesse período, o jornalista Zeca Camargo assumiu como apresentador.

participantes a executarem provas com vistas a realização de seu sonho, a exemplo de *Lata Velha*, *Lar Doce Lar*, *Agora ou Nunca*. Por vezes, realizam-se competições, como *Musa do Brasileirão* e *Rainha do Carnaval*, sendo convocado um júri, composto por convidados famosos, em cada emissão, para fazer a escolha. Não há, assim, uma temática que perpassasse o todo do programa, mas a recorrência a diferentes temas, desenvolvidos nos quadros, que se apresentam alternadamente de uma emissão a outra – viagens, diferentes lugares, culturas, hábitos, modos de vida. Para auxiliar a conformação da temática, o programa recorre, muitas vezes, à exibição de reportagens, ao longo de sua edição. Nas emissões do programa que precedem o lançamento ou término de algum produto da RGT há a participação de diretores, de atores que compõem o elenco, de cantores e/ou bandas que cantam a trilha sonora principal da telenovela ou seriado, para a apresentação do novo produto. O cenário, disposto na estrutura palco e plateia, posiciona o condutor do programa, que desempenha diferentes papéis, tais como narrador, controlador, avaliador, guia/participante, e seus convidados (artistas e pessoas comuns, que participam das competições) no palco e o público na plateia, constituída por uma arquibancada. De modo geral, a plateia, constituída prioritariamente por jovens, participa através de palmas, aplausos e, algumas vezes, voz. Os telespectadores interpelados são aqueles com condições de assistir ao programa aos sábados à tarde, interessados na proposta popularesca do programa e que se identificam com as atrações apresentadas.

- **TV Xuxa** (em exibição de 2005 a 2014)⁴⁷: o programa, conduzido por Xuxa, modelo, cantora, atriz e apresentadora, compunha a grade fixa da emissora, gravado e editado, sendo exibido aos sábados, no horário das 15h06min (duração 1h e 30min). O programa intercalava quadros de concursos de calouros e a apresentação de cantores e bandas, contando com a presença de convidados do universo artístico e de plateia, constituída prioritariamente por jovens. Não havia, assim, uma temática que perpassasse o todo do programa, mas comentários diversos feitos pelos participantes do júri, que permaneciam no palco durante toda a emissão. O cenário, disposto na estrutura palco e plateia, posicionava a condutora do programa, que desempenhava diferentes papéis, tais como narrador, controlador, avaliador, guia/participante, e seus convidados (cantores, bandas)

⁴⁷ A Xuxa foi desligada da RGT em dezembro de 2014; o programa foi retirado do ar.

no palco e o público na plateia, em um nível mais baixo, que participava através de palmas, gritos e assobios. Os telespectadores interpelados eram aqueles com condições de assistir ao programa aos sábados à tarde, interessados nesse tipo de entretenimento voltado à apresentação musical e ao universo artístico da Rede Globo.

- **Domingão do Faustão** (em exibição desde 1989): o programa, conduzido por Fausto Silva, famoso apresentador de rádio e televisão, compõe a grade fixa da emissora, veiculado ao vivo, sendo exibido aos domingos, no horário das 18h00 (duração de 2h e 50min). O programa intercala diferentes quadros com a presença de convidados do meio artístico, de especialistas, que abordam determinados assuntos, variáveis a cada emissão, e da plateia, constituída majoritariamente por homens e mulheres. Não há, assim, uma temática que perpassa o todo do programa, mas a recorrência a diferentes temas, desenvolvidos nos quadros, que se apresentam alternadamente de uma emissão a outra. Um dos quadros do programa, o *Arquivo confidencial*, homenageia um ator global, que, na maioria das vezes, está atuando em uma das telenovelas ou seriados da emissora. Além disso, são inseridos quadros, que precedem o lançamento de algum produto da emissora, com a participação de diretores, atores que compõem o elenco, para a apresentação do novo produto. O mesmo acontece quando chega ao fim alguma novela ou seriado. O cenário, disposto na estrutura palco e plateia, posiciona o condutor do programa, que desempenha diferentes papéis, tais como narrador, controlador, avaliador, guia/participante, e seus convidados (especialistas, atores, cantores, bandas) no palco, onde ficam, também, as dançarinas, e o público na plateia, constituída por uma arquibancada. Os telespectadores interpelados são aqueles com condição de assistir ao programa aos domingos à tarde, interessados na proposta popularesca e apelativa do programa e que se identificam com as atrações apresentadas, voltadas à apresentação musical, ao acompanhamento de competições e concursos, à apresentação do universo artístico da emissora e dos bastidores dos diferentes programas.
- **Altas Horas** (em exibição desde 2000): o programa, conduzido por Serginho Groisman, jornalista e apresentador, compõe a grade fixa da emissora, gravado e editado, sendo exibido aos sábados, no horário das 23h15min (duração de 1h e 40min). O programa

debate temas relacionados com o universo artístico, cultural, político, econômico, esportivo do país, contando com a presença de convidados, especialistas e plateia (composta majoritariamente por jovens) que participam das discussões, frequentemente intercaladas pela apresentação de quadros musicais. O debate, muitas vezes, aparece intercalado pela apresentação de quadros, a exemplo de *Sexo com Laura Müller*, *Com quem me pareço*, *Quinze segundos de fama*, além das apresentações musicais. Para auxiliar a conformação da temática, o programa recorre, muitas vezes, à exibição de reportagens, ao longo de sua edição. Nas emissões do programa que precedem o lançamento ou término de algum produto da RGT há a participação de diretores, de atores que compõem o elenco, de cantores e/ou bandas que cantam a trilha sonora principal da telenovela ou seriado, para a apresentação do novo produto. O cenário, disposto de forma circular, reserva um centro no qual se posiciona a condutora do programa que desempenha diferentes papéis, tais como narrador, controlador, avaliador, guia/participante, e para o qual são convocados aqueles que no momento recebem destaque, ou seja, direito à voz. O público ocupa o espaço na plateia, constituída por uma arquibancada, participa de modo ativo, através de perguntas, protestos, depoimentos, entre outros modos. Os telespectadores interpelados são aqueles com condições de assistir ao programa nesse horário mais avançado da noite, interessados no tratamento mais informal das temáticas abordadas e que se identificam com as atrações apresentadas.

- **Esquenta!**⁴⁸ (em exibição desde 2011): o programa, conduzido por Regina Casé, compõe atualmente a grade fixa de programação da emissora.
- **Na moral** (em exibição desde 2012): o programa, conduzido por Pedro Bial, jornalista e apresentador do Big Brother Brasil, vai ao ar por temporadas, gravado e editado, sendo exibido às quintas-feiras, no horário das 23h30min (duração de 45min). O programa debate temas atuais do contexto brasileiro do ponto de vista social, político, econômico, cultural, entre outros, contando com a presença de convidados, especialistas e plateia

⁴⁸ O programa *Esquenta!* constitui o objeto empírico da presente tese e, por essa razão, há uma apresentação mais detalhada do mesmo na seção destinada à análise.

(homens e mulheres de diferentes idades), constituída pelos convidados e público participante, que participa ativamente através de perguntas, opiniões e/ou testemunhos. Para auxiliar a conformação da temática, recorre a reportagens, exibidas ao longo da emissão do programa. O cenário, disposto de forma circular, reserva um centro no qual se posiciona o condutor do programa, que desempenha diferentes papéis, tais como narrador, controlador, avaliador, guia/participante, e para o qual são convocados aqueles que no momento recebem destaque, ou seja, voz. Os telespectadores interpelados são aqueles com condições de assistir ao programa nesse horário mais avançado da noite, interessados no tratamento mais aprofundado das temáticas abordadas e capazes de intervir via *internet*, através do envio de comentários e dúvidas.

- **The Voice Brasil** (em exibição desde 2012): o programa, conduzido por Tiago Leifert, jornalista e apresentador, vai ao ar por temporadas, gravado e editado (com exceção das últimas emissões, exibidas ao vivo⁴⁹), sendo exibido às quintas-feiras, no horário das 22h30min (duração de 1h e 45min), constituindo-se em um concurso do melhor cantor do Brasil, contando com a presença de uma comissão técnica e julgadora composta de quatro cantores – Claudia Leite, Lulu Santos, Daniel, Carlinhos Brown – bem como de uma plateia, constituída pelos convidados/jurados e pelo público participante, homens e mulheres de distintas faixas etárias. Para auxiliar a conformação da temática, recorre à apresentação, no palco do programa, de diversos participantes, que concorrem entre si por uma vaga em uma das equipes de jurados. Além disso, reportagens e entrevistas sobre os candidatos são exibidas ao longo da edição do programa, com o objetivo de relatarem fatos sobre a vida e sonhos de cada candidato. O cenário, disposto na estrutura palco e plateia, posiciona o condutor do programa, que desempenha diferentes papéis, tais como narrador, controlador, competidores e júri no palco, e público na plateia, constituída por uma arquibancada. Os telespectadores interpelados são aqueles com condições de assistir ao programa nesse horário mais avançado da noite, interessados nesse tipo de entretenimento e capazes de intervir via *internet*, através do envio de

⁴⁹ Na primeira temporada do programa, apenas a última emissão foi ao vivo; na segunda temporada, as três últimas emissões foram ao vivo, em virtude da participação do público, que passou a auxiliar na escolha dos candidatos desde a antepenúltima fase.

comentários e participação nas votações, que representam um dos investimentos do programa.

- **Sai do Chão**⁵⁰ (em exibição em 2014): o programa, conduzido por diferentes cantores, a exemplo de Anitta, Jorge e Mateus, Luan Santana, Naldo, Paula Fernandes, Thiaguinho⁵¹, foi ao ar por temporadas, gravado e editado, sendo exibido aos domingos, no horário das 15h05min (duração de 1h e 15min). O programa contava com a presença de convidados do universo musical, que se apresentavam em um espaço semelhante a um *show*, e de plateia, constituída majoritariamente por jovens. Cada uma das edições era comandada por um artista que, além de apresentar o programa e os convidados, apresentava o espetáculo. Para auxiliar a conformação da temática, recorria a cenas que mostravam os bastidores da gravação, os ensaios e camarins dos artistas, além de depoimentos contando a trajetória de carreira do cantor-apresentador; fãs dançando e cantando seus principais *hits*. O cenário, disposto na estrutura palco e plateia, posicionava os condutores do programa, que desempenhavam diferentes papéis, tais como narrador, controlador, e seus convidados (cantores, bandas) no palco, e o público na plateia, que assistia ao *show*, e se manifestava na forma de gritos, palmas e assobios. Os telespectadores interpelados eram aqueles com condições de assistir ao programa nos domingos à tarde, interessados nesse tipo de entretenimento, voltado à música, à dança.
- **Amor e Sexo** (em exibição desde 2009): o programa, conduzido por Fernanda Lima, modelo, atriz e apresentadora, vai ao ar por temporadas, gravado e editado, sendo exibido às quintas-feiras, no horário das 00h05min (duração de 45min). O programa debate temas relacionados com questões que envolvem os mais variados tipos de relacionamentos, dedicando atenção especial ao sexo, assunto ainda polêmico no cenário brasileiro, contando com a presença de convidados, especialistas, e plateia, constituída pelos convidados e público participante, homens e mulheres de diferentes idades, que participam das discussões, frequentemente intercaladas pela apresentação de quadros

⁵⁰ A primeira temporada iniciou em 05.01.2014; posteriormente, foi divulgada também a segunda edição do programa. “Com estreia prevista para 21 de dezembro [2014] e início das gravações dia 03 de novembro, a atração vai contar com a apresentação e vozes de Michel Teló, Maria Rita, Victor & Leo, Alexandre Pires, Sorriso Maroto e Márcio Victor (Psirico)” – de acordo com informações do *site* da Globo.

⁵¹ Presentes na primeira temporada do programa, no ano de 2014.

musicais, brincadeiras e concursos. Para auxiliar a conformação da temática, recorre a entrevistas, reportagens, depoimentos dos convidados e da plateia, esclarecimentos dados por diferentes profissionais (sexólogos, psicólogos, terapeutas), competições, etc. O cenário, disposto na estrutura palco e plateia, posiciona a condutora do programa, que desempenha diferentes papéis, tais como narrador, controlador, avaliador, guia/participante, seus convidados e a banda do programa no palco, e o público na plateia, constituída por uma arquibancada. Os telespectadores interpelados são aqueles com condições de assistir ao programa nesse horário mais avançado da noite, interessados no tratamento mais informal, leve, descontraído e divertido das temáticas abordadas.

6.4.3.2 No Sistema Brasileiro de Televisão

- **Programa do Ratinho** (em exibição desde 1998): o programa, conduzido por Carlos Massa, vulgo Ratinho, radialista, empresário e apresentador, compõe a grade fixa da emissora, veiculado ao vivo, sendo exibido de segunda a sexta-feira, no horário das 22h00 (duração de 1h). O programa conta com a presença de convidados do universo artístico e cultural, de pessoas que participam mediante inscrição, em diferentes quadros, e de plateia, constituída pelos convidados e público participante, composto por mulheres de diferentes idades. Não há, assim, uma temática que perpassa o todo do programa, mas a recorrência a diferentes temas, desenvolvidos nos quadros, que se apresentam alternadamente de uma emissão a outra. Dentre os principais quadros destacam-se: *Jornal Racional*, *Vai Quem Quer*, *Escolinha do Ratinho*, *Teste de DNA*. O forte apelo humorístico é reforçado por Xaropinho, um fantoche que direciona os investimentos com a plateia e os convidados. O cenário, disposto na estrutura palco e plateia, posiciona o condutor do programa, que desempenha diferentes papéis, tais como narrador, controlador, avaliador, e seus convidados (artistas e/ou pessoas comuns) no palco, e o público na plateia, constituída por uma arquibancada. Os telespectadores interpelados são aqueles com condições de assistir ao programa nesse horário mais avançado da noite,

interessados na proposta popularesca e apelativa do programa e que se identificam com as atrações apresentadas.

- **Programa Raul Gil** (em exibição desde 2010): o programa, conduzido por Raul Gil, cantor e apresentador, compõe a grade fixa da emissora, gravado e editado, sendo exibido aos sábados, no horário das 14h15min (duração de 4h e 15min). O programa conta com a presença de convidados famosos, cantores consagrados, pessoas comuns, que participam em determinado quadro do programa, e da plateia, constituída pelos convidados e público participante, composto por mulheres de diferentes idades. Não há, assim, uma temática que perpassse o todo do programa, mas a recorrência a diferentes temas, desenvolvidos nos quadros, que se apresentam alternadamente de uma emissão a outra. Dentre os principais quadros destacam-se as competições de novos talentos do universo musical. O cenário, disposto na estrutura palco e plateia, posiciona o condutor do programa, que desempenha diferentes papéis, tais como narrador, controlador, avaliador, guia/participante, e seus convidados (artistas e/ou pessoas comuns) no palco e o público na plateia, constituída por uma arquibancada. Os telespectadores interpelados são aqueles com condições de assistir ao programa aos sábados à tarde, interessados nesse tipo de entretenimento voltado à competição e apresentação musical.
- **Domingo Legal** (em exibição desde 1993): o programa, conduzido atualmente por Celso Portioli, animador e apresentador, compõe a grade fixa da emissora, veiculado ao vivo, sendo exibido aos domingos, no horário das 11h00 (duração de 4h). O programa conta com a presença de convidados do universo artístico e da plateia, composta pelos convidados e pelo público participante, majoritariamente mulheres de diferentes idades. Não há, assim, uma temática que perpassse o todo do programa, mas a recorrência a diferentes temas, que são intercalados por diferentes quadros – apresentações musicais, bate-papo com celebridades nacionais e internacionais, reportagens, notícias – que se apresentam alternadamente de uma emissão a outra. O cenário, disposto na estrutura palco e plateia, posiciona o condutor do programa, que desempenha diferentes papéis, tais como narrador, controlador, avaliador, guia/participante, os convidados (artistas e/ou pessoas comuns) e as dançarinas do programa no palco, e o público na plateia,

constituída por uma arquibancada. Os telespectadores interpelados são aqueles com condições de assistirem ao programa aos domingos no horário do meio-dia, interessados na proposta popularesca do programa e que se identificam com as atrações apresentadas, que mostram o cotidiano dos famosos e a vida de pessoas comuns.

- **Eliana** (em exibição desde 2009): o programa, conduzido por Eliana, cantora, atriz e apresentadora, compõe a grade fixa da emissora, veiculado ao vivo, sendo exibido aos domingos, no horário das 15h00 (duração de 4h). O programa conta com a presença de convidados, especialistas que abordam determinado assunto, de cantores e bandas que animam o palco do programa, além da plateia, constituída pelos convidados e público participante, composto por mulheres de diferentes idades. Não há, assim, uma temática que perpassa o todo do programa, mas a recorrência a diferentes temas, que são intercalados por diferentes quadros – apresentações musicais, bate-papo com celebridades nacionais e internacionais, reportagens, notícias, curiosidades – que se apresentam alternadamente de uma emissão a outra. O cenário, disposto na estrutura de palco e plateia, posiciona o condutor do programa, que desempenha diferentes papéis, tais como narrador, controlador, avaliador, guia/participante, e seus convidados (artistas e/ou pessoas comuns) no palco, e o público na plateia, constituída por uma arquibancada. Os telespectadores interpelados são aqueles com condições de assistir ao programa aos domingos à tarde, interessados na proposta popularesca do programa e que se identificam com as atrações apresentadas.
- **Programa Silvio Santos** (em exibição desde 2001): o programa, conduzido por Silvio Santos, empresário e experiente apresentador de rádio e televisão, compõe a grade fixa da emissora, gravado e editado, sendo exibido aos domingos, no horário das 20h00 (duração de 4h). O programa conta com a presença de convidados famosos e pessoas comuns, que participam de jogos e brincadeiras com a plateia, constituída pelos convidados e público participante, composto por mulheres de diferentes idades – a frase “Quem quer dinheiro” é uma marca característica do programa e do apresentador. Não há, assim, uma temática que perpassa o todo do programa, mas a recorrência a diferentes temas, que são intercalados por diferentes quadros – competições, muito semelhantes àqueles realizados

pelos primeiros programas de auditório, tais como concurso de dança (acrobática, de salão, individual, em grupo, infantil), de sócias, de transformistas; escolha das pernas mais belas; câmeras escondidas (os participantes precisam responder à pergunta do apresentador); jogos, como não erre a letra, para ou continua, prova do segredo musical, quem erra ganha, quero ser uma estrela, além de *show* de calouros, torneio musical, entre outros. O cenário, disposto na estrutura palco e plateia, posiciona o condutor do programa, que desempenha diferentes papéis, tais como narrador, controlador, avaliador, guia/participante, e seus convidados (artistas e/ou pessoas comuns) no palco, e o público na plateia, constituída por uma arquibancada. Os telespectadores interpelados são aqueles com condições de assistir ao programa aos domingos à noite, interessados nesse tipo de entretenimento e que se identificam com as atrações apresentadas.

- **The Noite** (em exibição desde 2014): o programa, conduzido por Danilo Gentili, humorista, comediante e apresentador, compõe a grade fixa da emissora, gravado e editado, sendo exibido de segunda a sexta-feira, no horário das 24h (duração de 45 a 60 minutos). Conta, ainda, com a presença de Léo Lins, Murilo Couto, a assistente de palco Juliana e o locutor Dieguinho. O programa debate diferentes assuntos relacionados com a trajetória dos entrevistados que, embora possuam certa representatividade em dado contexto de atuação, nem sempre se configuram em celebridades. A plateia é constituída pelos convidados e público participante, majoritariamente adulto (homens e mulheres de diferentes idades). As discussões e entrevistas, muitas vezes, são intercaladas por apresentações musicais (a banda Ultraje a Rigor é responsável pela condução da trilha sonora do programa), e pela apresentação de quadros, como, por exemplo, *O mestre mandou*, *O homem do QI 200*. Para auxiliar a conformação da temática, o programa recorre, muitas vezes, a arquivos pessoais, como fotos e vídeos, adotando majoritariamente o humor como tom. O cenário, disposto na estrutura palco e plateia, posiciona o condutor do programa, que desempenha diferentes papéis, tais como narrador, controlador, avaliador, guia/participante, e seus convidados (artistas, pessoas comuns, figuras políticas, etc) no palco, onde ficam, também, a banda do programa e demais grupos que se apresentam, e o público na plateia, constituída por uma arquibancada. Os telespectadores interpelados são aqueles com condições de assistir ao

programa nesse horário mais avançado da noite, interessados no tratamento mais informal das temáticas abordadas.

- **Casos de família** (em exibição desde 2004): o programa, conduzido por Christina Rocha, jornalista e apresentadora, compõe a grade fixa da emissora, veiculado gravado e editado, sendo exibido de segunda a sexta-feira, no horário das 14h15min (duração de 1h15min). O programa debate temas polêmicos que envolvem determinadas situações conflituosas entre familiares, amigos, colegas de trabalho, vizinhos. De modo geral, são pessoas comuns que trazem, ao palco do programa, seus problemas, buscando formas de solucioná-los, com o auxílio de uma psicóloga (convidado fixo), da apresentadora/conduzida e de integrantes da plateia, que se manifestam através de perguntas e sugestões. Para a conformação da temática, recorre, muitas vezes, à dramatização, ao relato dos sujeitos envolvidos no conflito em questão. O cenário, disposto na estrutura de palco e plateia, posiciona a condutora do programa, que desempenha diferentes papéis, tais como narrador, controlador, avaliador, guia/participante, e seus convidados (pessoas comuns que irão contar seus dramas) no palco, e o público na plateia. Os telespectadores interpelados são aqueles com condições de assistir ao programa durante a tarde, interessados em assuntos cotidianos de outros sujeitos.
- **Festival Sertanejo** (em exibição desde 2013): o programa, conduzido por diferentes personalidades famosas, a exemplo dos cantores Chitãozinho e Xororó e da atriz e apresentadora Hellen Ganzarolli⁵², vai ao ar por temporadas, gravado e editado, sendo exibido aos sábados, no horário das 22h15min (duração de 1h45min), constituindo-se em um concurso que busca a melhor voz sertaneja do Brasil, contando com a presença de uma comissão técnica e julgadora composta por dois cantores – Hugo e Tiago – bem como por uma plateia, constituída pelos convidados (cantores sertanejos de grande renome no país, a exemplo de Michel Teló, Victor e Leo, João Neto e Frederico), pelos jurados/técnicos e pelo público participante (que tem direito a voto), homens e mulheres, majoritariamente jovens. Para auxiliar a conformação da temática, recorre à

⁵² Presentes na segunda temporada do programa, no ano de 2014.

apresentação, no palco do programa, de diversos cantores sertanejos famosos, e dos candidatos que concorrem entre si – cada emissão traz o duelo entre dois competidores; o vencedor permanece na casa. Além disso, reportagens e entrevistas sobre os candidatos são exibidas ao longo da edição do programa, com o objetivo de relatarmos fatos sobre a vida e sonhos de cada candidato, contando um pouco de sua história, bem como a rotina dos participantes na casa (onde ocorrem as triagens que determinam quais participantes irão se apresentar, em cada emissão, no palco do programa). As emissões do programa contam, também, com diferentes quadros de competição que se constituem, em sua maioria, em *merchandising* da marca patrocinadora do programa, a cerveja Crystal. O cenário, disposto na estrutura palco e plateia, posiciona os condutores do programa, que desempenham diferentes papéis, tais como narradores e controladores, competidores e júri no palco, e público na plateia, constituída por uma arquibancada, localizada em todo o entorno do palco central. Os telespectadores interpelados são aqueles com condições de assistir ao programa nesse horário mais avançado da noite, interessados nesse tipo de entretenimento, voltado à música sertaneja, e capazes de intervir via portal de voz⁵³, *internet* e/ou SMS⁵⁴.

- **Esse artista sou eu** (em exibição desde 2014⁵⁵): o programa, conduzido por Márcio Ballas, apresentador e comediante, vai ao ar por temporadas, gravado e editado, sendo exibido às segundas-feiras, no horário das 23h (duração de 1h), constituindo-se em um *show* de talentos, contando com a presença de uma comissão técnica – composta pelo coreógrafo Netto Soares, pela fonoaudióloga e preparadora vocal Blacy Gulfier e pelo preparador de elenco Marcelo Boffat – e uma comissão julgadora – composta por Cys Zamorano, Thomas Roth e Carlos Miranda – bem como por uma plateia, constituída pelos jurados e pelo público participante, homens e mulheres, majoritariamente jovens, cuja participação se restringe aos aplausos e gritos entusiasmados. De modo geral, os participantes/competidores assumem o papel de alguma personalidade famosa no universo musical e realizam a apresentação (voz e interpretação cênica, por meio de

⁵³ Canal de comunicação disponibilizado pela emissora, com vistas a possibilitar a participação do público telespectador.

⁵⁴ *Short Message Service* (Serviço de Mensagens Curtas) – permite o envio de mensagens de textos através de telefones celulares. A votação ocorre mediante envio da mensagem, por parte do público telespectador.

⁵⁵ O programa não teve nova temporada, no ano de 2015.

coreografia) no palco do programa. Para auxiliar a conformação da temática, recorre a reportagens e entrevistas, exibidas ao longo da edição do programa, com o objetivo de relatarem fatos sobre a vida e sonhos de cada candidato, contando um pouco de sua história, bem como a rotina de ensaio dos participantes. O cenário, disposto na estrutura palco e plateia, posiciona o condutor do programa, que desempenham diferentes papéis, tais como narrador e controlador, competidores e júri no palco, e público na plateia, constituída por uma arquibancada. Os telespectadores interpelados são aqueles com condições de assistir ao programa nesse horário mais avançado da noite, interessados nesse tipo de entretenimento, voltado à música e à interpretação.

6.4.3.3 Na TV RECORD

- **Programa da Tarde** (em exibição desde 2012)⁵⁶: o programa, conduzido por Ana Hickmann, Ticiane Pinheiro e Britto Jr., compõe a grade fixa da emissora, veiculado ao vivo, sendo exibido de segunda a sexta-feira, no horário das 14h30min (duração de 2h e 50min). O programa debate temas relacionados ao cotidiano dos brasileiros (saúde, beleza, moda, sexualidade, comportamento, relacionamentos, etc), contando com a presença de convidados famosos, especialistas, e plateia, constituída pelos convidados e público participante, composto por mulheres de diferentes idades. Para a conformação da temática, recorre à informação, às entrevistas com famosos, intercalando diferentes quadros, a exemplo de *Além do Peso*, um *reality show* que mostra a rotina diária de competidores em busca de perda de peso, e *Patrulha do consumidor*, que auxilia os consumidores a solucionar problemas com algum produto comprado. O cenário, disposto na estrutura de palco e plateia, posiciona os condutores do programa, que desempenha diferentes papéis, tais como narrador, controlador, avaliador, guia/participante, e seus convidados (artistas e/ou pessoas comuns) no palco, e o público na plateia. Os telespectadores interpelados são aqueles com condições de assistir ao programa durante a tarde, interessados no tratamento mais informal, leve, descontraído e divertido, das temáticas abordadas e que se identificam com as atrações apresentadas.

⁵⁶ O programa foi encerrado em julho de 2015.

- **Legendários** (em exibição desde 2010): o programa, conduzido por Marcos Mion, ator, empresário e apresentador, compõe a grade fixa da emissora, gravado e editado, sendo exibido aos sábados, no horário das 22h15min (duração de 2h e 25min). O programa conta com a presença de convidados do universo artístico, que participam dos quadros do programa, e de plateia, constituída pelos convidados e pelo público participante, composto majoritariamente por jovens. Não há, assim, uma temática que perpassasse o todo do programa, mas a recorrência a diferentes temas, que são intercalados por informação, através de reportagens e entrevistas, e entretenimento, através de diferentes quadros, que permitem a participação dos telespectadores mediante inscrição prévia, tais como: *Minha mulher é mais forte do que eu*, *Gordinho mais leve do Brasil*, *Minha boca é um show* e *Você faz o que eu faço?*. O cenário, disposto na estrutura de palco e plateia, posiciona o condutor do programa, que desempenha diferentes papéis, tais como narrador, controlador, avaliador, guia/participante, e seus convidados (artistas e/ou pessoas comuns) no palco, e o público na plateia. Os telespectadores interpelados são aqueles com condições de assistir ao programa nesse horário mais avançado da noite, interessados no tratamento mais informal, leve e divertido das temáticas abordadas, que se identificam com o tom de humor aplicado às atrações e capazes de intervir via *internet*, através do envio de comentários.

6.4.3.4 Na Bandeirantes

- **Pânico na Band** (em exibição desde 2012): o programa, conduzido por Emílio Surita, radialista, produtor e apresentador de televisão, compõe a grade fixa da emissora, veiculado ao vivo, sendo exibido aos domingos, no horário das 21h00 (duração de 2h e 30min). O programa conta com a presença de um elenco bastante numeroso – Rodrigo Scarpa (Vesgo), Wellington Muniz (Ceará), Márvio Lúcio (Carioca), Marcos Chiesa (Bola), Evandro Santo, Eduardo Sterblitch (Polvilho), Daniel Zukerman, Daniel Peixoto (Alfinete), Guilherme Santana, Nicole – que comentam sobre diferentes assuntos, especialmente aqueles relacionados com o universo dos famosos, e da plateia, composta pelos apresentadores e pelo público participante, majoritariamente jovem. Não há, assim,

uma temática que perpassa o todo do programa, mas a recorrência a diferentes temas, que são intercalados por entrevistas, coberturas de festas badaladas de artistas e personagens famosos, quadros de desafios que envolvem a participação dos próprios integrantes/apresentadores do programa. O cenário, disposto de forma circular, reserva um centro no qual se posiciona o condutor do programa, que desempenha diferentes papéis, tais como narrador, controlador, avaliador, guia/participante, e para o qual são convocados aqueles que no momento recebem destaque, ou seja, voz. Os telespectadores interpelados são aqueles com condições de assistir ao programa aos domingos à noite, interessados na proposta popularesca e apelativa do programa que é carregado de um humor eschachado, de piadas e brincadeiras.

- **Agora é tarde** (em exibição desde 2011): o programa, conduzido por Rafinha Bastos⁵⁷, humorista, comediante e apresentador, compõe a grade fixa da emissora, gravado e editado, sendo exibido de terça a sexta-feira, no horário das 00h00 (duração de 45min). O programa conta com a presença de convidados, especialistas, em uma proposta que mescla *talk show* (programas de entrevistas) com programa de auditório, cuja plateia é composta pelos convidados e público participante, homens e mulheres de distintas idades. Para auxiliar a conformação da temática, recorre a entrevistas, apresentações musicais, reportagens, quadros de humor, curiosidades, entre outros; além disso, a irreverência do condutor confere o tom de humor e descontração característico do programa. O cenário, disposto na estrutura de palco e plateia, posiciona o condutor do programa, que desempenha diferentes papéis, tais como narrador, controlador, avaliador, guia/participante, e seus convidados (artistas, pessoas comuns, figuras políticas, etc) no palco, onde ficam, também, a banda do programa e demais grupos que se apresentam, e o público na plateia, constituída por uma arquibancada. Os telespectadores interpelados são aqueles com condições de assistir ao programa nesse horário mais avançado da noite, interessados no tratamento mais informal, leve e divertido, das temáticas abordadas.

⁵⁷ Até 2014, o programa tinha como apresentador o humorista e comediante Danilo Gentili, que, depois de alguns desentendimentos com a emissora, migrou para o SBT.

- **CQC – Custe o Que Custar** (em exibição desde 2008)⁵⁸: o programa, conduzido por Marcelo Tas, jornalista, escritor, roteirista, apresentador de televisão e diretor, compõe a grade fixa da emissora, veiculado ao vivo, sendo exibido às segundas-feiras, no horário das 22h30 (duração de 2h). O programa conta com a presença de jornalistas e repórteres, em uma proposta que mescla telejornalismo (abordagem de assuntos cotidianos de uma forma irreverente, com traços de humor e deboche) com programa de auditório, cuja plateia é composta por um público participante, homens e mulheres majoritariamente jovens, que se expressam somente através de gritos, assobios e aplausos. Para auxiliar a conformação da temática, recorre a entrevistas e reportagens, que dão conta das principais informações da semana e à exibição de quadros variados (como, por exemplo, *50 por 50*, *Proteste Já*); além disso, a irreverência dos jornalistas/apresentadores confere o tom de humor e descontração característico do programa. O cenário, disposto na estrutura de palco e plateia, posiciona a bancada onde ficam os condutores do programa, que desempenham diferentes papéis, tais como narrador, controlador, avaliador, no palco e o público na plateia, constituída por uma arquibancada. Os telespectadores interpelados são aqueles com condições de assistir ao programa nesse horário mais avançado da noite, interessados no tratamento mais informal, leve e divertido, das temáticas abordadas.

De modo geral, perceberam-se algumas características em comum: todos os programas de auditório, atualmente em exibição, são voltados para públicos adultos – não há nenhum direcionamento para crianças, reforçando um cenário que caracteriza toda a programação; há uma diversidade de quadros e temáticas – no interior dos programas e na comparação entre eles; com diferentes estruturas, todos os programas exibem algum tipo de apresentação musical; os programas apresentam certa variação de participação do auditório – em alguns programas o auditório ocupa espaço central, em outros, quase não é referenciado; os dias e horários de exibição são bastante variados, apresentando configurações bastante distintas em uma mesma emissora.

⁵⁸ Embora seu formato seja bastante diferente, apresenta os elementos configuradores do subgênero programa de auditório, adotados por esta investigação, a saber: presença de condutor/animador e de um público presente.

6.5 Relações intratextuais de caráter discursivo e expressivo

Buscam-se aqui analisar as relações contraídas no interior das próprias emissões do programa, em cada uma de suas diferentes fases. A análise das emissões, embora individual, é feita por fases, iniciando com a apresentação de alguns apontamentos gerais sobre cada uma delas, com vistas a perceber as distinções – semelhanças e diferenças – entre as variadas fases de apresentação do programa, inclusive a atual, de inserção regular na grade de programação. Assim, na sequência, examinam-se, em suas formas de expressão, duas emissões de cada uma das fases do programa em suas relações internas, com ênfase nos procedimentos discursivos de tematização, figurativização, actorialização, temporalização, espacialização e tonalização.

6.5.1 Primeira temporada do Esquentá! – caracterização geral

A primeira temporada do **Esquentá!**, exibida no período entre 02.01.2011 e 27.03.2011, no horário das 13h30min, conta com 13 emissões, estruturadas em 3 blocos, com duração aproximada de 1h20min. O contexto sociocultural que serve de entorno à produção/realização e lançamento do programa, além da recente ocupação das favelas pelas UPP's, pela própria época do ano, liga-se ao verão e ao Carnaval carioca, assunto, aliás, recuperado em discussões e entrevistas, bem como nos figurinos usados pela apresentadora/conduzora, personagens fixos, convidados, dançarinos e plateia, composta por representantes de diversas escolas de samba (compositores, passistas, músicos).

Na primeira temporada, o foco do programa é, assim, a roda de samba e tudo o que ela representa: escolas de samba, Carnaval, dança, música.

Na primeira temporada os quadros ainda não têm nomes específicos – são apenas ensaios, que só assumem uma estrutura formal posteriormente. Mas, nas emissões analisadas já se percebe, em virtude da repetição que ocorre entre elas, a tentativa de organização do programa por quadros, tais como o de humor e o de cozinha.

De modo geral, a plateia, distribuída ao redor de três palcos, destinados à apresentação da roda de samba, à realização dos shows e espetáculos e à exibição do quadro de cozinha, ocupa o espaço da arquibancada, das mesas localizadas em seu entorno e do chão, na beirada do palco

central. O cenário, dado a conhecer ao telespectador mediante a movimentação de câmeras que permitem a visualização de todos os ângulos, é composto por várias rampas que estabelecem o elo entre os palcos e permitem a movimentação de Regina Casé e dos demais convidados, tendo como pano de fundo uma composição de diferentes figuras geométricas, em cores bem vivas (ver Figura 1 – Composição do cenário, que apresenta, ao fundo, os integrantes da roda de samba e demais convidados e, em primeiro plano, os dançarinos e participantes fixos que, naquele momento, expressam-se através da dança).



Figura 1 – Composição do cenário

Fonte: frame (captura de tela – material disponibilizado pela Globo Universidade)

Nesta primeira temporada, o programa conta com a presença de inúmeros participantes fixos, presentes em praticamente todas as emissões, dentre os quais merecem destaque os sambistas Arlindo Cruz, Leandro Sapucahy, então responsáveis pela condução da roda de samba do **Esquenta!**, acompanhados por Fábio Porchat e Preta Gil, também participantes fixos, que se unem à roda de samba, todos eles encarregados da conferência e manutenção de um tom de *carioquice, brejeirice, malandragem, descontração*. Já Mumuzinho e Douglas Silva atuam como assistentes de palco, auxiliando no andamento do programa.

A roda de samba nesta primeira temporada recebeu como convidados, além deles, outros grandes nomes da música brasileira, tais como Zeca Pagodinho, Alcione, Maria Bethânia, Jorge Aragão, Caetano Veloso, Martinho da Vila, Gilberto Gil, Mart'nália, Maria Rita, Tiaguinho.

Estiverem presentes, ainda, diversos integrantes (bateria, rainha, assistas, velha guarda, entre outros) de diferentes escolas de samba do Rio de Janeiro.

O ambiente de *descontração* também é reiterado pela presença dos participantes eventuais, atores como Leandro Hassum, Marcius Melhem, Samanta Schmutz, Heloísa Périssé, Ingrid Guimarães, Katiúscia Canoro, Rodrigo Sant’anna, entre outros, que funcionam como integrantes de um quadro de humor contendo a apresentação de piadas e esquetes.

Todas as emissões dessa primeira temporada reservam um espaço para a apresentação de algum cozinheiro – geralmente, alguém do meio artístico ou parente de artista – que prepara, à moda das rodas de samba, no próprio palco do **Esquenta!**, um prato, servido aos convidados e a alguns integrantes da plateia. A receita é divulgada no ar, para que as pessoas possam prepará-la em suas próprias residências.

Como domingo combina com futebol, algumas emissões contam com a presença de jogadores e ex-jogadores famosos – a exemplo de Raí, que levou os meninos da Fundação Gol de Letra⁵⁹ para participarem do programa do dia 30.01.2011 –, convidados a relatar algum momento memorável de sua carreira: o melhor jogo, o gol mais importante, a comemoração mais inusitada, entre outros.

Nesta temporada, figuraram, ainda, no palco do **Esquenta!**, personalidades políticas, como os ex-presidentes Lula e Fernando Henrique Cardoso, e a senadora Marina Silva, cuja presença confere prestígio não só ao programa, como à apresentadora.

De modo geral, os debates e discussões, intercalados com a apresentação de quadros musicais, dança e ensaios de concursos, versam sobre o cotidiano dos brasileiros, especialmente daqueles que moram nas periferias – o que fica evidente pelas falas da apresentadora/conduzora, pelos assuntos abordados (culinária, relações familiares, cuidados orçamentários, direitos dos trabalhadores, entre outros) e pelo público presente, convidado a interagir mediante depoimentos.

Em princípio, fica bem caracterizado o público prioritário a que se destina o **Esquenta!**: não só aqueles que são representados pela plateia, como quem gosta de música e almoça em casa aos domingos. O foco inicial do programa em comunidades periféricas e em suas diferentes manifestações culturais evoca e convoca um público bastante diferente daquele que, majoritariamente, é apresentado em demais produtos televisuais, principalmente no caso da RGT.

⁵⁹ A Fundação Gol de Letra é uma Organização Não Governamental (ONG) criada através da iniciativa dos ex-jogadores de futebol Raí e Leonardo e voltada ao atendimento de crianças em situação de vulnerabilidade. Atua desde 10.12.1998, na Vila Albertina, em São Paulo, e no Caju, no Rio de Janeiro).

Desse modo, circulam no palco do programa pessoas simples, de classes econômicas mais baixas, com menor poder aquisitivo, cujas profissões não garantem altos salários, embora exijam jornadas de trabalho exaustivas: são pessoas que sofrem preconceitos por sua renda e cor, são discriminadas socialmente pelo local e formato de suas moradias, por seu modo de falar, por seus gostos e hábitos de entretenimento.

Mas, e isso as emissões fazem questão de enfatizar, trata-se de uma gente que, apesar dos percalços, batalha diariamente por um futuro mais promissor; luta por melhores condições de vida, de trabalho e de segurança; respeita e auxilia o próximo, contribuindo para o bem-estar da comunidade. Trata-se de uma gente que se orgulha de suas próprias raízes e conquistas e valoriza cada aspecto de sua vida, encontrando sempre bons motivos para comemorar. Essas características abordadas e destacadas nesta primeira temporada do **Esquenta!** possibilitam que uma parcela do público-alvo se sinta interpelada e representada por aqueles que transitam no palco do programa.

Todas as emissões desta primeira temporada contêm inserções de caráter autopromocional, representadas, nesse caso, pela participação de atores e profissionais da emissora, pela abordagem de temas referentes ao lançamento de telenovelas e outros produtos televisuais, via presença de diretores, roteiristas e/ou membros de seus elencos no palco do **Esquenta!**. Essa autopromoção, de certa forma, ocorre também, de forma indireta, pelo caráter de *marketing* social subjacente ao programa como um todo.

6.5.1.1 Análise das emissões da primeira temporada

Foram examinadas detalhadamente duas emissões da primeira temporada⁶⁰ (02.01.2011 a 27.03.2011), cuja análise é apresentada na sequência.

⁶⁰ As emissões da primeira temporada (02.01.2011 e 13.02.2011) foram disponibilizadas na íntegra, mediante sistema de empréstimo, pela Globo Universidade.

6.5.1.1.1 Observações gerais sobre a emissão de 02.01.2011

A emissão de lançamento da primeira temporada do programa, exibida no horário das 13h30min, estruturada em 3 blocos, com duração aproximada de 1h20min, gira em torno do samba e do Carnaval, especialmente o carioca, destacando o envolvimento das pessoas em torno da realização dessa festa tão tradicional na cidade do Rio de Janeiro. Além dessa temática, central na emissão, destaca-se a contextualização realizada pela apresentadora/conduzora Regina Casé com ênfase no modo de funcionamento do programa: a família do **Esquent!** é dada a conhecer ao público presente e ao telespectador – e, ao mesmo tempo, à família do cantor Zeca Pagodinho, que compõe o elenco de participantes convidados, talvez com o objetivo de conferir um tom de *familiaridade* ao ambiente do palco. Aliás, Regina Casé, em uma de suas falas, explica que o programa ficará no ar apenas nos meses de férias, conforme indica a música tema do **Esquent!:** “*Regina de janeiro, fevereiro e março*” (ver Anexo A, que traz a letra da música tema do programa⁶¹).

Estão presentes, como convidados eventuais, o compositor e cantor de samba Zeca Pagodinho e sua família; o compositor e cantor de MPB⁶² Gilberto Gil e sua filha, a cantora de MPB Preta Gil – que se unem aos participantes fixos da roda de samba, Arlindo Cruz e Leandro Sapucahy. Também fazendo parte do elenco de convidados eventuais, a atriz Sheron Menezes, na época rainha de bateria da Portela; os humoristas Leandro Hassum, Marcius Melhem e Hélio de la Peña (que adentrou no palco do programa, inesperadamente, e foi convidado a se juntar à roda de samba); o ator Cauã Reymond, que interpretava o Danilo Gouveia, na telenovela **Passione**, em exibição no período de veiculação da emissão; os integrantes da bateria e da velha guarda da Portela; os integrantes do grupo de dança Bonde da Madrugada, apresentados por Regina Casé como representantes do Morro Cantagalo, o que aponta para o contexto geográfico, social e econômico dos morros e favelas cariocas, abordado pela emissão. Destaca-se, ainda, a presença

⁶¹ A música foi cantada, na íntegra, na emissão do dia 28.04.2013, quando Regina Casé anunciou a inserção do programa na grade fixa da emissora. Disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/2542870/>. Último acesso em 18 de janeiro de 2016, às 10h58min.

⁶² Se a Bossa Nova propôs uma espécie de releitura ao samba, a partir de influências norte-americanas, a exemplo do jazz, a MPB reconfigurou a Bossa Nova, a partir de um movimento de resistência, de manifestação popular. Desse modo, entende-se, aqui, MPB como gênero musical que abrange uma diversidade de ritmos, como o *rock*, o samba, o *pop*, o *reggae*, ao incorporar diferentes influências, como as latinas e as africanas. A maioria de seus representantes transita por diferentes estilos/ritmos, a exemplo de Gilberto e Preta Gil.

da menina Letícia, cujo abraço carinhoso foi mencionado pela apresentadora/conduutora do programa.

Os convidados adentram no palco conduzidos pelos assistentes/dançarinos que trazem estandartes com os seus nomes neles inscritos.

O clima festivo, bastante próximo e familiar, é reiterado ao longo de toda a emissão, seja pela forma de tratamento adotada pela apresentadora/conduutora quando se dirige aos convidados, sempre com muita naturalidade, como quando convida os integrantes da velha guarda a sambar; seja pela naturalidade com que as pessoas se movimentam no palco. Além disso, o modo de organização das mesas, onde se posicionam os convidados, faz lembrar um bar. Os relatos de Zeca Pagodinho, sobre seu casamento, e de Gilberto Gil, sobre o registro de sua filha, Preta Maria Gil, reforçam o envolvimento existente entre Regina Casé e os convidados presentes na emissão: são amigos, compadres, companheiros de vida, parceiros de arte – e o palco do programa torna-se, praticamente, a extensão das festas familiares por eles realizadas.

A emissão lança mão de três tipos de quadros: os de entrevista – com o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva; os de apresentação musical, em que atuam os convidados que participam da roda de samba; o de humor, do qual participam Leandro Hassum e Marcius Meller que adentram no palco do programa vestidos com roupas típicas da comemoração popular realizada na cidade de Valença, interior do Rio de Janeiro, em homenagem aos Reis Magos e ao nascimento de Jesus Cristo (Dia de Reis, 06.01).

Após terem suas identidades reveladas, os humoristas questionam a apresentadora Regina Casé a respeito da inserção do programa **Esquentá!** no horário daquele por eles apresentado até então, **Os caras de pau**. A contextualização dessa história sustenta um desafio proposto pela apresentadora e, conseqüentemente, a primeira apresentação do quadro de humor, então relacionado ao Carnaval – quadro esse que, na ocasião, ainda não tinha um nome específico.

Destaca-se, ainda, a presença do ex-presidente da República Luiz Inácio Lula da Silva que participa de entrevista realizada pela apresentadora/conduutora Regina Casé, respondendo a algumas perguntas dos participantes do programa, o que é possível em virtude de o programa ser gravado e editado. Em tom coloquial, leve e descontraído, a entrevista aborda questões referentes ao final do mandato de Lula e às suas perspectivas futuras: as dificuldades enfrentadas no exercício da presidência; os avanços conquistados pelo país, no que concerne especialmente às classes mais baixas. Os fragmentos da entrevista são intercalados com a apresentação de cenas

registradas no palco do programa, que demonstram a proximidade de certos convidados com o ex-presidente, bem como a intimidade e o à vontade dos demais participantes, que fazem perguntas, comentários, cantam e dançam.

O fechamento da emissão se dá com os integrantes da Escola de Samba Portela, que se despedem do palco do **Esquenta!** e descem por uma das rampas, que permite acesso à saída do estúdio, seguido do convite à participação, feito pela apresentadora/conduutora.

Do ponto de vista expressivo, a emissão estrutura-se a partir de rupturas, **fragmentos**, recortes, sobreposições, organizados de modo não-linear, mas que obedecem a uma coerência. A colagem desses fragmentos é articulada via processo de edição, que seleciona cenas, quadros, composições musicais em conformidade com os objetivos da emissão.

- **Análise intratextual**

- **Tematização:** a temática central da emissão é a identidade nacional, a brasilidade, manifestas pelo samba, apresentado como a própria expressão da arte popular brasileira. O tema desdobra-se, assim, a partir dos seguintes traços, representativos da brasilidade, colocados em oposição: *alegria vs tristeza; contração vs descontração; trabalho vs lazer.*

A forma de expressão dessa brasilidade reúne alegria e descontração, em um clima contagiante e festivo; é a configuração usual do povo brasileiro como alegre, feliz, envolvente, cativante, criativo e batalhador.

- **Figurativização:** o tema é figurativizado pela presença de diferentes representantes do cenário cultural brasileiro (compositores, cantores, integrantes de escolas de samba, passistas, rainhas de bateria, atores, entre outros). Para auxiliar na conformação da temática, a emissão intercala diferentes valores e contextos em que a relação samba/Carnaval está em evidência: é assunto da piada contada por dois humoristas; dita o ritmo da roda de samba; contextualiza a preparação dos pratos na cozinha; é razão de uma das questões feitas ao ex-presidente (“*Lula, sabe sambar no pé?*”). Em todas essas situações, percebe-se uma relação quase direta entre esses valores e a festa, como se estivessem naturalmente associados. O ritmo do samba, a permanente menção ao Carnaval, maior festa popular brasileira, o uso de máscaras e fantasias, tradicionais na comemoração do Dia de Reis, a presença, no palco do programa, de um pedreiro cuja alegria é contagiante e a entrevista com um ex-presidente brasileiro, advindo das classes mais populares,

são reforçados através do cenário, bem brasileiro e festivo, e do comportamento dos participantes: interação com proximidade e naturalidade.

Embora alguns dos participantes sejam atores sociais bastante conhecidos, eles desempenham, no contexto temático da emissão, o papel de meros figurantes. Esse é o caso do ator, do humorista, dos assistentes de palco, dos familiares e da amiga do cantor e compositor, dos integrantes de grupos de dança.

Os verdadeiros protagonistas da emissão são aqueles que participam diretamente da abordagem do tema, a exemplo dos integrantes da escola de samba que, apesar de serem sujeitos sociais pouco conhecidos, têm uma função fundamental, tendo em vista serem eles que expressam e configuram os temas abordados. Mesmo que não se manifestem verbalmente, são eles que conferem credibilidade às informações – como ocorre, por exemplo, quando a apresentadora solicita um samba de roda, com o objetivo de saber como os representantes da velha guarda da Portela dançam.

De modo geral, os assistentes de palco e dançarinos só podem ser identificados através das roupas e função que desempenham: não são fantasias, nem uniformes, mas apresentam certa padronização (as cores rosa, verde, azul, amarelo se repetem, em tons claros, nas roupas desses sujeitos). Além disso, alguns deles usam uma espécie de tiara, com armação estilizada. Embora não se manifestem verbalmente, eles são os responsáveis por manter um tom *festivo, alegre e descontraído*, convocando os demais participantes a dançarem, tomarem parte nas coreografias, baterem palmas, cantarem, rirem, pularem.

Na plateia, pessoas jovens destacam-se dentre a maioria dos participantes, configurados como pertencentes a classes econômicas mais baixas – são moradores dos morros, das periferias, das favelas, ou seja, das regiões ocupadas pelas UPP's –, o que se depreende pelas roupas e adereços utilizados, pela forma de apresentação do cabelo e pele e pela postura adotada: nada comedidos, gritam, aplaudem, pulam, dançam, adotando um comportamento natural e espontâneo.

A participação da plateia, ainda que se restrinja a acompanhar o programa, com o comportamento antes descrito, nem por isso é menos relevante.

- **Actorialização**: os atores nomeados, participantes desta emissão, pertencem a dois grandes grupos: os atores sociais **conhecidos** e **famosos** (midiáticos), como é o caso da

apresentadora/conduutora Regina Casé, dos responsáveis pela roda de samba, Arlindo Cruz e Leandro Sapucahy, da atriz Sheron Menezes, do ator Cauã Reymond, dos comediantes Marcius Melhem, Leandro Hassum e Hélio de la Peña, da cantora Preta Gil, dos compositores e cantores Gilberto Gil e Zeca Pagodinho, do ex-presidente Lula; os atores sociais **desconhecidos** e até então **anônimos**, mas que são os verdadeiros representantes e protagonistas do Brasil e da brasilidade, como é o caso dos integrantes da escola de samba Portela (músicos, cantores, passistas, representantes da velha guarda).

Dentre os participantes da plateia, ganham destaque dois sujeitos (ver Figura 2 – Participantes da plateia): seu João, 87 anos, carregador de malas em aeroporto (lado direito da imagem); seu Fausto, 83 anos, vendedor de biscoito na praia (lado esquerdo da imagem), cujas rotinas de trabalho, embora exaustivas, conferem dignidade e respeito a ambos, que se dizem felizes e realizados em poder trabalhar. O mesmo contexto que deu voz a esses participantes da plateia colocou em evidência Adilson, pedreiro e amigo de Regina Casé, com objetivo de enfatizar o trabalho enquanto fonte de sustento, respeito e dignidade.



Figura 2 – Participantes da plateia

Fonte: frame (captura de tela – material disponibilizado pela Globo Universidade)

Ao longo de toda a emissão, a apresentadora/conduutora Regina Casé, protagonista principal, desempenha diferentes papéis: o de *narradora*, responsável pela contextualização da emissão do programa, explicando sobre sua forma de funcionamento e as temáticas preferenciais adotadas; o de *controladora*, responsável pelo direcionamento dos temas a serem abordados, pela

determinação do início e término de cada bloco da emissão, pela atribuição de fala a cada um dos convidados (como no momento em que convoca os humoristas Marcius Melhem e Leandro Hassum a mostrarem como eles sambam); o de *avaliadora*, responsável pelos questionamentos realizados ao ex-presidente Lula; o de *guia/participante*, decorrente de sua configuração como admiradora e conhecedora do samba e do Carnaval; o de *autopromotora indireta* da RGT, via *marketing* social, relacionado principalmente com o cotidiano dos moradores de periferias; o de *autopromotora direta* da RGT, via convite aos atores Sheron Menezes, Cauã Reymond, Marcius Melhem, Leandro Hassum e Hélio de la Peña, participantes fixos do elenco da emissora, e referência a produtos da RGT, tais como **Os caras de pau**, **As aventuras do Didi**, **Central da periferia**, **Samba de primeira**, **Almoço com as estrelas**, **Muvuca**.

Embora estejam presentes muitos atores sociais conhecidos e/ou desconhecidos, somente alguns deles ganham visivelmente protagonismo na emissão, tais como Gilberto Gil, Arlindo Cruz e Zeca Pagodinho, através de seus relatos sobre o samba e as relações familiares, e alguns integrantes da Escola de Samba Portela – compositores, cantores, passistas, rainhas de bateria –, através de imagem que atestam seu envolvimento com o samba enquanto manifestação artística e cultural característica da identidade brasileira: apesar de não terem direito à voz, eles cantam e dançam, legitimando o papel de relevância que desempenham quando o assunto é samba e Carnaval.

Na emissão, a apresentadora/conduzora Regina Casé usa um figurino bastante sóbrio: calça justa estilo *legging* e blusa tipo túnica, de mangas longas; sapato de salto alto, com textura brilhosa; acessórios que se limitam a um par de brincos grandes, em formato de argola, e a um colar comprido. A composição toda, com exceção dos brincos, recorre ao preto, uma cor associada à morte, ao isolamento, à tristeza, à solidão, mas que também simboliza elegância, sofisticação, dignidade, luxo – a ficha-guia, utilizada pela apresentadora, também é preta, acompanhando o padrão das roupas.

- **Temporalização**: a emissão movimenta-se criando o efeito de sentido de tempo presente: embora o programa seja gravado e editado, somente as entrevistas e reportagens gravadas parecem anteriores a sua exibição. Mesmo a entrevista com o ex-presidente, como é intercalada com as perguntas e convites dos participantes da emissão, cria esse efeito de simultaneidade. O

tempo verdadeiramente passado é aquele destinado, ao longo dos anos, à construção da imagem de brasilidade, exibida e reiterada durante a emissão.

Esse efeito de sentido de tempo presente é reforçado pela menção à data de exibição (02.01, domingo), feita pela apresentadora/conduutora; pela referência constante ao Carnaval e à comemoração do dia de Reis (que ocorre em 06.01); pelo término do mandato de Luiz Inácio Lula da Silva (ocorrido em 31.12.2010); pelo convite à Sheron Menezes, pela primeira vez, rainha de bateria da Portela (2011). O tempo passado é resgatado através de remissões que evocam, principalmente, composições musicais de integrantes da velha guarda da escola de samba Portela – ícones da cultura popular brasileira.

- **Espacialização**: a emissão movimenta-se prioritariamente no espaço representado pelo próprio cenário do programa, dado a conhecer mediante a movimentação de câmeras (ver Figura 1 – Composição do cenário, que permite visualizar a composição do cenário, possibilitando uma melhor compreensão da organização dos espaços). O cenário comporta três palcos: o primeiro recebe os condutores da roda de samba e os representantes da escola de samba da Portela, que dão início à emissão entoando a música tema do programa; o segundo abriga os músicos, instrumentos e aparelhos musicais, e recebe os cantores que se apresentam ao longo da emissão; o terceiro é configurado como uma cozinha, comportando os utensílios necessários ao seu funcionamento, que vão do fogão a uma espécie de fruteira, repleta de frutas, verduras e legumes. Entre os palcos, há um espaço, em nível mais baixo, destinado aos convidados, cuja forma de organização lembra um botequim: há comida e bebida, servidas aos participantes, que parecem perfeitamente à vontade.

Os palcos são interligados por rampas, que se unem e formam uma estrutura de tablado, no qual a apresentadora/conduutora, os convidados e os participantes fixos (assistentes de palco, dançarinos, entre outros) se movimentam (ver Figura 3 – Composição do tablado, que mostra o tablado em primeiro plano, e o palco central, em segundo plano).



Figura 3 – Composição do tablado
 Fonte: frame (captura de tela – *internet*)

A plateia ocupa três espaços distintos: a arquibancada, localizada do lado oposto ao palco central (em um nível mais elevado); os camarotes, localizados nas laterais da arquibancada, abertos em direção ao palco central; e o chão ao redor das rampas e do tablado central, ocupados por pessoas anônimas e/ou alguns participantes fixos do programa – a exemplo dos dançarinos, sentados no chão, nos degraus das escadas de acesso, ou em mesas e cadeiras que se localizam no entorno das rampas.

Como se pode ver, do ponto de vista expressivo, a configuração do espaço recorre ao **excesso**, ao exagero, tornando difícil o estabelecimento de uma distinção precisa entre o espaço central e o auditório (localizado não só na arquibancada). Há, no entanto, uma delimitação simbólica, que faz com que os diferentes participantes se concentrem no espaço que em princípio lhes é destinado.

A única recorrência a um outro espaço fechado, com poucos elementos cenográficos, acontece por ocasião da entrevista com Luiz Inácio Lula da Silva, do qual participam somente a apresentadora/conduutora e o ex-presidente.

- **Tonalização**: a emissão em análise procura articular uma combinatória de tons comumente atribuídos à brasilidade, à identidade do povo brasileiro, tais como: *alegria, descontração, humor, festividade, união, valorização da experiência.*

Essa combinatória tonal se expressa tanto pela composição do cenário e dos figurinos utilizados pelos participantes fixos (dançarinos e assistentes de palco), em cores e formas geométricas variadas, como pela valorização da cultura popular, expressa pela dança e pela música, que ditam o **ritmo** conferido ao texto televisual.

- Relações intertextuais de caráter sintagmático

A emissão do **Esquenta!** em análise resgata e dialoga de distintas maneiras com diferentes produtos veiculados pela RGT: alguns programas são meramente mencionados, tais como **Os caras de pau**, **As aventuras do Didi** (em exibição, no contexto de veiculação da emissão), referidos tanto pela apresentadora/conduzora como pelos comediantes Marcius Melhem e Leandro Hassum – protagonistas de **Os caras de pau**, que faz parte da grade fixa da Globo no horário das 13h30, cedendo lugar, no período de férias, ao **Esquenta!; Central da periferia** (2006), apenas aludido pela apresentadora/conduzora, durante a entrevista com o ex-presidente Lula, para contextualizar o fato de que agora a periferia não possui mais a mesma relação de independência do centro; hoje ela é mais autônoma, autossuficiente.

Outros programas são recuperados através da presença física, no palco do **Esquenta!**, de atores da emissora que deles participam, a exemplo dos humoristas Marcius Melhem e Leandro Hassum (**Os caras de pau**), Cauã Reymond (personagem Danilo, da telenovela **Passione**), Sheron Menezes (participante, em 2010, da competição *Dança dos Famosos*, no **Domingão do Faustão**, e atriz da telenovela **Ti ti ti**), Hélio de la Peña (humorista do **Casseta e planeta, urgente!**, que teve sua última emissão em 21.12.2010).

Nesta emissão, o **Esquenta!** recupera também, via apresentação de imagens, o programa **Muvuca** (1999), através da reapresentação de fragmentos de uma de suas emissões, com vistas a atestar que a relação de amizade entre Regina Casé e Zeca Pagodinho vem de longa data: as imagens mostram o cantor em seu ambiente familiar, com os filhos que, na época, ainda eram crianças. A filha hoje é mãe de seu neto, Noah, para quem Zeca, em parceria com Arlindo Cruz, compôs a música *Orgulho do vovô*, apresentada no palco do **Esquenta!**.

A emissão em análise estabelece também uma relação intertextual com outros programas de auditório que lhe servem de paradigma. Regina Casé refere os apresentadores/condutores Chacrinha e Jorge Perlingeiro, explicando que o **Esquenta!** mistura um pouco de todos os programas por eles comandados, com destaque ao **Samba de primeira**, apresentado por Jorge

Perlingeiro, e ao **Almoço com as estrelas**, conduzido por seu pai, Aerton Perlingeiro. A apresentadora/conduzora pede a benção desses apresentadores, que fizeram história na televisão brasileira.

6.5.1.1.2 Observações gerais sobre a emissão de 13.02.2011

A sétima emissão da primeira temporada do programa, exibida no horário das 13h30min, estruturada em 3 blocos, com duração aproximada de 1h20min, gira em torno do samba e do Carnaval, especialmente o carioca, destacando o envolvimento das pessoas em torno da realização dessa festa tão tradicional na cidade do Rio de Janeiro. Além dessa temática, central na emissão, destaca-se a permanente referência à miscigenação cultural que caracteriza o povo brasileiro, com ênfase em seus hábitos e costumes – culinária, ritmos musicais, danças, etc. Essa mistura fica configurada, principalmente, pela presença de representantes da cultura gaúcha – vestidos a caráter, com roupas típicas – e pela participação do cantor Marcelo D2, ex-vocalista da banda Planet Hemp, que, optando pela carreira solo, vem inovando no campo musical ao articular *rap*, *hip hop* e samba. Ganha destaque, na emissão, a tragédia ocorrida no barracão da escola de samba Acadêmicos do Grande Rio, destruído pelo fogo, no dia 07.02.2011.

Nesta emissão, a apresentadora/conduzora inicia o programa com um gesto que passou a ser característico do **Esquenta!**: leva o dedo indicador à boca e depois encosta na nádega, como forma de atestar que o programa vai estar quente, ou seja, com muitas atrações – o gesto alude à ação de testar o calor do ferro de passar roupas, ou a chapa de um fogão à lenha, por exemplo.

Estão presentes, como convidados eventuais, os integrantes do grupo de pagode Sorriso Maroto; os compositores e cantores com trajetória no samba Diogo Nogueira e Dudu Nobre, e Marcelo D2, oriundo do *rap* e do *hip hop*, que passou a integrar o samba ao seu estilo musical – que se unem aos participantes fixos da roda de samba, Arlindo Cruz e Leandro Sapucahy. Também fazendo parte do elenco de convidados eventuais, as atrizes Heloísa Périssé e Ingrid Guimarães; o ex-presidente da República Fernando Henrique Cardoso; os integrantes da bateria e da velha guarda da Grande Rio; a rainha de bateria da Gaviões da Fiel, Tatiane Minerato, que representa a Escola de Samba paulista, ligada ao Corinthians.

Os convidados adentram no palco conduzidos pelos assistentes/dançarinos que trazem estandartes com os seus nomes neles inscritos.

O clima festivo, bastante alegre e descontraído, é reiterado ao longo da emissão, seja pela forma de tratamento adotada pela apresentadora/conduzora quando se dirige aos convidados, intimando-os a dançarem uma música típica do estado do Rio Grande do Sul, *O pezinho*; seja pela naturalidade das pessoas que se movimentam no palco: percebem-se, inclusive, esbarrões e mudanças bruscas de direção, que produzem um efeito de sentido de ausência de um roteiro previamente estabelecido, indicando as ações e comportamentos a serem adotados pelos participantes. Essa atmosfera alegre, no entanto, é substituída pela tristeza e comoção quando Regina Casé, no início do terceiro bloco, relata o incêndio que destruiu o pavilhão da Grande Rio.

Além dos quadros de entrevista, de apresentação musical e de humor, a emissão testa um quarto quadro, uma espécie de *marketing* social, em que Mari Stochler, diretora de arte e fotógrafa, responsável pelo projeto *Meninas do Brasil*, e Júlio Moda, caça-talentos e criador do projeto *Jacaré também é moda*, em referência à comunidade de Jacarezinho, onde ele reside, apresentam, no palco do **Esquenta!**, um desfile de moda com personagens e roupas da favela do Jacarezinho, ao som da música *Favela Fashion Week*, cantada por Leandro Sapucahy. Ao final do desfile, Regina Casé fez algumas perguntas às modelos, que se mostraram seguras, convictas de seu estilo e realizadas com sua beleza. Ambos os projetos objetivam auxiliar nos processos de empoderamento da mulher da favela, discriminada socialmente por seu estilo de vestir, sua condição econômica, sua cor de pele. Uma das moradoras da favela explicou que o estilo adotado pelas mulheres da comunidade pode ser descrito como o *ném*: nem ligam para o que os outros vão pensar; o short é curto, a blusa é justa, tudo com muito brilho, demonstrando que a autoestima e a aceitação do corpo são características bastante marcantes das moradoras das favelas, então reiteradas por esses projetos.

Ingrid Guimarães adentra então no palco pela rampa utilizada no desfile, protagonizando o papel da modelo Leandra Borges, personagem por ela criada, que deu dicas de comportamento na passarela. A atriz Heloísa Périssé juntou-se a Ingrid Guimarães e ambas relataram como a construção de determinados personagens auxiliam no processo de aceitação de diferenças, quebrando tabus e preconceitos. Os diálogos entre os participantes passaram então a recorrer a piadas e histórias repletas de um humor debochado, escrachado e levemente obscuro.

Grandes compositores de samba são referenciados através da presença de seus descendentes, a exemplo dos filhos de Arlindo Cruz e Marcelo D2, que cantam junto com seus pais no palco do **Esquenta!**. Nesse contexto, a Dra. Dafne Horovitz, geneticista, explicou que alguns estudos científicos já apontam para a existência de fatores genéticos capazes de influenciar o talento musical de uma geração a outra: quando o crescimento de um sujeito ocorre em um ambiente presidido pela arte, pela música, ele favorece e incentiva o desenvolvimento de seus dons artísticos. Mais uma vez a emissão destaca a presença da menina Letícia, apresentada por Regina Casé como dona de um abraço muito gostoso e carinhoso, que, nesta emissão, foi dado em Fernando Henrique Cardoso, entrevistado por Regina Casé no palco do programa.

O ex-presidente comenta sobre as mudanças no país, destacando o fato de que o brasileiro, hoje, possui dignidade. Embora alguns problemas ainda persistam, como a falta de acesso à educação, o desemprego, e o amplo consumo de drogas, eles estão mais próximo de soluções, a exemplo da inflação, que está um pouco mais controlada nos dias atuais. Um dos principais assuntos abordados diz respeito ao projeto de reforma da lei de drogas no Brasil, que prevê a discriminalização do uso de drogas, ou seja, que o usuário não possa ser responsabilizado criminalmente, mas, sim, conduzido ao tratamento.

Merece destaque, ainda, o posicionamento do ex-presidente a respeito da implantação das UPP'S, vista por ele como algo que deu certo, que auxilia as comunidades e seus moradores: *“o governo tem que ter o controle do território, não pode deixar a violência, deixar o armamento na mão de quem não está habilitado pelo governo a ter arma. Isso afeta a democracia e afeta a vida das pessoas”*.

Após proferir algumas palavras de incentivo, carinho e gratidão aos integrantes da Grande Rio, a apresentadora/conduzora dirige-se à arquibancada e, ao som da música *Não deixa o samba morrer*, abraça cada um dos participantes da escola, presentes na emissão do **Esquenta!**, como forma de apoio e conforto. Alguns integrantes falam um pouco sobre a tragédia, manifestando seus sentimentos de dor e pesar. Para eles, o samba e o Carnaval são muito mais do que uma paixão, do que um envolvimento festivo: as escolas de samba são um segundo lar, uma nova família, com quem partilham sonhos e desejos de vitória.

Destaca-se, ainda, a presença de Rene Silva⁶³, idealizador, criador e editor do jornal *online Voz da Comunidade*, do Complexo do Alemão, cujo objetivo e papel principal é informar o que está acontecendo no morro, dando voz à periferia.

O fechamento da emissão se dá com os integrantes da Escola de Samba Grande Rio sambando no centro do palco do **Esquental!**, ao som do samba-enredo daquele ano.

Do ponto de vista expressivo, a emissão estrutura-se a partir de rupturas, **fragmentos**, recortes, sobreposições, organizados de modo não-linear, mas que obedecem a uma coerência. A colagem desses fragmentos é articulada via processo de edição, que seleciona cenas, quadros, composições musicais em conformidade com os objetivos da emissão. Essa estruturação fragmentada fica bastante evidente nas transições entre as atrações, que geralmente intercalam imagens da plateia ou dos dançarinos, justapostas através de cortes secos e bruscos.

- **Análise intratextual**

- **Tematização:** a temática central da emissão é a identidade nacional, a brasilidade, manifestas pelo samba, apresentado como a própria expressão da arte popular brasileira. Aliás, o cantor Marcelo D2, em uma de suas falas, afirmou que o samba é o que melhor representa a identidade nacional: *“a identidade nacional é o samba; não só o samba, mas a música brasileira”*. O tema desdobra-se, assim, a partir dos seguintes traços, representativos dessa brasilidade, colocados em oposição: *alegria vs tristeza; esperança vs desesperança; liberdade vs opressão; contração vs descontração; trabalho vs lazer; união vs desunião; inclusão vs exclusão*.

A forma de expressão dessa brasilidade reúne alegria e descontração, em um clima contagiante e festivo; é a configuração usual do povo brasileiro como alegre, feliz, envolvente, cativante e batalhador. E mais do que isso: é um povo guerreiro, que ultrapassa obstáculos e segue em frente, com a cabeça erguida.

- **Figurativização:** o tema é figurativizado pela presença de diferentes representantes do cenário cultural brasileiro (compositores, cantores, integrantes de escolas de samba, passistas, rainhas de bateria, atores, entre outros). Para auxiliar na conformação da temática, a emissão intercala diferentes valores e contextos em que a relação samba/Carnaval está em evidência: justifica o

⁶³ A telenovela **Salve Jorge** contou com a presença de Rene Silva que, além de algumas participações especiais, representava o elo entre a favela, especialmente o Morro do Alemão, onde se passava a trama, e a escritora Glória Perez.

interesse artístico do cantor de *rap* e *hip hop*, que atualmente se volta para o samba como elemento central de seu trabalho; dita o ritmo da roda de samba; contextualiza o incêndio causado no barracão da Grande Rio e a comoção que esse incidente provocou, justificando o quão importante é a presença dessa escola de samba no programa, mesmo nesse momento de dor e sofrimento; recupera inúmeros cantores e compositores de grande sucesso. Em todas essas situações, percebe-se uma relação quase direta entre esses valores e a festa, como se estivessem naturalmente associados.

O ritmo do samba, a permanente menção ao Carnaval, maior festa popular brasileira, a presença de moradores da periferia, que desfilam como modelos profissionais, expondo seus pensamentos e modos de vida, e de gaúchos, sujeitos com tradições bastante diferentes daquelas que figuram no palco, mas que ainda assim dançam e cantam ao som da roda de samba, e a entrevista com um ex-presidente brasileiro, que desceu a rampa do palco central dançando, que aposta no povo brasileiro como instrumento de mudança, são reforçados através do cenário, bem brasileiro e festivo, e do comportamento dos participantes: interação com proximidade e naturalidade.

Embora alguns dos participantes sejam atores sociais bastante conhecidos, eles desempenham, no contexto temático da emissão, o papel de meros figurantes. Esse é o caso das atrizes, de alguns compositores, cantores e integrantes dos grupos musicais que se apresentam, dos assistentes de palco, do ex-presidente da República.

Os verdadeiros protagonistas da emissão são aqueles que participam diretamente da abordagem do tema, a exemplo dos integrantes da escola de samba que, apesar de serem sujeitos sociais pouco conhecidos, têm uma função fundamental, tendo em vista serem eles que expressam e configuram os temas abordados. Mesmo que não se manifestem verbalmente, são eles que conferem credibilidade às informações – são eles que abrem o programa, convocando a apresentadora/conduzora, por meio de um dos intérpretes da escola de samba; as passistas e os representantes da velha guarda são convidados a dançar no centro do palco; os integrantes da bateria são convocados a tocar e cantar; e são os integrantes da escola que falam sobre o incêndio e os rumos do Carnaval naquele ano.

De modo geral, os assistentes de palco e dançarinos só podem ser identificados através das roupas e função que desempenham: algumas crianças e jovens usam fantasias padronizadas – peças e acessórios iguais; outros vestem roupas nas mesmas cores, com certa padronização (como

na emissão anterior); há, ainda, os que adotam figurinos bem praianos, como biquínis e saídas de banho. Além disso, alguns deles usam uma espécie de tiara, com armação estilizada. Embora não se manifestem verbalmente, eles são os responsáveis por manter um tom *festivo, alegre e descontraído*, convocando os demais participantes a dançarem, tomarem parte nas coreografias, baterem palmas, cantarem, rirem, pularem.

Na plateia, pessoas jovens destacam-se dentre a maioria dos participantes, configurados como pertencentes a classes econômicas mais baixas – são moradores dos morros, das periferias, das favelas, ou seja, das regiões ocupadas pelas UPP's –, o que se depreende pelas roupas e adereços utilizados, pela forma de apresentação do cabelo e pele e pela postura adotada: nada comedidos, gritam, aplaudem, pulam, dançam, adotando um comportamento natural e espontâneo.

Uma das arquibancadas está repleta com os integrantes da Grande Rio, que tiveram a oportunidade de relatar brevemente o que estavam sentindo e quais os planos da escola para aquele ano. Alguns sujeitos estão vestidos com roupas típicas da cultura gaúcha, o que se justifica pela comida servida: o churrasco. Aliás, a apresentadora sentencia: “*A contribuição dos gaúchos para o samba é a picanha e o espeto*”. Além do churrasco, a emissão contou com chimarrão e danças típicas, como *O pezinho*. O seu Fausto, mencionado na primeira emissão do **Esquenta!**, também está presente; embora não lhe seja conferida voz, várias imagens focalizam sua participação na plateia: ele aplaude, dança, canta.

A participação da plateia, ainda que se restrinja a acompanhar o programa, com o comportamento antes descrito, nem por isso é menos relevante.

- **Actorialização**: os atores nomeados, participantes desta emissão, pertencem a dois grandes grupos: os atores sociais **conhecidos** e **famosos** (midiáticos), como é o caso da apresentadora/conduzora Regina Casé, dos responsáveis pela roda de samba, Arlindo Cruz e Leandro Sapucahy, do assistente de palco Mumuzinho, que, nesta emissão, foi convidado a cantar, no palco do **Esquenta!**, das atrizes Heloíza Périssé e Ingrid Guimarães, dos compositores e cantores Marcelo D2, Diogo Nogueira e Dudu Nobre, da rainha de bateria Tatiane Minerato, do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso; os atores sociais **desconhecidos** e até então **anônimos**, mas que são os verdadeiros representantes e protagonistas do Brasil e da brasilidade,

como é o caso dos integrantes da escola de samba Grande Rio (compositores, músicos, cantores, passistas, representantes da velha guarda).

Ao longo da emissão do programa, a apresentadora/conduzora Regina Casé, protagonista principal, desempenha diferentes papéis: o de *narradora*, responsável pela contextualização da emissão do programa, explicando sobre os assuntos, as atrações apresentadas e as temáticas preferenciais adotadas; o de *controladora*, responsável pelo direcionamento dos temas a serem abordados, pela determinação do início e término de cada bloco da emissão, pela atribuição de fala a cada um dos convidados (como no momento em que convoca os convidados Heloísa Périssé, Ingrid Guimarães, Diogo Nogueira e Marcelo D2 a dançarem O Pezinho); o de *avaliadora*, responsável pelos questionamentos realizados ao ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, aos integrantes da Grande Rio, aos convidados Mari Stochler, Júlio Moda e a Doutora Dafne Horovitz, e as modelos representantes da favela que desfilaram no palco do programa; o de *guia/participante*, decorrente de sua configuração como admiradora e conhecedora do samba e do Carnaval e por se emocionar com os relatos dos integrantes da Grande Rio, por seu interesse em acompanhar as músicas ditadas pela roda de samba; o de *autopromotora indireta* da RGT, via *marketing* social, relacionado principalmente com as questões que envolvem as comunidades menos favorecidas, dando voz aos sujeitos que se interessam por suas problemáticas, a exemplo do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, da fotógrafa Mari Stochler e do caça-talento Júlio Moda; o de *autopromotora direta* da RGT, via convite às atrizes Heloísa Périssé e Ingrid Guimarães, participantes fixas do elenco da emissora, e referência a produtos da RGT, tais como **Programa Legal**.

Embora estejam presentes muitos atores sociais conhecidos e/ou desconhecidos, somente alguns deles ganham visivelmente protagonismo na emissão, tais como Marcelo D2, compositor/cantor de *rap* e *hip hop*, que tem recorrido ao samba como elemento central de sua música, e alguns integrantes da Escola de Samba Grande Rio – compositores, cantores, passistas, rainhas de bateria –, através de imagem que atestam seu envolvimento com o samba enquanto manifestação artística e cultural característica da identidade brasileira, e de relatos sobre o incêndio que destruiu o pavilhão da Escola.

Na emissão, a apresentadora/conduzora Regina Casé usa um figurino bastante colorido e chamativo: calça justa estilo *legging* e blusa tipo túnica, de mangas curtas, com franjas e um decote bastante acentuado, cada peça com cores e estampas diferentes; sapato de salto alto, com

textura brilhosa; acessórios em abundância: um par de brincos grandes, um colar comprido, pulseiras grandes nos dois braços e vários anéis, tudo em dourado; unhas com esmalte lilás. A ficha-guia, utilizada pela apresentadora, é vermelha, não obedecendo a nenhuma forma de combinação. A apresentadora/conduutora gesticula bastante; não há comedimento em seus comentários, nas risadas, no tom grave de sua fala.

- **Temporalização:** a emissão movimenta-se criando o efeito de sentido de tempo presente: embora o programa seja gravado e editado, somente as imagens do incêndio e aquelas recuperadas de outro programa (**Programa legal**) parecem anteriores à sua exibição. O tempo verdadeiramente passado é aquele destinado, ao longo dos anos, à construção da imagem de brasilidade, exibida e reiterada durante a emissão.

Esse efeito de sentido de tempo presente é reforçado pela menção feita pela apresentadora/conduutora à data do incêndio que destruiu o barracão da Grande Rio (que ocorreu em 07.02.2011); pela referência constante ao Carnaval; pela presença da rainha de bateria da Gaviões da Fiel, Tatiane Minerato. O tempo passado é resgatado através de remissões que evocam, principalmente, composições musicais de compositores de samba, a exemplo do cantor, compositor, percussionista e violonista José Bezerra da Silva – ícone da cultura popular brasileira.

- **Espacialização:** a emissão, como as demais da primeira temporada, movimenta-se prioritariamente no espaço representado pelo próprio cenário do programa, dado a conhecer mediante a movimentação de câmeras (ver Figura 1 – Composição do cenário, que permite visualizar a composição do cenário, possibilitando uma melhor compreensão da organização dos espaços). O cenário comporta três palcos: o primeiro recebe os condutores da roda de samba e alguns dos representantes da escola de samba Grande Rio, que dão início à emissão entoando a música tema do programa; o segundo abriga os músicos, instrumentos e aparelhos musicais, e recebe os cantores que se apresentam ao longo da emissão (ver Figura 4 – Palco onde se apresentam os cantores/bandas convidados); o terceiro é configurado como uma cozinha, comportando os utensílios necessários ao seu funcionamento, que vão do fogão a uma espécie de fruteira, repleta de frutas, verduras e legumes.



Figura 4 – Palco onde se apresentam os cantores/bandas convidados
 Fonte: frame (captura de tela – material disponibilizado pela Globo Universidade)

Nesta emissão, conta ainda com os apetrechos necessários à preparação do churrasco, a exemplo de espetos e suportes de fixação, bem como de tábuas, facas, garfos e gamelas específicos para o corte da carne. Entre os palcos, há um espaço, em nível mais baixo, destinado aos convidados, cuja forma de organização lembra um botequim: há comida e bebida, servidas aos participantes, que parecem perfeitamente à vontade.

Os palcos são interligados por rampas, que se unem e formam uma estrutura de tablado, no qual a apresentadora/condutora, os convidados e os participantes fixos (assistentes de palco, dançarinos, entre outros) se movimentam (ver Figura 5 – Rampas de acesso entre o palco central e o de apresentação musical, que mostra a apresentadora/condutora Regina Casé conduzindo os vocalistas do grupo musical Sorriso Maroto através das rampas que interligam o palco central e o palco de apresentações musicais; ao fundo, convidados, sentados nas cadeiras, e participantes fixos dançando; no lado direito, a plateia, localizada no entorno das rampas e do palco central.).



Figura 5 – Rampas de acesso entre o palco central e o de apresentação musical
 Fonte: frame (captura de tela – material disponibilizado pela Globo Universidade)

A plateia ocupa três espaços distintos: a arquibancada, localizada do lado oposto ao palco central (em um nível mais elevado); os camarotes, localizados nas laterais da arquibancada, abertos em direção ao palco central; e o chão, ao redor das rampas e do tablado central, ocupado por pessoas anônimas e/ou alguns participantes fixos do programa – a exemplo dos dançarinos, sentados no chão, nos degraus das escadas de acesso, ou em mesas e cadeiras que se localizam no entorno das rampas. A emissão permite perceber a presença de camarotes em todo o entorno do cenário, para além daqueles nas laterais da arquibancada. Na imagem, os gaúchos ocupam o palco destinado à roda de samba (com mesas e cadeiras, que fazem lembrar um botequim).

O palco central recebeu o ex-presidente da República Fernando Henrique Cardoso e as atrizes Ingrid Guimarães e Heloísa Périssé.

Percebe-se, ao fundo do palco central, a composição de uma imagem, nas cores laranja e amarelo, semelhante a um sol, que passou a ser característica do programa, e os estandartes de escolas de samba.

Como se pode ver, do ponto de vista expressivo, a configuração do espaço recorre ao excesso, ao exagero, tornando difícil o estabelecimento de uma distinção precisa entre o espaço central e o auditório (localizado não só na arquibancada). Há, no entanto, uma delimitação

simbólica, que faz com que os diferentes participantes se concentrem no espaço que em princípio lhes é destinado.

- **Tonalização:** a emissão em análise procura articular uma combinatória de tons comumente atribuídos à brasilidade, à identidade do povo brasileiro, tais como: *alegria, descontração, humor, festividade, união, valorização da experiência.*

Essa combinatória tonal se expressa tanto pela composição do cenário e dos figurinos utilizados pelos participantes fixos (apresentadora/conduzora, dançarinos e assistentes de palco), em cores e formas geométricas variadas, como pela valorização da cultura popular, expressa pela dança e pela música, que ditam o **ritmo** conferido ao texto televisual. Além desses tons principais, reiterados ao longo da emissão, destaca-se ainda a atribuição de um tom de *tristeza*, de *comoção*, de *lamento*, quando o tema refere-se ao incêndio que assolou o barracão da Grande Rio.

- **Relações intertextuais de caráter sintagmático**

A emissão do **Esquenta!** em análise resgata e dialoga de distintas maneiras com diferentes produtos veiculados pela RGT: o programa **Programa legal** (1992) foi recuperado, via apresentação de imagens, através da reapresentação de fragmentos de uma de suas emissões, que destacam o compositor, cantor, percussionista e violonista José Bezerra da Silva (falecido em 17.01.2005), um dos ícones do samba; o mestre da malandragem.

Alguns programas são recuperados através da presença física, no palco do **Esquenta!**, de atores da emissora: Heloísa Périssé e Ingrid Guimarães contaram um pouco de seu trabalho, dando ênfase à composição da personagem Leandra Borges, criada e interpretada por Ingrid Guimarães.

6.5.1.2 Apontamentos sobre a primeira temporada

A primeira temporada do **Esquenta!** obteve uma audiência bastante significativa, tendo em vista o dia e horário de exibição: contou com uma audiência média de 12 pontos⁶⁴, sendo que

⁶⁴ De acordo com o Ibope, um ponto de audiência equivale a 67 mil domicílios.

a emissão de estreia atingiu a marca de 17 pontos⁶⁵ – o **Domingão do Faustão**, por exemplo, em exibição desde 1989, atingiu, em 2011, a marca dos 17 pontos (em média); o **Domingo Legal**, em exibição desde 1993, teve uma média de 4 pontos, no ano de 2011.

O programa configurou-se, ao longo desta primeira fase, como uma espécie de *marketing* social, visto que, em plena fase de ocupação das favelas pelas UPP's, a emissora investiu em um produto que permitiu que os sujeitos de classes econômicas mais baixas, pertencentes à periferia do Rio de Janeiro – morros e favelas –, pudessem se sentir ouvidos e representados, com seus hábitos, gostos e costumes expostos a toda a população. E a opção por Regina Casé, como apresentadora/conduzora do programa, facilita esse processo inclusivo, tendo em vista sua trajetória como atriz e apresentadora, bastante próxima e familiar do contexto das periferias, dos morros e favelas, bem como do universo do samba, de compositores, cantores e integrantes/representantes de diferentes escolas de samba – o que fica bem configurado através da análise das emissões selecionadas. Para aqueles que não pertencem a essa parcela da população, o programa permitiu conhecer uma realidade distinta daquela que majoritariamente circula na mídia hegemônica, dando voz ao pobre, ao preto, ao trabalhador assalariado, à mulher batalhadora que criou o filho sozinho.

Ao longo da temporada, estiveram presentes, em cada emissão, representantes de diferentes escolas de samba, principalmente do Rio de Janeiro – embora tenha contado, também, com representantes das escolas paulistas, a exemplo da Gaviões da Fiel. A referência ao samba e ao Carnaval esteve visível também nos estandartes, que continham os nomes dos convidados do programa, trazidos pelos assistentes de palco/dançarinos, quando os participantes adentravam no palco do **Esquenta!**.

Obviamente, essa pretensa atribuição de um papel central aos moradores da periferia é perpassada, antes de tudo, pelos interesses da instância promotora, ou seja, da RGT enquanto responsável pela produção e veiculação deste produto televisual – que encontra, na própria estruturação do programa, por ser gravado e editado, formas de selecionar o que será divulgado.

Alguns quadros se mantiveram ao longo das emissões, tais como o de cozinha, o de entrevistas, o de apresentações musicais e o de concursos, realizado esporadicamente. Nesta primeira temporada, contudo, esses quadros não são nomeados; é a repetição, de uma emissão a

⁶⁵ A Globo não disponibiliza dados acerca da audiência, pois são informações estratégicas e, portanto, confidenciais. Recorreu-se, desse modo, ao cruzamento das informações disponibilizadas em diferentes *sites*, a exemplo de Todo Canal, Audiência de TV, Portal Audiência da TV e TV Foco.

outra, que permite a identificação de uma estrutura fixa, característica do subgênero programa de auditório.

No palco do programa figuraram inúmeros projetos sociais, educativos e culturais, com enfoque no povo e nas comunidades carentes. Além disso, a dinâmica adotada *no e pelo* programa abriu espaço para a apresentação de artistas até então desconhecidos, dando oportunidade à ampliação de trabalhos que vinham sendo desenvolvidos em âmbito restrito – como aconteceu com o cantor Mumuzinho, que teve sua carreira impulsionada pelo **Esquenta!**.

Pode-se perceber, por meio da análise, que o programa, nesta primeira temporada, configura-se como uma forma de autopromoção tanto indireta da emissora, via *marketing* social, como direta, através da convocação, para participarem das emissões, de atores e atrizes que fazem parte de seu elenco fixo; da referência aos produtos por ela realizados e disponibilizados ao mercado televisual; da adoção de uma postura de empresa preocupada e comprometida com as mazelas sociais; da configuração de um engajamento sócio-político-cultural, fundado na diversidade de vozes, na equidade e na participação coletiva.

Ao longo das emissões, são articulados valores positivos referentes ao trabalho, ao lazer, à inclusão social, expressos pela combinatória tonal de *alegria, descontração, esperança, liberdade, união*, diretamente associada ao programa, à apresentadora/conduzora e à própria RGT. São esses valores que auxiliam a composição de uma identidade que atende aos objetivos empresariais e institucionais da emissora, projetando uma imagem e marca adequada a seus interesses, e bastante positiva aos olhos do telespectador.

6.5.2 Segunda temporada do Esquenta! – caracterização geral

A segunda temporada do Esquenta!, exibida no período entre 11.12.2011 e 01.04.2012, no horário das 12h, conta com 16 emissões, estruturadas em 3 blocos, com duração aproximada de 1h, o que representa uma alteração no horário de exibição, um aumento no número de emissões e uma redução de cerca de vinte minutos na duração da emissão em relação à temporada anterior. O contexto sociocultural que serve de entorno à segunda temporada é o mesmo da primeira, ligando-se ao verão e ao Carnaval carioca. Mas, nesta segunda temporada, o foco do programa não se centra apenas na roda de samba, abrindo espaço para a inserção de

outros estilos/gêneros musicais, que, desde então, passam a figurar de forma mais efetiva no palco do **Esquenta!**.

Assim, além da roda de samba comandada por Arlindo Cruz e Leandro Sapucahy, o programa passa a contar com representantes do forró, do *funk*, do pagode, do arrocha, do sertanejo, em uma proposta que, alargando os horizontes para além da música produzida pelas favelas cariocas, *junta e mistura*, segundo a apresentadora, o que há de melhor no Brasil em termos musicais.

Na segunda temporada, mantiveram-se os quadros de apresentação musical, de entrevistas e, esporadicamente, o de cozinha, sendo, além disso, lançado o quadro *Calourão*, concurso formal que passou a premiar talentos de diversas ordens, tais como os melhores cantores e dançarinos. A comissão julgadora, composta por participantes fixos, a exemplo de Fábio Porchat e Preta Gil, e convidados eventuais varia, portanto, de uma emissão para outra. Os jurados são responsáveis também pela escolha da *Musa do litoral*, um outro quadro que é incorporado ao programa e constitui-se em um concurso de beleza.

Regina Casé lança, também nesta temporada, um quadro representado pelo projeto *Biblioteca do Esquenta!*, que consiste na doação de um livro por parte de cada um dos participantes/convidados do programa⁶⁶. Ganha destaque a emissão do dia 18.03.2012, por ter sido a primeira vez que a *Biblioteca* recebeu um livro em braile, do Gabriel, rapaz cego. Nesta oportunidade, Nathália Rodrigues, menina cega e muito bem-humorada, que estava na plateia do programa, comentou sobre as dificuldades enfrentadas cotidianamente, e foi convidada por Regina Casé a se juntar aos demais participantes da emissão⁶⁷.

De modo geral, a plateia, distribuída ao redor do palco central, ocupa o espaço da arquibancada e dos camarotes. O cenário, dado a conhecer ao telespectador mediante a movimentação de câmeras que permitem a visualização de todos os ângulos, é composto por um palco central, semelhante a um boteco, com mesas, toalhas xadrez/coloridas e cadeiras de madeiras, ao estilo carioca, no qual ficam os compositores e cantores que se unem à roda de samba. Nas extremidades desse palco, um espaço que faz lembrar uma sala de estar recebe os

⁶⁶ No dia 01.03.2014, foi lançado o projeto *Caminhos da Leitura*, com o objetivo de tornar itinerante a biblioteca do **Esquenta!**. Informações disponíveis em: <http://goo.gl/0df8fG>. Último acesso em 06.01.2016, às 15h56min.

⁶⁷ Conversa disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/1862659/>. Último acesso em 15.01.2016, às 02h05min. A terceira temporada passa a contar com a presença de Nathália em diversas emissões, discutindo questões relacionadas com a deficiência, a inclusão e o preconceito.

demais convidados, sentados em cadeiras distribuídas de forma circular, compondo uma meia lua.

Nesta segunda temporada, o programa conta com a presença de inúmeros participantes fixos, presentes em praticamente todas as emissões, dentre os quais merecem destaque Arlindo Cruz, Leandro Sapucahy, responsáveis pela condução da roda de samba do **Esquenta!**, Fábio Porchat e Preta Gil, que nesta temporada ocupam o mesmo espaço reservado aos convidados eventuais (há uma maior delimitação espacial, posicionando os diferentes participantes), todos eles encarregados da conferência e manutenção de um tom de *carioquice*, *brejeirice*, *malandragem*, *descontração*. Mumuzinho e Douglas Silva continuam atuando como assistentes de palco, auxiliando no andamento do programa.

A roda de samba nesta segunda temporada recebeu como convidados, além deles, outros grandes nomes da música brasileira, tais como Zeca Pagodinho, Alexandre Pires, Ed Motta, Criolo, Seu Jorge, Wesley Safadão, Beth Carvalho, Pastora Ana Lúcia, João do Morro, Banda Calypso, Erasmo Carlos, Naldo, MC Marcinho, Gilberto Gil. Em algumas emissões, estiverem presentes, ainda, integrantes (bateria, rainha, assistas, velha guarda, entre outros) de diferentes escolas de samba do Rio de Janeiro.

Destaca-se, ainda, a colaboração de Fábio Porchat, ator e humorista, na redação do programa, com vistas a dotar os quadros de um tom mais *irreverente* – através da inserção de piadas e comentários.

Para dar conta desta nova proposta de programa, que alia diferentes bandas, há uma alteração no cenário, que passa a ter dois palcos interligados, permitindo uma melhor movimentação dos atores, de modo a aproximar os cantores e bandas convidados e os músicos participantes do plantel fixo do programa, tornando ainda mais acessível a interação natural entre esses sujeitos. Além desses dois palcos centrais, nos quais se movimentam a apresentadora/conduutora e os convidados, há um terceiro, destinado à banda fixa do programa, cuja movimentação é restrita a esses sujeitos (ver Figura 6 – Tablado, resultante da união entre os palcos, que permite identificar o terceiro palco, no canto superior esquerdo, ao fundo). A plateia é distribuída também ao redor desses palcos, o que propicia sua participação mais ativa.



Figura 6 – Tablado, resultante da união entre os palcos

Fonte: frame (captura de tela – *internet*: Globo Play, em <http://globoplay.globo.com/v/1789203/>)

De modo geral, os debates e discussões, intercalados com a apresentação dos quadros musicais, danças e concursos, versam sobre o cotidiano dos brasileiros, especialmente daqueles que moram nas periferias – o que fica evidente pelas falas da apresentadora/conduutora, pelos assuntos abordados (culinária, relações familiares, cuidados orçamentários, direitos dos trabalhadores, entre outros) e pelo público presente, convidado a interagir mediante depoimentos.

Em princípio, fica bem caracterizado o público prioritário a que se destina o **Esquenta!**: não só aqueles que são representados pela plateia, como quem gosta de música e almoça em casa aos domingos. O foco inicial do programa em comunidades periféricas e em suas diferentes manifestações culturais evoca e convoca um público bastante diferente daquele que, majoritariamente, é apresentado em demais produtos televisuais, principalmente no caso da RGT. Desse modo, circulam no palco do programa pessoas simples, de classes econômicas mais baixas, com menor poder aquisitivo, cujas profissões não garantem altos salários, embora exijam jornadas de trabalho exaustivas: são pessoas que sofrem preconceitos por sua renda e cor, são discriminadas socialmente pelo local e formato de suas moradias, por seu modo de falar, por seus gostos e hábitos de entretenimento.

A proposta do programa, apesar das alterações registradas, mantém seu foco no público pertencente às comunidades periféricas: amplia, não obstante, seu âmbito de atuação; para além

do samba, o *funk* marca presença em quase todas as emissões da temporada; inúmeros *funkeiros* convidados apresentam esse estilo musical, acompanhados pela manifestação da plateia, que dança e canta.

Todas as emissões desta segunda temporada contêm inserções de caráter autopromocional, representadas, nesse caso, pela participação de atores e profissionais da emissora, pela abordagem de temas referentes ao lançamento de telenovelas e outros produtos televisuais, via presença de diretores, roteiristas e/ou membros de seus elencos no palco do **Esquenta!**. Essa autopromoção, de certa forma, ocorre também, de forma indireta, pelo caráter de *marketing* social subjacente ao programa como um todo.

6.5.2.1 Análise das emissões da segunda temporada

Foram examinadas detalhadamente duas emissões da segunda temporada (11.12.2011 a 01.04.2012), cuja análise é apresentada na sequência.

6.5.2.1.1 Observações gerais sobre a emissão de 18.12.2011

A segunda emissão da segunda temporada do programa, exibida no horário das 12h, estruturada em 3 blocos, com duração aproximada de 1h10min, gira em torno do próprio **Esquenta!** e de sua proposta enquanto ambiente de festa, apresentação de atrações e muita música. Além dessa temática, central na emissão, destaca-se a permanente referência à diversidade cultural do país, com ênfase, principalmente, na música enquanto expressão cultural, artística e, até mesmo, social: há um alargamento da noção de brasilidade. Essa diversidade fica configurada, principalmente, pela presença de representantes de diferentes estilos e ritmos musicais: além do samba, marca registrada do programa, figuram o sertanejo, o *funk*, o samba de roda, o jongo, o congado, e músicas típicas portuguesas.

Estão presentes, como convidados eventuais, os compositores e cantores Zeca Pagodinho e seus companheiros de história e samba, Zé Roberto, Nelson Fino e Sombrinha; os *funkeiros* MC's Carol e Parafuso – que se unem aos participantes fixos da roda de samba, Arlindo Cruz e

Leandro Sapucahy. A emissão conta ainda com a presença de participantes fixos: o humorista Fábio Porchat; a cantora de MPB Preta Gil; as representantes do Morro do Cantagalo, Maira e Camila. Também fazendo parte do elenco de convidados eventuais, o compositor e cantor sertanejo Michel Telô; a atriz Lilia Cabral, que interpretava a Griselda, na telenovela **Fina estampa**, em exibição no período de veiculação da emissão; a atriz e produtora Paula Lavigne; a modelo Thalita Pugliesi; o ator Evandro Mesquita, que interpretava o Paulão, no *sitcom* **A grande família**, no período de veiculação da emissão, que adentra no palco do programa de surpresa, dança ao som de *Vacilão*, interpretada pelos integrantes da roda de samba, e sai. O marido de Regina Casé acompanha toda a emissão, ao lado dos participantes da roda de samba, indicando a existência de uma relação de proximidade e à vontade desses sujeitos. A menina Letícia beija a atriz Lilia Cabral, logo que ela adentra no palco do programa.

Os convidados adentram no palco conduzidos pelos assistentes/dançarinos que trazem estandartes com os seus nomes neles inscritos.

Além deles, estão presentes alguns integrantes do grupo de dança Os arturos, do congado de Minas Gerais; representantes da escola de samba Acadêmicos da Rocinha; representantes do Rancho Folclórico Arouca Barra Clube, que se apresentaram com roupas típicas portuguesas no palco do programa; e integrantes da torcida do Botafogo, time da apresentadora/conduutora.

O clima festivo, bastante próximo e familiar, é reiterado ao longo de toda a emissão, seja pela forma de tratamento adotada pela apresentadora/conduutora quando se dirige aos convidados, com muita naturalidade e espontaneidade – ela ri, fala alto, gesticula, e, por vezes, chega a interromper os convidados –; seja pela proximidade que demonstra para com os sujeitos participantes, como quando questiona o compositor Zeca Pagodinho a respeito do programa nesta segunda temporada, tendo em vista ele ter participado da emissão de lançamento da primeira temporada, e ele afirma que o **Esquenta!** está ainda melhor, mas precisa que seu microfone seja ligado, para poder participar.

A emissão lança mão de quatro tipos de quadros: o *Musa do litoral*, concurso de beleza que busca eleger a mais bela do litoral, contando com apenas uma candidata a cada emissão, que desfila no palco do programa; o *Calourão*, com a competição de futebol *freestyle*; o projeto *Biblioteca do Esquenta!*, com a presença de Marcos Túlio, e sua família, que montaram uma biblioteca dentro da borracharia do pai (em Sabará, Minas Gerais): a *Borrachaloteca* que iniciou com 70 livros e hoje já possui 10 mil títulos, em quatro unidades, uma delas em um centro de

detenção; o de humor, do qual participam Douglas Silva e Mumuzinho que, travestidos de mulher, fingem ser esposa e filho de Michel Telô, trazendo graça ao público participante; na sequência, a apresentadora/conduzora chama as companheiras dos atores, ambas grávidas. Como mensagem de cunho social, deixa a sugestão para que as pessoas usem camisinha, e só tenham filhos quando quiserem e puderem. *“Filho é só quando a gente quer, e doença a gente não quer nunca”*.

O segundo bloco inicia com a apresentação de Mumuzinho, atualmente, participante fixo da roda de samba; ele agradece à apresentadora/conduzora Regina Casé, *“Valeu, Madrinha”*, que declara ter sido Zeca quem ajudou a impulsionar a carreira do jovem cantor.

O fechamento da emissão se dá com a apresentadora/conduzora, que referencia outros ritmos que auxiliaram no processo de formação do samba, a exemplo do samba de roda, da Bahia, o jongo, do Vale do Paraíba, e o congado, de Minas Gerais.

Do ponto de vista expressivo, a emissão estrutura-se a partir de rupturas, **fragmentos**, recortes, sobreposições, organizados de modo não-linear, mas que obedecem a uma coerência. A colagem desses fragmentos é articulada via processo de edição, que seleciona cenas, quadros, composições musicais em conformidade com os objetivos da emissão.

- **Análise intratextual**

- **Tematização:** a temática central da emissão é a noção de brasilidade, dessa vez alargada para outros recantos do país, que não apenas os morros e favelas do Rio de Janeiro, com ênfase em diferentes manifestações artísticas, culturais e sociais de caráter mais abrangente. O tema desdobra-se, assim, a partir dos seguintes traços, representativos da brasilidade, colocados em oposição: *alegria vs tristeza; sucesso vs fracasso; afeto vs desafeto; amizade vs inimizade; união vs desunião; inclusão vs exclusão; coletividade vs individualidade*.

A forma de expressão dessa brasilidade reúne alegria e descontração, em um clima contagiante e festivo; é a configuração mais ampla do povo brasileiro como alegre, feliz, festeiro, envolvente, cativante, que tem samba no pé e se remexe com cada novo ritmo.

Esse interesse num alargamento da cultura brasileira, expresso pela mistura de ritmos, busca atender à diversidade de gostos e interesses, o que fica bastante evidente na fala da apresentadora/conduzora: *“A gente se reúne aqui no Rio de Janeiro, mas o Esquentão! é do Brasil inteiro. E hoje, representando a força não só do sertanejo, mas de toda aquela região [do Mato*

Grosso do Sul], o Michel e a gente junto mandando um beijo pra geral de Campo Grande, no Mato Grosso do Sul. E dizer que aqui no Esquentá! tem lugar pra todo mundo”.

Ao abordar o alargamento da noção de brasilidade como tema, a emissão procura ampliar o número de telespectadores interessados, adequando os assuntos a contextos pouco evidenciados, até então, nas demais emissões.

- **Figurativização:** o tema é figurativizado pela presença de distintos sujeitos que personificam o entendimento da diversidade artística e cultural brasileira manifesta principalmente através da música. Para auxiliar na conformação da temática, a emissão conta com representantes de diferentes estilos musicais, numa proposta de programa eclético, voltado a todos os gostos e interesses: o sertanejo, pela presença de um cantor bastante famoso; o *funk*, pela presença dos MC's; o samba, pela presença de compositores e cantores; a música e a dança portuguesa, pela presença de grupos temáticos e folclóricos. A mescla entre os ritmos, o quadro de humor, que brinca com os convidados, fazendo graça com a música *Fugidinha*, a presença de moradores da periferia que se identificam com os personagens criados e cantados nas músicas dos MC's, a presença da atriz, no palco do programa, que interpreta uma mulher de fibra, forte e trabalhadora (“*Griselda é que é mulher de verdade*”), a presença de manicures e a exibição de fotos, de diferentes situações familiares, que comprovam a proximidade existente entre a apresentadora/conduzora e os compositores, responsáveis pela roda de samba, são reforçados através do cenário, em conformidade com a proposta de misturar, diversificar, aproximar: permite a proximidade e interação entre os participantes, tanto os convidados eventuais, quanto os fixos do programa.

Embora muitos dos participantes fixos e convidados eventuais da emissão sejam atores sociais bastante conhecidos, eles desempenham, no contexto temático da emissão, o papel de meros figurantes. Esse é o caso do humorista, da cantora, das atrizes, da modelo, das representantes do Morro do Cantagalo, do ator.

Os verdadeiros protagonistas da emissão são aqueles que participam diretamente da abordagem do tema, a exemplo dos compositores e cantores de diferentes gêneros musicais: samba, pagode, o sertanejo de raiz, o universitário, o *funk* – é um cantor sertanejo que abre o programa, convocando a apresentadora/conduzora, no ritmo de uma de suas músicas. A emissão recorre também a algumas figuras que não são reconhecidas de pronto, mas que desempenham

um papel extremamente relevante no universo do samba, da música em geral: compositores que, apesar de não atuarem como intérpretes, têm suas canções popularizadas pela voz de outras pessoas.

De modo geral, os assistentes de palco e dançarinos só podem ser identificados através das roupas e função que desempenham: não são fantasias, mas apresentam certa padronização, como se fossem uniformas, destinados a grupos específicos – as crianças vestem um modelo/tipo de roupa, diferente daquela vestida pelos adultos, apesar de todas manterem, entre si, algum elemento que se repete, como a combinação em preto e branco. Embora não se manifestem verbalmente, eles são os responsáveis por manter um tom *festivo, alegre e descontraído*, convocando os demais participantes a dançarem, tomarem parte nas coreografias, baterem palmas, cantarem, rirem, pularem.

Na plateia, pessoas jovens destacam-se dentre a maioria dos participantes, configurados como pertencentes a classes econômicas mais baixas, o que se depreende pelas roupas e adereços utilizados, pela forma de apresentação do cabelo e pele e pela postura adotada: nada comedidos, gritam, aplaudem, pulam, dançam, mandam beijos, adotando um comportamento natural e espontâneo, marcado pela emoção e alegria.

A participação da plateia, ainda que se restrinja a acompanhar o programa, com o comportamento antes descrito, nem por isso é menos relevante.

- **Actorialização:** os atores nomeados, participantes desta emissão, pertencem a dois grandes grupos: os atores sociais **conhecidos** e **famosos** (midiáticos), como é o caso da apresentadora/conduutora Regina Casé, dos responsáveis pela roda de samba, Arlindo Cruz e Leandro Sapucahy, dos compositores e cantores Michel Telô, Zeca Pagodinho, Zé Roberto, Nelson Fino e Sombrinha, dos MC's Carol e Parafuso, do humorista Fábio Porchat, da cantora Preta Gil, da atriz Lilia Cabral, da atriz e produtora Paula Lavigne, da modelo Thalita Pugliesi, do ator Evandro Mesquita (que adentrou no palco de surpresa, dançou apenas uma música e saiu), das representantes do Morro do Cantagalo Maira e Camila; os atores sociais **desconhecidos** e até então **anônimos**, como é o caso da avó da MC Carol, inspiração para a composição da letra da música “*Minha vó tá maluca*”, das manicures e amigas da apresentadora, Juliana e Cris.

Ao longo de toda a emissão, a apresentadora/conduutora Regina Casé, protagonista principal, desempenha diferentes papéis: o de *narradora*, responsável pela contextualização da

emissão do programa, fazendo piadas e brincadeiras, dando sugestões e dicas aos participantes e ao telespectador; o de *controladora*, responsável pelo direcionamento dos assuntos a serem abordados, pela determinação do início e término de cada bloco da emissão, pela atribuição de fala a cada um dos convidados (como no momento em que entrevista a atriz Lilia Cabral); o de *guia/participante*, decorrente de sua configuração como admiradora de diferentes estilos musicais, de pessoa alegre, festeira; o de *autopromotora indireta* da RGT, via *marketing* social, relacionado principalmente às questões da educação, da aceitação e da recusa ao preconceito, abrindo espaço à diversidade de vozes; o de *autopromotora direta* da RGT, via convite aos atores Fábio Porchat, Lilia Cabral, Paula Lavigne, Evandro Mesquita, participantes fixos do elenco da emissora, e referência a produtos da RGT, tais como **Fina estampa**, **A grande família**, **Jornal nacional**.

Embora estejam presentes muitos atores sociais conhecidos e/ou desconhecidos, alguns deles ganham visivelmente protagonismo na emissão, tais como Michel Telô, Zeca Pagodinho, Zé Roberto, Nelson Fino, Sombrinha, MC's Carol e Parafuso e Arlindo Cruz através de relatos que atestam seu envolvimento com a música.

Na emissão, a apresentadora/conduzora Regina Casé usa um figurino bastante sóbrio: calça justa estilo *legging* e blusa tipo túnica, de mangas longas; sapato de salto alto; acessórios que se limitam a um par de brincos grandes, em formato de argola, a um colar, a anéis e pulseiras bastante discretos. A composição toda recorre à mistura entre preto e prata, simbolizando elegância, sofisticação e luxo.

- **Temporalização:** a emissão movimentava-se criando o efeito de sentido de tempo presente: embora o programa seja gravado e editado, somente as imagens recuperadas de outro programa (**Fina estampa**) parecem anteriores a sua exibição.

Esse efeito de sentido de tempo presente é reforçado pela referência à segunda temporada do programa; pela presença do ator Evandro Mesquita que, no contexto de exibição da emissão, interpretava o personagem Paulão, no *sitcom* **A grande família**, e afirmou estar gravando cenas para esse produto televisivo; pela presença da atriz Lilia Cabral que, no contexto de exibição da emissão, interpretava a personagem Griselda, na telenovela **Fina estampa**.

- **Espacialização:** a emissão, como as demais da segunda temporada, movimenta-se prioritariamente no espaço representado pelo cenário do programa, dado a conhecer mediante a movimentação de câmeras, que permitem perceber a composição de um espaço central, no qual estão posicionados os participantes fixos e os convidados, e das arquibancadas, que acomodam a plateia no entorno desse palco; em um nível mais acima, localizam-se os camarotes – um deles possui a estrutura semelhante a uma plataforma de carro alegórico, onde se veem os garis, com uniformes na cor laranja.

O palco central organiza-se em dois cenários: no centro, o de um boteco, com mesas, toalhas xadrez/coloridas e cadeiras de madeiras, ao estilo carioca, no qual ficam os compositores e cantores que se uniram à roda de samba. A emissão recorre a vários elementos cenográficos e objetos característicos de bares e botequins cariocas e/ou brasileiros, tais como a toalha das mesas, as cadeiras de madeira, garrafas.

Nas extremidades do palco, compondo uma meia lua, localizam-se os demais convidados, sentados em cadeiras distribuídas de forma circular, fazendo lembrar uma sala de estar, em virtude das poltronas e do tapete que há no chão (ver Figura 7 – Regina Casé brinca sobre as novas poltronas da temporada).



Figura 7 – Regina Casé brinca sobre as novas poltronas da temporada
Fonte: frame (captura de tela – *internet*)

A apresentadora/conduzora diverte-se com o novo cenário e brinca ao comentar sobre a mobília da temporada passada: “a gente passou a temporada passada inteira eu sentada naquele

cubo. Era tão triste, Michel [Telô]. Eu chorava no cubo, eu ria no cubo, eu falava até com o presidente Fernando Henrique, tudo no cubo. Agora o negócio melhorou muito, Lilian [Cabral]. Eu acho que deu audiência ano passado, e eles compraram uma cadeira muito boa”. Dando continuidade aos comentários, Regina Casé refere algumas fragilidades que os cenários da teledramaturgia possuem: “*A Rede Globo é tão rica, porque balança o corrimão?*”; depois das brincadeiras, que envolvem, inclusive, a encenação de como funcionam os elevadores nas telenovelas, a apresentadora elogia esse produto televisual, e afirma que a produção brasileira é a melhor do mundo em termos de teledramaturgia, e que assiste sempre.

A emissão recorre, ainda, a outros espaços, via resgate de imagens de outros produtos da RGT, a exemplo da telenovela **Fina estampa**.

Como se pode ver, do ponto de vista expressivo, a configuração do espaço recorre ao **excesso**, ao exagero, tornando difícil o estabelecimento de uma distinção precisa entre os distintos palcos, bem como entre os espaços destinados ao auditório, localizado na arquibancada, nos camarotes e em espaços entre os palcos (nas laterais e ao fundo, por exemplo). Embora pareça haver uma ausência de limites, há uma delimitação simbólica, que faz com que os diferentes participantes se concentrem no espaço que em princípio lhe é destinado.

- **Tonalização:** a emissão em análise procura articular uma combinatória de tons comumente atribuídos à festa, à música, aos programas de auditório: *alegria, descontração, humor, festividade, união, diversidade*.

Essa combinatória tonal se expressa tanto pela composição do cenário e dos figurinos utilizados pelos participantes fixos (apresentadora/conduzora, dançarinos e assistentes de palco), em cores e formas geométricas variadas, como pela valorização da cultura popular, expressa pela dança e pela música, que ditam o **ritmo** conferido ao texto televisual.

- **Relações intertextuais de caráter sintagmático**

A emissão do **Esquenta!** em análise resgata e dialoga de distintas maneiras com diferentes produtos veiculados pela RGT: alguns produtos são meramente mencionados, a exemplo do próprio **Esquenta!**, em sua primeira temporada, e do **Jornal Nacional**, em virtude de a avó da MC Carol ter sido comparada com a jornalista e âncora Fátima Bernardes. Nesse contexto, foi mencionado, ainda, o também jornalista e âncora William Bonner.

Outros programas são recuperados através da presença física, no palco do **Esquenta!**, de atores da emissora que deles participam, a exemplo do ator Evandro Mesquita (personagem Paulão, do *sitcom* **A grande família**, em exibição no período de veiculação da emissão), e da atriz Lília Cabral (personagem Griselda, da telenovela **Fina estampa**).

Nesta emissão, o **Esquenta!** recupera também, via apresentação de imagens e por meio da música tema, cantada no palco do programa, a telenovela **Fina estampa** – Sombrinha, Arlindo Cruz e Zeca Pagodinho cantam a música tema da Griselda: “*O nome dela é Griselda*”, enquanto aparecem na tela fragmentos de diferentes capítulos da telenovela, que destacam a personagem.

6.5.2.1.2 Observações gerais sobre a emissão de 26.02.2012

A décima primeira emissão da segunda temporada do programa, exibida no horário das 12h, estruturada em 3 blocos, com duração aproximada de 1h, gira em torno da despedida dos integrantes do Exaltasamba enquanto participantes desse grupo de pagode, que, à época, figurava, há mais de vinte anos, no cenário musical do país. Para sua última apresentação na televisão brasileira, os integrantes escolheram o palco do **Esquenta!** no qual recuperam alguns momentos marcantes por eles vivenciados via apresentação de canções que assinalam sua trajetória no cenário musical brasileiro.

Estão presentes, como convidados eventuais, os integrantes dos grupos musicais Exaltasamba, com trajetória musical no pagode, e Restart, banda *pop*; o *funkeiro* Mc Catra – que se unem aos participantes fixos da roda de samba, Arlindo Cruz e Leandro Sapucahy. A emissão conta ainda com a presença de convidados fixos: o humorista Fábio Porchat; a cantora de MPB Preta Gil; as representantes do Morro do Cantagalo, Maira e Camila. Também fazendo parte do elenco de convidados eventuais, as atrizes Carolina Dieckmann, Fernanda Paes Leme, Cris Vianna e Fernanda Souza (namorada de Tiaguinho); a dupla sertaneja Milionário e José Rico; o ator Marcelo Serrado, que interpretava o mordomo Crô, na novela **Fina estampa**, em exibição no período de veiculação da emissão, que adentra no palco do programa de surpresa; os jogadores de futebol do Flamengo, Leo Moura e Vagner Love, que falam sobre a saudade que sentem do Brasil quando estão jogando em times do exterior e do carinho e da admiração que sentem pelo

grupo Exaltasamba; a jogadora de polo Kristie Hanbury, que após ficar tetraplégica conseguiu voltar a andar.

Os convidados adentram no palco conduzidos pelos assistentes/dançarinos que trazem estandartes com os seus nomes neles inscritos.

O clima festivo, bastante próximo e familiar, é reiterado ao longo de toda a emissão, apesar da comoção em torno da separação do grupo, seja pela forma de tratamento adotada pela apresentadora/conduzora quando se dirige aos convidados, sempre com muito cuidado e afeto; seja pela proximidade que demonstra para com os sujeitos participantes. Afinal, o público presente compartilha os mesmos sentimentos pelo Exaltasamba: admiração, carinho e respeito – e são esses sentimentos que sustentam a alegria e expressam votos de sucesso e felicidade. Além disso, a organização do cenário aproxima os diversos grupos musicais, propiciando a interação entre eles.

A emoção toma conta dos sujeitos presentes: da apresentadora/conduzora, da plateia, composta por muitas fãs, dos convidados, dos integrantes do grupo. A cada canção, o palco se transforma em pista de dança em que todos aproveitam para dançar, uma última vez, ao som das músicas que marcaram a carreira do Exaltasamba.

Os quadros apresentados nesta emissão, em virtude da temática adotada, têm um caráter prioritariamente musical: abrem-se espaços para os convidados falarem sobre a relação com as músicas do Exalta; para os familiares de alguns integrantes do grupo dizerem sobre a trajetória dos músicos; para exaltarem a trajetória de cada um dos integrantes – compositores, músicos, cantores.

No quadro de humor, Mumuzinho e Douglas Silva, atores fixos do programa, vestiram-se como Péricles e Arlindo Cruz, respectivamente, arrancando muitas gargalhadas do público ali presente. Os figurinos usados pelos personagens eram praticamente idênticos aos dos compositores/cantores, indicando a intenção de representar, fielmente, cada um deles.

A emissão conta também com os quadros *Biblioteca do Esquentado!*, a partir da doação dos livros, pelos convidados eventuais, e *Calourão*, competição musical que, nesta oportunidade, trouxe o tema *Ai se eu te pego: pelo mundo*. Os calouros eram desafiados a cantar a canção que estava em alta naquele período, *Ai se eu te pego*, de Michel Telô, cada qual em seu idioma. Foram escolhidos dois vencedores, que ganharam um *tour* pelo Rio de Janeiro, para conhecerem os principais pontos turísticos da cidade.

Flora, filha de Arlindo Cruz, adentra no palco do programa e dança ao som de sua banda preferida: Restart. A apresentadora/conduzora brinca com o sambista e compositor sobre a preferência musical da filha, que *operou milagres* ao fazê-lo vestir uma roupa colorida, semelhante às usadas pelos integrantes da banda. Nesse contexto, Regina Casé apresenta ao público presente e aos telespectadores a nova integrante da família **Esquenta!**, Maria Flor, filha de Douglas Silva, cujo nascimento transformou a vida do dançarino e de sua esposa, Carolina.

Péricles, convidado a falar sobre a importância da família, declara que o grupo Exaltasamba, mesmo com a separação, continuará mantendo os laços afetivos e familiares, que sempre sustentaram o grupo. Lucas Morato, filho do cantor, presta uma homenagem ao pai com a música, *Olá*, de sua autoria.

A apresentadora conversa com Kristie Hanbury, jogadora de polo que voltou a andar depois de ter sofrido um acidente que a deixou tetraplégica. Além de contar sobre o acidente sofrido, Kristie destacou que, para seu processo de recuperação, foi de grande importância valorizar a vida, e tentar realizar os planos e os aprendizados que ela colocou como meta de superação.

O fechamento da emissão se dá com a leitura de um trecho do poema *Recomeçar*, de Carlos Drummond de Andrade, pela apresentadora/conduzora, seguida das músicas *Começar de novo*, cantada por Péricles – que emocionou o público presente, especialmente os integrantes do Exaltasamba, que se abraçaram em sinal de despedida –, e *Ela é a dona do meu coração*, entoada pelo grupo musical, em um clima de alegria e festa.

Do ponto de vista expressivo, a emissão estrutura-se a partir de rupturas, **fragmentos**, recortes, sobreposições, organizados de modo não-linear, mas que obedecem a uma coerência. A colagem desses fragmentos é articulada via processo de edição, que seleciona cenas, quadros, composições musicais em conformidade com os objetivos da emissão.

- **Análise intratextual**

- **Tematização:** a temática central da emissão, embora faça alusão ao recomeço, é a *separação*, representada pelo desfazimento da estrutura de grupo musical que ligava os integrantes do Exaltasamba. O tema desdobra-se, assim, a partir dos seguintes traços, representativos da separação, colocados em oposição: *alegria vs tristeza; leveza vs pesar; afeto vs desafeto; amizade vs inimizade; recomeço vs término*.

Embora toda separação seja perpassada por traços de *tristeza, sofrimento, mágoa, melancolia*, existe uma evidente tentativa de agregar a essa ruptura valores como *leveza, permanência da amizade, carinho, companheirismo, união, respeito, solidariedade*. A mobilização desses valores configura as relações entre os integrantes do Exaltasamba como semelhantes àquelas partilhadas por uma grande família, preocupada e envolvida com todos os seus membros, o que, de certa forma, torna meio incoerente a deliberação pela separação. Percebe-se, nessa perspectiva, uma certa **deformação** do conceito de separação; há, na emissão, a preocupação em conferir novos tons aos tratamento desse tema.

- **Figurativização:** o tema é figurativizado pela presença dos integrantes do grupo musical recentemente desfeito: cada um dos integrantes, por vontade própria ou não, parte para uma carreira solo. Para auxiliar na conformação da temática, a emissão recupera a trajetória vitoriosa do grupo, apresentando os principais momentos da carreira dos artistas, com testemunhos das pessoas mais próximas, familiares, amigos e fãs, que acompanharam cada momento do grupo musical e, nesta oportunidade, relatam fatos marcantes e/ou emocionantes de sua história. Mas, se essa ruptura é bastante lamentada pelos demais participantes da emissão, há uma evidente preocupação no texto do programa de descaracterizá-la. A trajetória de sucesso do Exaltasamba, recuperada pela apresentação de canções que configuram o êxito do grupo, é comprovada pela atitude do público, que entoava suas canções no mesmo ritmo das músicas tocadas.

A emissão, como já se referiu, mescla ao pagode outros gêneros musicais, tais como o sertanejo de raiz, o universitário, o *funk*, procurando demonstrar o interesse do programa em satisfazer um público mais heterogêneo que passa a ser contemplado pelo **Esquenta!** através da apresentação de diferentes estilos e ritmos musicais.

Embora muitos dos participantes fixos e convidados eventuais da emissão sejam atores sociais bastante conhecidos, eles desempenham, no contexto temático da emissão, o papel de meros figurantes. Esse é o caso das atrizes; do ator; da dupla sertaneja; dos integrantes de um grupo musical; do *funkeiro*; dos jogadores de futebol; das representantes do Morro Cantagalo, cujo comportamento irreverente combina com a proposta do programa.

Os verdadeiros protagonistas da emissão são aqueles que participam diretamente da abordagem do tema, a exemplo dos familiares e amigos dos integrantes do Exaltasamba, que relatam situações marcantes da trajetória dos músicos, e da jogadora de polo, que contou sobre

seu recomeço de vida, através de um exemplo de superação. No entanto, esses sujeitos ganham voz somente em dado momento – quando são convocados, pela apresentadora, a falar.

De modo geral, os assistentes de palco e dançarinos só podem ser identificados através das roupas e função que desempenham: não são fantasias, mas apresentam certa padronização, como se fossem uniformes, destinados a grupos específicos – as crianças vestem um modelo/tipo de roupa, diferente daquela vestida pelos adultos, apesar de todas manterem, entre si, algum elemento que se repete, como a combinação entre as cores azul e branca. Embora não se manifestem verbalmente, eles são os responsáveis por manter um tom *festivo, alegre e descontraído* e o ritmo intenso convocando os demais participantes a dançarem, tomarem parte nas coreografias, baterem palmas, cantarem, rirem, pularem.

Na plateia, mulheres jovens destacam-se dentre a maioria dos participantes, configurados como pertencentes a classes econômicas mais baixas, o que se depreende pelas roupas e adereços utilizados, pela forma de apresentação do cabelo e pele e pela postura adotada: nada comedidos, gritam, choram, aplaudem, pulam, dançam, mandam beijo, adotando um comportamento natural e espontâneo, marcado pela emoção e pela alegria, mas também pela tristeza em ver o grupo musical preferido sendo desfeito.

Fica evidente a relação de proximidade entre a plateia e o grupo Exaltasamba: em coro, acompanham as músicas cantadas, além de estarem com camisetas de fã clubes e bonecos que fazem lembrar os integrantes do grupo.

A participação da plateia, ainda que se restrinja a acompanhar o programa, com o comportamento antes descrito, nem por isso é menos relevante.

- **Actorialização:** os atores nomeados, participantes desta emissão, pertencem a dois grandes grupos: os atores sociais **conhecidos** e **famosos** (midiáticos), como é o caso da apresentadora/conduzora Regina Casé, dos responsáveis pela roda de samba, Arlindo Cruz e Leandro Sapucahy, dos integrantes do Exaltasamba, Péricles, Tiaguinho, Pinha, Theell, Brilhantina, Izaías, Marquinhos, Marcelino, Tortinho e Chrigor Lisboa, das atrizes Carolina Dieckmann, Fernanda Paes Leme, Cris Vianna e Fernanda Souza, do ator Marcelo Serrado, do humorista Fábio Porchat, da dupla sertaneja Milionário e José Rico, dos integrantes do grupo musical Restart, Pe Lanza, Pelu, Koba e Thomas, do *funkeiro* Mc Catra, dos jogadores de futebol Leo Moura e Vagner Love, das representantes do Morro do Cantagalo, Camila e Maira; os atores

sociais **desconhecidos** e até então **anônimos**, como é caso dos amigos, familiares e fãs dos integrantes do Exaltasamba e da jogadora de polo Kristie Hanbury.

Assim, embora muitos dos participantes da emissão sejam atores sociais pouco conhecidos, eles têm uma função fundamental, tendo em vista serem eles que expressam e configuram os temas abordados. Mesmo que não se manifestem verbalmente, são eles que conferem credibilidade às informações – como ocorre, por exemplo, quando os integrantes do Exaltasamba recuperam antigos sucessos e são acompanhados, em coro, pelas fãs que fazem parte da plateia.

Ao longo de toda a emissão, a apresentadora/conduzora Regina Casé, protagonista principal, desempenha diferentes papéis: o de *narradora*, responsável pela contextualização da emissão do programa, explicando sobre o final da carreira do grupo e o fato de ser essa a última exibição do Exalta na televisão; o de *controladora*, responsável pelo direcionamento dos assuntos a serem abordados, pela determinação do início e término de cada bloco da emissão, pela atribuição de fala a cada um dos convidados (como no momento em que entrevista a mãe de Tiaguinho, fazendo perguntas que contextualizam a situação que está sendo contada – nesse caso, sobre o início da carreira do cantor); o de *guia/participante*, decorrente de sua configuração como fã do Exaltasamba e pelos sentimentos manifestos a partir dessa posição, compartilhando com os demais experiências e momentos de sua vida marcados pelas músicas do grupo; o de *autopromotora indireta* da RGT, via *marketing* social, relacionado principalmente à questão da educação, da aceitação e da recusa ao preconceito, abrindo espaço à diversidade de vozes; o de *autopromotora direta* da RGT, via convite aos atores Carolina Dieckmann, Fernanda Paes Leme, Cris Vianna, Fernanda Souza, Marcelo Serrado, Fábio Porchat, participantes fixos do elenco da emissora, e referência a produtos da RGT, tais como **Central da periferia**, **Fama**, **Fina estampa**.

Embora estejam presentes muitos atores sociais conhecidos e/ou desconhecidos, alguns deles ganham visivelmente protagonismo na emissão, tais como Péricles e Tiaguinho, através de seus relatos sobre a trajetória do grupo Exaltasamba e de suas apresentações no palco do programa – são eles, sem dúvida, que conferem maior reconhecimento e identidade ao grupo musical.

Na emissão, a apresentadora/conduzora Regina Casé usa um figurino bastante suave: calça com boca larga (escondendo os sapatos, um tamanco alto na cor preta) e blusa tipo túnica, de

meia manga, ambos com a mesma estampa; acessórios que se limitam a um par de brincos grandes, a anéis e pulseiras bastante discretos. A composição toda recorre à mistura entre azul e branco, simbolizando suavidade, tranquilidade, harmonia.

- **Temporalização:** a emissão movimenta-se criando o efeito de sentido de tempo presente: embora o programa seja gravado e editado, somente as imagens recuperadas de outros programas (**Central da periferia, Fama, Fina estampa**) parecem anteriores a sua exibição. O tempo verdadeiramente passado é aquele destinado, ao longo dos anos, à trajetória de sucesso do Exaltasamba, exibida e reiterada durante a emissão via fragmentos de exibições, apresentação de músicas de sucesso e depoimentos.

Esse efeito de sentido de tempo presente é reforçado pela referência à despedida formal do Exaltasamba, enquanto grupo musical, caracterizado pelo dia de veiculação da emissão, com a última apresentação do grupo; pela referência ao verão e ao Carnaval, ocorrido na semana anterior à exibição; pela presença do ator Marcelo Serrado que, no contexto de exibição da emissão, interpretava o personagem Crô, na telenovela **Fina estampa**. O tempo passado é marcado pela recorrência a imagens dos arquivos da própria emissora, que resgatam a trajetória do grupo musical, eternizando momentos marcantes da história do Exaltasamba.

- **Espacialização:** a emissão, como as demais da segunda temporada, movimenta-se prioritariamente no espaço representado pelo cenário do programa, dado a conhecer mediante a movimentação de câmeras, que permitem perceber a composição de um espaço central, no qual estão posicionados os participantes fixos e os convidados, e das arquibancadas, que acomodam a plateia no entorno desse palco; em um nível mais acima, localizam-se os camarotes – um deles possui a estrutura semelhante a uma plataforma de carro alegórico, onde se veem os garis, com uniformes na cor laranja.

O palco organiza-se em dois cenários: no centro, o de um boteco (ver Figura 8 – Espaço central do palco, semelhante a um boteco, que mostra a disposição das mesas), com mesas, toalhas xadrez/coloridas e cadeiras de madeira, ao estilo carioca, no qual ficam os cantores da roda de samba, o grupo Restart e os integrantes do Exaltasamba. Nas extremidades do palco, compondo uma meia lua, localizam-se os demais convidados, sentados em cadeiras distribuídas

de forma circular, fazendo lembrar uma sala de estar, em virtude das poltronas e do tapete que há no chão.



Figura 8 – Espaço central do palco, semelhante a um boteco

Fonte: frame (captura de tela – internet)

A emissão recorre a vários elementos cenográficos e objetos característicos de bares e botequins cariocas e/ou brasileiros, tais como a toalha das mesas, as cadeiras de madeira, garrafas. Há também um cenário que configura uma cozinha, com utensílios pendurados (panelas, bule, travessas, frigideiras), no qual ocorre a preparação da feijoada, servida aos convidados do programa. A emissão lança mão, ainda, de outros espaços, via resgate de programas (palco do **Central da periferia**, estúdio de gravação do **Fama**).

Como se pode ver, do ponto de vista expressivo, a configuração do espaço recorre ao **excesso**, ao exagero, tornando difícil o estabelecimento de uma distinção precisa entre os distintos palcos, bem como entre os espaços destinados ao auditório, localizado na arquibancada, nos camarotes e em espaços entre os palcos (nas laterais e ao fundo, por exemplo). Embora pareça haver uma ausência de limites, há uma delimitação simbólica, que faz com que os diferentes participantes se concentrem no espaço que em princípio lhe é destinado.

- **Tonalização:** a emissão em análise, embora trate de um tema que em princípio remete à *tristeza, melancolia, mágoa*, procura conferir à separação dos integrantes do grupo Exaltasamba

um tom de *naturalidade, leveza, festividade* e até mesmo *alegria*. Há uma visível substituição do tom *trágico*, que habitualmente envolve qualquer separação, por um tom de *leveza e festividade*.

Essa combinatória tonal se expressa tanto pela composição do cenário e dos figurinos utilizados pelos participantes fixos (apresentadora/conduzora, dançarinos e assistentes de palco), em cores e formas geométricas variadas, como pela valorização da cultura popular, manifesta especialmente pelo grupo Exaltasamba, através da música e da dança, que ditam o **ritmo** conferido ao texto televisual.

- **Relações intertextuais de caráter sintagmático**

A emissão do **Esquenta!** em análise resgata e dialoga de distintas maneiras com diferentes produtos veiculados pela RGT: alguns são meramente mencionados, a exemplo do próprio **Esquenta!**, em sua primeira temporada.

Outros programas são recuperados através da presença física, no palco do **Esquenta!**, de atores da emissora que deles participam, a exemplo do ator Marcelo Serrado (personagem Crô, da telenovela **Fina estampa**, em exibição no período de veiculação da emissão), das atrizes Carolina Dieckmann (personagem Teodora, da telenovela **Fina estampa**, em exibição no período de veiculação da emissão), Fernanda Paes Leme (personagem Irene, da telenovela **Insensato coração** – 2011), Cris Vianna (personagem Dagmar, da telenovela **Fina estampa**, em exibição no período de veiculação da emissão), Fernanda Souza (personagem Camila, da telenovela **Aquele beijo**, em exibição no período de veiculação da emissão).

Nesta emissão, o **Esquenta!** recupera também, via apresentação de imagens, o programa **Central da periferia** (2006), através da reapresentação de fragmentos de uma de suas emissões, que contou com a presença do Exaltasamba, para explicar a relação de Regina Casé com o grupo: a apresentadora, responsável pela condução de ambos os programas, declarou seu amor ao grupo e contou como havia sido o seu primeiro contato com Péricles – em um show para a gravação do **Central**; e com o programa **Fama** (2002), que apresentou a participação do cantor Tiaguinho, um dos integrantes do Exaltasamba, nesse programa de calouros, contextualizada mediante relato do próprio cantor sobre o percurso de consolidação de sua carreira.

6.5.2.2 Apontamentos sobre a segunda temporada

A segunda temporada do **Esquenta!** manteve a audiência média da temporada anterior, encerrando com 11 pontos – no mesmo dia, o **Domingo Legal** registrou 5 pontos; e o programa **Eliana**, 8. O número de emissões, nesta temporada, foi ampliado, embora o tempo de duração de cada emissão tenha sido menor, em relação às da primeira temporada. O contexto sociocultural é mantido, tendo em vista o período de veiculação, que envolve as férias, o verão e o Carnaval. Houve, contudo, um alargamento no que concerne à participação de artistas e de estilos musicais que passaram a figurar no palco do programa, possivelmente com o intuito de aumentar a popularidade do **Esquenta!** em outras praças, a exemplo de São Paulo e de algumas cidades do Nordeste.

Percebe-se, ao longo da temporada, a inserção de representantes do forró, do *funk*, do sertanejo (o de raiz e o universitário), do pagode, do *hip hop*, do axé, entre outros. Todos esses ritmos, apesar de suas particularidades, receberam contribuições da roda de samba, que se somava aos cantores/compositores convidados do programa. A expressão de ordem desta segunda temporada, segundo a própria apresentadora, passa a ser *juntar e misturar*. Nesse movimento de ampliação, o foco central deixou de ser apenas as favelas e a melhoria desse contexto social, possibilitado a partir da ocupação pelas UPP's, embora o **Esquenta!** tenha continuado a tratar, prioritariamente, de temáticas que envolvem a parcela mais pobre da população brasileira.

O programa, desse modo, constitui-se, ainda, como uma espécie de *marketing* social, mas passa a considerar questões mais abrangentes, que envolvem outros sujeitos, para além daqueles moradores dos morros e favelas. A manutenção de Regina Casé como apresentadora/conduzora indica a aceitação por parte do público telespectador, bem como dos sujeitos que compõem o programa – a exemplo dos dançarinos, assistentes de palco e dos cantores da roda de samba, justamente pelo fato de que todos eles possuem uma relação bastante próxima com a apresentadora.

A segunda temporada continuou recebendo integrantes de diferentes escolas de samba; a participação desses sujeitos, no entanto, foi menos expressiva, se comparada com a temporada anterior. Mas a referência ao samba e ao Carnaval foi mantida através dos estandartes, que

acompanhavam a entrada dos convidados, bem como da presença dos dançarinos, muitos deles integrantes de escolas de samba do Rio de Janeiro.

Permaneceram os quadros de entrevistas, de apresentações musicais, mas o de cozinha deixou de ser regular, passando a estar presente apenas em algumas emissões, esporadicamente. Além disso, não há mais destaque para a preparação da comida e para os sujeitos envolvidos nesse processo. O quadro de concursos ganhou o nome de *Calourão*, envolvendo diferentes competições, geralmente entre pessoas da plateia. Foram lançados, ainda, o quadro *Musa do litoral*, um concurso de beleza, e o projeto *Biblioteca do Esquentá!*, que consiste na formação de um acervo, resultante das doações realizadas pelos convidados do programa.

Pode-se perceber, por meio da análise, que o programa, também nesta segunda temporada, configura-se como uma forma de autopromoção tanto indireta da emissora, via *marketing* social, como direta, através da convocação, para participarem das emissões, de atores e atrizes que fazem parte de seu elenco fixo; da referência aos produtos por ela realizados e disponibilizados ao mercado televisual; da adoção de uma postura de empresa preocupada e comprometida com as mazelas sociais; da configuração de um engajamento sócio-político-cultural fundado na diversidade de vozes, na equidade e na participação coletiva.

Ao longo das emissões, são articulados valores positivos referentes ao trabalho, ao lazer, à inclusão social, à coletividade, à solidariedade, expressos pela combinatória tonal de *alegria, descontração, humor, festividade, união, diversidade, naturalidade, leveza*, diretamente associada ao programa, à apresentadora/conduutora e à própria RGT. São esses valores que auxiliam a composição de uma identidade que atende aos objetivos empresariais e institucionais da emissora, projetando uma imagem e marca adequada a seus interesses, e bastante positiva aos olhos do telespectador.

6.5.3 Terceira temporada do Esquentá! – caracterização geral

A terceira temporada do Esquentá!, exibida no período entre 09.12.2012 e 28.04.2013, no horário das 12h30min⁶⁸, conta com 21 emissões, estruturadas em 3 blocos, com duração aproximada de 1h15min, o que representa um aumento tanto no número de emissões quanto na

⁶⁸ Em 28.04, o programa começou a ser exibido no horário das 14h15min, após **Temperatura Máxima**.

duração de cada emissão – cerca de quinze minutos – em relação à segunda temporada. O contexto sociocultural que serve de entorno à terceira temporada, de certa forma, alterou-se em relação às duas primeiras, pois questões ligadas às UPP's começaram a apresentar fragilidades.

Na terceira temporada, o foco do programa continua abrindo espaço para a inserção de outros estilos/gêneros musicais, que figuram, desde a temporada anterior, de forma mais efetiva no palco do **Esquenta!**.

Dando continuidade à proposta de *juntar e misturar*, a temporada procura integrar diferentes gostos e estilos musicais em um mesmo palco, inserindo no cenário a piscina do **Esquenta!**, para cujo lançamento é realizada a *Pool Parthy* (festa na piscina) e o churrasco na laje, elementos que fazem parte do cotidiano dos moradores da periferia, com vistas a melhor acolher e se aproximar do público-alvo.

Na terceira temporada, há uma diversidade de quadros e convidados bem maior do que nas anteriores. São mantidos os quadros de atrações musicais – únicos presentes em todas as emissões –, o de humor, o de entrevistas, o de cozinha, o *Calourão* e a *Biblioteca do Esquenta!*, embora nem todas as emissões contem com todos eles. O lançamento de novos quadros ocorreu a partir de 28.04, quando o programa já havia passado à grade regular de programação, a exemplo daquele de comentários da Luane Dias⁶⁹, no qual ela tece críticas sobre a vestimenta das pessoas, não só a dos moradores de periferia, como até a de personalidades famosas, convidadas do programa.

De modo geral, a plateia, distribuída ao redor do palco central, ocupa o espaço da arquibancada e dos camarotes. O cenário, dado a conhecer ao telespectador mediante a movimentação de câmeras que permitem a visualização de todos os ângulos, é composto por um palco central que comporta, em suas extremidades, os lugares destinados aos diferentes participantes: à direita, sofás e poltronas, nas cores roxa e rosa, recebem os participantes fixos e convidados eventuais; à esquerda, mesas, cadeiras e *puffs*, na cor verde, recebem a roda de samba e seus convidados. No fundo do palco central, há uma pequena arquibancada, com poucos degraus, onde se posicionam os assistentes de palco/dançarinos do programa, e alguns convidados eventuais; no lado oposto, uma arquibancada com maior capacidade recebe a plateia, ou seja, o auditório.

⁶⁹ Tornou-se popular por seus comentários, divulgados em vídeos no canal do *youtube*, sendo considerada uma celebridade nos morros, com seus palpites e indicações sobre roupa, maquiagem, cabelo, entre outros.

À roda de samba, somam-se Péricles, do ex-Exaltasamba, e Xande de Pilares, do grupo Revelação, que passam a ser presença confirmada em praticamente todas as emissões do programa. Nesta temporada, Mumuzinho e Douglas Silva, já participantes fixos, atuam mais ativamente na roda de samba, auxiliando na condução e escolha das músicas, além de apresentarem um quadro de humor, no qual, geralmente, aparecem fantasiados de mulher. A partir de 03.02.2013, o **Esquentá!** recebe a contribuição do DJ Tartaruga, que comanda os principais *hits* de cada emissão.

A roda de samba nesta terceira temporada recebeu como convidados, além deles, outros grandes nomes da música brasileira, tais como Martinho da Vila, Caetano Veloso, Djavan, Ana Carolina, Zeca Pagodinho, Ivete Sangalo, Tiaguinho, Diogo Nogueira, Naldo, MC Guimé, MC Dedê, Silvano Salles, Belo, MC Beyoncé, Luan Santana, MC Catra, Munhoz e Mariano. Estiverem presentes, ainda, em algumas emissões, diversos integrantes (bateria, rainha, passistas, velha guarda, entre outros) de diferentes escolas de samba do Rio de Janeiro, especialmente no período que antecedeu o Carnaval.

Os convidados fixos, a exemplo do humorista Fábio Porchat e da cantora Preta Gil, bem como os eventuais – variáveis de uma emissão à outra – passaram a ocupar o *Sofá do Esquentá!*, um espaço de prestígio, a eles destinado, no palco do programa.

O programa, a partir de 21.04.2013, conta com a colaboração de Luane Dias, comentarista extremamente debochada, cujo linguajar é responsável pela manutenção do tom *leve e descontraído* do **Esquentá!**.

Nesta temporada, figuraram, ainda, no palco do **Esquentá!**, personalidades políticas, como a presidenta Dilma Rousseff, que, juntamente com a apresentadora, visita um centro de reabilitação para pessoas com deficiência: a conversa foi exibida ao longo de uma emissão que contou, ainda, com a participação de pessoas com deficiência no palco do programa⁷⁰. A presença de sujeitos sociais ligados à política confere prestígio não só ao programa, como à apresentadora.

De modo geral, os debates e discussões, intercalados com a apresentação dos quadros musicais, danças e concursos, versam sobre o preconceito, a inclusão social, a educação e o bem-estar da população.

Em princípio, fica bem caracterizado o público prioritário a que se destina o **Esquentá!**: não só aqueles que são representados pela plateia, como quem gosta de música e almoça em casa

⁷⁰ Primeira emissão da temporada, exibida no dia 09.12.2012.

aos domingos. O deslocamento do foco para outros estilos/gêneros musicais significa uma tentativa de maior abrangência, pois amplia o número de sujeitos interessados no programa, para além dos moradores das periferias.

A última emissão do ano do programa, que, no decorrer da terceira temporada passou a fazer parte da grade fixa de programação da emissora, foi ao ar no dia 01.12.2013, acompanhando, na sequências, as interrupções na programação da RGT, em virtude do período de férias. Nesse dia, a família do **Esquenta!**, expressão utilizada pela apresentadora como forma de agregar todos os participantes do programa – inclusive os telespectadores –, comemorou, *junto e misturado*, Natal, Ano Novo e Carnaval, em um clima de festa, despedida e muita emoção. Foi apresentada, ainda, uma retrospectiva, com um breve relato da história do programa, exibindo seus melhores momentos, dentre os quais se destaca a participação do cantor Thiaguinho, presente também na primeira emissão da terceira temporada, no dia 09.12.2012, fazendo uma homenagem à apresentadora.

Todas as emissões desta terceira temporada, até o final do ano de 2013, quando o programa já fazia parte da grade fixa de programação da emissora, contêm inserções de caráter autopromocional, representadas, nesse caso, pela participação de atores e profissionais da emissora, pela abordagem de temas referentes ao lançamento de telenovelas e outros produtos televisuais, via presença de diretores, roteiristas e/ou membros de seus elencos no palco do **Esquenta!**. Essa autopromoção, de certa forma, ocorre também, de forma indireta, pelo caráter de *marketing* social subjacente ao programa como um todo. Além disso, praticamente todas as emissões reservam espaço para a inserção promocional de caráter publicitário, com a divulgação de produtos, empresas e serviços exteriores à RGT (Garnier-Nutrisse e Downy).

6.5.3.1 Análise das emissões da terceira temporada

Foram examinadas detalhadamente duas emissões da terceira temporada (09.12.2012 a 28.04.2013), cuja análise é apresentada na sequência.

6.5.3.1.1 Observações gerais sobre a emissão de 16.12.2012

A segunda emissão da terceira temporada do programa, exibida no horário das 12h30min, estruturada em 3 blocos, com duração aproximada de 1h20min, gira em torno do cotidiano dos moradores dos morros e favelas. Além dessa temática, central na emissão, destaca-se a permanente referência ao verão e às principais festas realizadas nessa estação do ano, com ênfase, principalmente, na música e na dança enquanto expressões culturais, artísticas e, até mesmo, sociais: é a configuração da brasilidade a partir da periferia, marcada, principalmente, pela presença de representantes de diferentes comunidades.

Estão presentes, como convidados eventuais, o compositor e sambista Aloísio Machado, integrante do Grêmio Recreativo Escola de Samba Império Serrano; o grupo de pagode Sorriso Maroto; a compositora e cantora de MPB Sandra de Sá; o *funkeiro* MC Sapão – que se unem aos participantes fixos da roda de samba, Arlindo Cruz, Leandro Sapucahy e Xande de Pilares. Fazendo parte do *Sofá do Esquentá!*, estão a cantora de MPB Preta Gil; os humoristas Fábio Porchat e Victor Sarro; as modelos Talita Pugliese e Ana Bela Santos, essa última atuando em Nova York, de onde, segundo ela, assiste ao **Esquentá!** pela Globo Internacional; a atriz Roberta Rodrigues, vinda diretamente do Vidigal, e que desempenha o papel de Maria Vanúbia, na telenovela **Salve Jorge**, em exibição no período de veiculação da emissão; a estilista Lenny Niemeyer, que teceu comentários sobre as roupas de banho, bastante utilizadas também no contexto da cidade, adaptadas às *pool partys*; o produtor de moda José Camarano, que selecionou meninas da favela da Rocinha para apresentarem os modelos da estilista Lenny no palco do programa; a dançarina, modelo e atriz Quitéria Chagas.

Os convidados adentram no palco conduzidos pelos assistentes/dançarinos que trazem boias, como as usadas em piscinas, com os seus nomes nelas inscritos.

Além deles, marcam presença “*as novas gatas da família Esquentá!*”, apresentadas por Regina Casé, que entram no palco do programa ao som de *Favela Fashion Week*, cantada por Leandro Sapucahy, e que passam a integrar o elenco de dançarinas/assistentes de palco do programa. Dentre elas, ganham destaque Dandara Oliveira, rainha de bateria da Viradouro; Dani Guimarães, que, conforme a apresentadora/conduzida, preenche a cota de brancos e de estrangeiros; Miriam Duarte, rainha de bateria do Acadêmicos do Vidigal; Jeniffer Dias, namorada de Renan Rosselini, também dançarino do programa; e Carol Levy.

A emissão conta também com a presença dos garis da Companhia Municipal de Limpeza Urbana – COMLURB –, dos quais Regina Casé é madrinha, e cujo principal representante é o gari e passista Renato Luiz Feliciano Lourenço, conhecido como Renato Sorriso.

O clima festivo, bastante próximo e familiar, é reiterado ao longo de toda a emissão, seja pela forma de tratamento adotada pela apresentadora/conduzora quando se dirige aos convidados, com muita naturalidade e espontaneidade – ela ri, fala alto, gesticula, faz piadas e brinca com os convidados, como no momento em que disse que a modelo Talita Pugliese é “*a nossa cota de branco da primeira temporada*” e que a modelo Ana Bela Santos “*não contribui para a cota de brancos, mas contribui para a cota de magros, porque aqui não tem; também tem pouco*” –; seja pela proximidade que demonstra para com a plateia, como quando questiona uma senhora, a Dona Adelaide, moradora do Complexo do Alemão, sobre o churrasco na laje e a preparação da salada de maionese na bacia, a mesma utilizada para lavar roupas.

A emissão lança mão de quatro tipos de quadros: os de entrevista – um com a estilista Lenny Niemeyer e o produtor de moda José Camarano, e outro com a diretora Bárbara, da Escola Municipal Rivadávia Correa e sua mãe Vani Portilho, também professora; os de apresentação musical, em que atuam os convidados que participam da roda de samba; o de humor, do qual participam Mumuzinho e Douglas Silva que, vestidos como mulheres, fazem brincadeiras e piadas, sendo eleitos as Musas da piscina do **Esquenta!**; e o de concurso de dança, no ritmo da música *É nós fazer parapapa*, do Sorriso Maroto, para o qual a apresentadora convoca os dançarinos do Bonde, DG, Barnabé, Charles, Denilson Safadão, a escolherem, individualmente, uma integrante da plateia para dançar. Percebe-se a existência de uma relação muito próxima entre os dançarinos e Regina Casé: ela pergunta sobre a mãe de um deles, faz brincadeiras e comentários sobre o jeito dos meninos, beija-os e abraça carinhosamente.

Juliana Henrique, uma integrante da plateia, é convidada a falar sobre o projeto de moda que desenvolve no Complexo do Alemão, do qual participam 80 jovens. A conversa acentua o espírito criativo dos moradores da periferia, que não só acompanham as tendências nacional e internacional, como inspiram e lançam moda. Nesse contexto, a atriz Roberta Rodrigues comenta que as festas realizadas na laje são anteriores à *pool party*, reiterando, desse modo, o caráter inovador dos moradores dos morros e favelas.

Regina Casé destaca então o espaço aberto pelo programa para o diálogo entre o morro e o asfalto (ver Figura 9 – Espaço que representa o encontro entre o morro e o asfalto, que permite

ver a representação desses dois lugares no palco do programa); entre a *pool party*, de rico, e a festa da laje, no morro e na favela, apresentada aos telespectadores e ao público presente por moradores de diferentes comunidades – Complexo do Alemão, Favela do Cantagalo, Vidigal. Além das comidas típicas, esses moradores exibem um protótipo de churrasqueira, montada em um carrinho de supermercado, bem como a música característica: o *pagofunk*, que mistura o pagode ao *funk*. MC Sapão e Sorriso Maroto apresentam um *pout-pourri* de diversas músicas, de ambos os estilos, que figuram nos bailes *funks* e ilustram a vida na favela.



Figura 9 – Espaço que representa o encontro entre o morro e o asfalto
 Fonte: frame (captura de tela – internet)

O palco central do **Esquenta!** recebe também a professora Marilene, moradora do bairro Bento Ribeiro, Zona Norte do Rio de Janeiro, que adotou, em sala de aula, o samba como elemento didático, inspirando inúmeros sambistas, a exemplo de Xande de Pilares, que homenageia a professora com a música *Exaltação a Tiradentes*, samba-enredo do Império Serrano em 1949.

O fechamento da emissão se dá com o compositor e sambista Aluísio Machado, integrante da velha guarda da escola de samba Império Serrano, que canta, juntamente com Arlindo Cruz e os demais participantes da roda de samba, o samba-enredo da escola de 1986, *Eu quero*, acompanhado pela bateria da Império.

Do ponto de vista expressivo, a emissão estrutura-se a partir de rupturas, **fragmentos**, recortes, sobreposições, organizados de modo não-linear, mas que obedecem a uma coerência. A

colagem desses fragmentos é articulada via processo de edição, que seleciona cenas, quadros, composições musicais em conformidade com os objetivos da emissão.

- Análise intratextual

- **Tematização:** a temática central da emissão é a brasilidade, dessa vez centrada no cotidiano de comunidades periféricas – dos morros e favelas –, com ênfase nas diferentes manifestações artísticas, culturais e sociais dos moradores das periferias, a exemplo da música, da dança, das festas por eles realizadas. O tema desdobra-se, assim, a partir dos seguintes traços, representativos da brasilidade, colocados em oposição: *alegria vs tristeza; união vs desunião; riqueza vs pobreza; criatividade vs imitação; orgulho vs vergonha; aceitação vs recusa; honra vs desonra; determinação vs vacilação; luta vs rendição; inclusão vs exclusão; coletividade vs individualidade.*

A forma de expressão dessa brasilidade reúne alegria e descontração, em um clima contagiante e festivo; é a configuração do morador de periferia como alegre, feliz, festeiro, envolvente, cativante, criativo, esforçado, realizado, batalhador, que se alegra com suas conquistas e não se rende ao primeiro obstáculo.

Esse foco no cotidiano dos moradores de periferias, expresso tanto pela sua presença e participação, quanto pelas referências aos seus hábitos, gostos e interesses, apresentadas ao longo da emissão, busca dar visibilidade a uma parcela da população que geralmente fica marginalizada nos demais programas brasileiros de televisão, o que se torna bastante evidente na fala da apresentadora/conduzora, ao rebater alguns comentários feitos ao programa: “*Quando tem uns caras chatos pra falar mal do **Esquentar!**, na internet, falam assim: ‘aquilo ali é uma zona, parece um churrasco na laje’. É a ideia!. A ideia é essa*”. Nessa mesma direção, percebe-se o incentivo à aceitação, à recusa do preconceito e de qualquer forma de discriminação.

- **Figurativização:** o tema é figurativizado pela presença de distintos sujeitos representantes do cotidiano na periferia, nos morros e nas favelas. Para auxiliar na conformação da temática, a emissão convoca moradores de diferentes comunidades periféricas, a exemplo do Morro do Alemão, do Vidigal, do Cantagalo; apresenta os hábitos e costumes, destacando seu gosto pelo samba, pagode e *funk*, tocados nos bailes e nas festas da laje, as comidas típicas dos encontros familiares e reuniões entre amigos, especialmente o churrasco de domingo, as roupas e acessórios

que são tendência nessas comunidades, e o seu modo característico de dançar, falar e se expressar.

A mescla de ritmos, o humor, a sensualidade da dança são reforçados pela presença da atriz, moradora do Vidigal, que inseriu inúmeros desses elementos, característicos da favela, na composição da personagem por ela interpretada, a Maria Vanúbia, da telenovela **Salve Jorge**. A presença do produtor de moda que organizou um desfile, no palco do programa, com meninas oriundas da favela da Rocinha (ver Figura 10 – Meninas da favela da Rocinha apresentam a coleção *pool party*), a exibição de diferentes imagens que mostram a realidade educacional/escolar das crianças que vivem nessas comunidades e a presença da professora que utiliza o samba como recurso didático, reforçam essa ilustração do cotidiano da periferia.



Figura 10 – Meninas da favela da Rocinha apresentam a coleção *pool party*

Fonte: frame (captura de tela – *internet*)

A emissão, ao apresentar esses diferentes elementos que fazem parte do cotidiano dos moradores de comunidades, de morros e favelas, enfatiza muitas das dificuldades por eles enfrentadas, mas, principalmente, destaca a forma como superam esses obstáculos, ou seja, a garra e a determinação de um povo que busca na alegria e bom humor a força para vencer as barreiras. A educação, o estudo e a leitura são apresentados, nesse contexto, como impulsionadores, como subsídios que possibilitam a ascensão, novas conquistas e melhores condições de vida e bem-estar.

Embora muitos dos participantes fixos e convidados eventuais da emissão sejam atores sociais bastante conhecidos, eles desempenham, no contexto temático da emissão, o papel de meros figurantes. Esse é o caso dos humoristas; de algumas cantoras e integrantes de grupos musicais que se apresentam; das atrizes e dançarinas; das modelos que desfilam; de estilistas e produtores de moda.

Os verdadeiros protagonistas da emissão são aqueles que participam diretamente da abordagem do tema, a exemplo de moradores de morros e favelas, de integrantes da plateia, de muitos dos dançarinos e assistentes de palco do **Esquentá!**, de compositores, músicos e passistas, integrantes das escolas de samba do Rio de Janeiro que, apesar de serem sujeitos sociais pouco conhecidos, têm uma função fundamental, tendo em vista serem eles que expressam e configuram os temas abordados, através de relatos de situações e experiências vivenciadas. Mesmo que não se manifestem verbalmente, são eles que conferem credibilidade às informações.

De modo geral, os assistentes de palco e dançarinos só podem ser identificados através das roupas e função que desempenham: não são fantasias, mas apresentam certa padronização, como se fossem uniformes, destinados a grupos específicos – as crianças vestem um modelo/tipo de roupa, diferente daquela vestida pelos adultos, apesar de todas manterem, entre si, algum elemento que se repete, como a combinação entre as cores amarelo, rosa, verde e azul, presentes, também, no cenário. Embora não se manifestem verbalmente, eles são os responsáveis por manter um tom *festivo, alegre e descontraído*, convocando os demais participantes a dançarem, tomarem parte nas coreografias, baterem palmas, cantarem, rirem, pularem.

Alguns dançarinos e assistentes de palco, nesta emissão, ganham voz e se expressam verbalmente, o que permite uma maior proximidade com o público presente e com o telespectador, que passam a conhecer um pouco do dia-a-dia desses sujeitos.

Algumas dessas figuras vestem apenas roupas de banho, como se estivessem realmente na piscina/praias. A apresentadora pergunta a respeito do uso do descolorante de pelos, conhecido como *blondor*, utilizado por vários participantes, cuja coceira é bastante irritante. A configuração desse contexto vem acompanhada de uma brincadeira, proposta pela apresentadora, que consiste na criação de uma coreografia ilustrando a sensação produzida pela aplicação do blondor, no final da qual as duas moças (Raquel e Isabel) entram na piscina, com o objetivo de amenizar a coceira.

Na plateia, mulheres jovens, aparentemente mais arrumadas e brancas, destacam-se dentre a maioria dos participantes, configurados como pertencentes a classes mais baixas, o que se depreende pelas roupas e adereços utilizados e pela postura adotada: nada comedidos, gritam, choram, pulam, dançam, mandam beijos, adotando um comportamento natural e espontâneo, marcado pela emoção e alegria.

A participação da plateia, ainda que se restrinja a acompanhar o programa, com o comportamento antes descrito, nem por isso é menos relevante.

- **Actorialização:** os atores nomeados, participantes desta emissão, pertencem a dois grandes grupos: os atores sociais **conhecidos** e **famosos** (midiáticos), como é o caso da apresentadora/conduzora Regina Casé, dos responsáveis pela roda de samba, Arlindo Cruz, Leandro Sapucahy e Xande de Pilares, do compositor e sambista Aloísio Machado, integrante da escola de samba Império Serrano, dos integrantes do grupo musical Sorriso Maroto, da compositora e cantora Sandra de Sá, do MC Sapão, da cantora Preta Gil, dos humoristas Fábio Porchat e Victor Sarro, das modelos Talita Pugliese e Ana Bela Santos, da atriz Roberta Rodrigues, que possui um duplo lugar de fala, tendo em vista a relação de proximidade com o contexto da favela, da estilista Lenny Niemeyer, do produtor de moda José Camarano, da dançarina, modelo e atriz Quitéria Chagas; os atores sociais **desconhecidos** e até então **anônimos**, como é o caso de Dona Adelaide, moradora do Complexo do Alemão, que explica sobre as comidas típicas nas festas da laje, de Juliana Henrique, integrante da plateia, que comentou sobre o projeto de moda que desenvolve no Complexo do Alemão, da professora Marilene, moradora do bairro Bento Ribeiro, Zona Norte do Rio de Janeiro, dos garis da COMLURB, representados por Renato Sorriso, dos integrantes do Bonde, DG, Barnabé, Charles, Denilson Safadão, das novas dançarinas do programa, Dandara Oliveira, Dani Guimarães, Miriam Duarte, Jeniffer Dias e Carol Levy, das figurantes Raquel e Isabel.

Ao longo de toda a emissão, a apresentadora/conduzora Regina Casé, protagonista principal, desempenha diferentes papéis: o de *narradora*, responsável pela contextualização da emissão do programa, fazendo piadas e brincadeiras, dando sugestões e dicas aos participantes e ao telespectador; o de *controladora*, responsável pelo direcionamento dos assuntos a serem abordados, pela determinação do início e término de cada bloco da emissão, pela atribuição de fala a cada um dos convidados (como no momento em que conversa com Dona Adelaide sobre a preparação do almoço de domingo, e com Raquel e Isabel sobre a aplicação do descolorante de pelos); o de *guia/participante*, decorrente de sua configuração como admiradora do estilo de vida dos moradores de periferia, que se identifica com os ritmos musicais característicos dos morros e favelas; o de *autopromotora indireta* da RGT, via *marketing* social, relacionado principalmente à questão da educação e da aceitação das diferenças (repúdio ao preconceito e a qualquer forma de discriminação); o de *autopromotora direta* da RGT, via convite aos atores Fábio Porchat e Roberta Rodrigues, participantes fixos do elenco da emissora, e referência a produtos da RGT, tais como **Salve Jorge**, **Programa legal**, **Fantástico**.

Regina Casé presta uma homenagem aos professores do Brasil, que estão representados na plateia pelas presenças da diretora Bárbara, da Escola Municipal Rivadávia Correa, que possuía, na época em que ela assumiu, o pior IDEB (Índice de Desenvolvimento da Educação Básica), atingindo, em 2011, o índice de 74%, de sua mãe, também professora, Vani Portilho. A apresentadora/conduzora conversa ainda com alguns estudantes da escola, que contam sobre as rotinas em sala de aula. A apresentadora aproveita para mandar um beijo para todos os seus professores e agradecer por toda a dedicação e paciência que tiveram para com ela – que disse ser bastante bagunceira, e declara o desejo de que cada criança brasileira tivesse a oportunidade de estar em sala de aula; “*ensinar uma coisa pra alguém e aprender é uma das maiores alegrias do mundo*”. E esse processo deve envolver, segundo ela, paciência e amor.

Embora estejam presentes muitos atores sociais conhecidos e/ou desconhecidos, somente alguns deles ganham visivelmente protagonismo na emissão, tais como Roberta Rodrigues, Dona Adelaide, as figurantes Raquel e Isabel, através de seus relatos sobre o cotidiano nas periferias, Aloísio Machado, integrante da Escola de Samba Império Serrano, e Sandra de Sá, cujos relatos e apresentação atestam seu envolvimento com o samba enquanto manifestação artística e cultural característica da identidade brasileira.

Na emissão, a apresentadora/conduutora Regina Casé usa um figurino bastante chamativo, colorido e brilhante: terninho, composto por calça justa e blazer de mangas longas, bordado com lantejoulas prata, todo em tecido brilhante, semelhante aos utilizados em fantasias de Carnaval; blusa rosa *pink*, que só permite ver o decote; sapato de salto alto na cor amarela; como acessórios, um par de brincos medianos, em formato de argola, vários colares, em diferentes cores e tamanhos, anéis e pulseiras bastante discretos; unhas com esmalte em amarelo e rosa. A composição toda recorre ao prata, com detalhes de letras bordadas (formam a palavra *esquenta*), nas cores rosa, amarelo e vermelho. O microfone, seguindo o estilo da roupa da apresentadora/conduutora, é bastante brilhoso, contendo, agora, a inscrição *Esquenta*.

- **Temporalização:** a emissão movimentava-se criando o efeito de sentido de tempo presente: embora o programa seja gravado e editado, somente as imagens recuperadas de outros programas (**Salve Jorge, Programa legal**) parecem anteriores a sua exibição.

Esse efeito de sentido de tempo presente é reforçado pela referência ao verão; pela presença da atriz Roberta Rodrigues que, no contexto de exibição da emissão, interpretava a personagem Maria Vanúbia, na telenovela **Salve Jorge**.

- **Espacialização:** a emissão, como as demais da terceira temporada, movimentava-se prioritariamente no espaço representado pelo cenário do programa, dado a conhecer mediante a movimentação de câmeras, que permitem perceber a composição de um espaço central, no qual estão posicionados os participantes fixos e os convidados, e das arquibancadas, que acomodam a plateia no entorno desse palco; em um nível mais acima, localizam-se os camarotes – um deles possui a estrutura semelhante a uma plataforma de carro alegórico, onde se veem os garins, com uniformes na cor laranja.

O palco central (ver Figura 11 – Organização do espaço central, que permite visualizar o modo de estruturação do cenário do programa) comporta, em suas extremidades, os lugares destinados aos diferentes participantes: à direita, sofás e poltronas, nas cores roxa e rosa, recebem os participantes fixos e convidados eventuais (Fábio Porchat, Preta Gil, Victor Sarro, Talita Pugliese, Ana Bela Santos, Roberta Rodrigues, Lenny Niemeyer, José Camarano); à esquerda, mesas, cadeiras e *puffs*, na cor verde, recebem a roda de samba e seus convidados (Arlindo Cruz, Leandro Sapucahy, Xande de Pilares, Aloísio Machado, MC Sapão, Sandra de Sá e os integrantes

do Sorriso Maroto). Na parte superior da imagem, em uma pequena arquibancada, com poucos degraus, posicionam-se os assistentes de palco/dançarinos do programa, e alguns convidados eventuais (a exemplo dos estudantes e professoras da Escola Municipal Rivadávia Correa, presentes na emissão); na parte inferior, a plateia, que compõe o auditório, em uma arquibancada com maior capacidade.



Figura 11 – Organização do espaço central

Fonte: frame (captura de tela – *internet*)

Além do espaço central, identificam-se outros dois cenários: um apresenta, conforme as palavras de Regina Casé, o encontro entre o asfalto e a favela, representado pela presença das piscinas – no asfalto, realiza-se a *pool party*; na favela, a festa na laje, com piscina de plástico (conforme Figura 9 – Espaço que representa o encontro entre o morro e o asfalto, já referenciada). Para configurar esse espaço, além das piscinas, a emissão recorre a inúmeros objetos e elementos bastante característicos das praias e clubes, a exemplo de boias e bolas de inflar; de cadeiras de abrir; de roupas características, como o biquíni, o maiô e as saídas de praia (saídas de banho).

O outro cenário traz uma série de cadeiras, ao estilo escolar, como se fosse uma sala de aula, onde as crianças que compõem o elenco fixo do programa estão sentadas no momento em que a apresentadora/conduzora aborda a temática da leitura. Um dos meninos, do quinto ano escolar, lê um trecho de um livro, enquanto são exibidas imagens dele em seu contexto diário, em casa, estudando, aprontando-se e saindo para a escola, na companhia de um adulto, possivelmente

seu pai. A imagem de fundo localiza espacialmente sua morada: trata-se de uma favela. Ao chegar à escola, o abraço carinhoso da professora, que o recebe à porta.

Um outro menino, em fase de alfabetização, lê, com certa dificuldade, um pequeno trecho. As imagens que acompanham essa leitura mostram esse menino envolvido com os temas, com a arrumação da mochila e com a saída para a escola, acompanhado por uma mulher, possivelmente sua mãe, que o conduz até a porta do colégio, despedindo-se com um beijo carinhoso.

Uma menina, aparentemente mais velha, com idade entre 9 e 10 anos, fala sobre sua escola e manda um beijo para sua professora. As imagens que acompanham o relato da criança ilustram também seu dia-a-dia: escrevendo, sendo levada de bicicleta para a escola, possivelmente pelo pai, e recebida pela professora.

A emissão recorre, ainda, a outros espaços, via resgate de imagens de distintos produtos da RGT, a exemplo da telenovela **Salve Jorge**, do **Programa legal** e do Clube CCIP de Pilares, e de lugares contextualizados pela emissão do **Esquenta!**, a exemplo da Escola Municipal Rivadávia Correa.

Como se pode ver, do ponto de vista expressivo, a configuração do espaço recorre ao **excesso**, ao exagero, tornando difícil o estabelecimento de uma distinção entre o palco e os demais cenários (piscina, sala de aula), embora haja uma demarcação precisa entre os espaços destinados ao auditório – localizado na arquibancada e nos camarotes – e aos convidados, conforme suas funções no programa: se são cantores, juntam-se à roda de samba; do contrário, ocupam a outra extremidade, destinada aos demais participantes.

- **Tonalização:** a emissão em análise procura articular uma combinatória de tons comumente atribuídos à brasilidade, representada, neste caso, pelos moradores de periferias: *alegria, descontração, humor, simplicidade, festividade, união, diversidade* – afinal, trata-se de um povo alegre, festivo, musical, criativo, batalhador.

Essa combinatória tonal se expressa tanto na composição dos cenários e dos figurinos utilizados pelos participantes fixos (apresentadora/conduutora, dançarinos e assistentes de palco), em cores vivas, alegres e berrantes, como pela valorização de uma classe social e cultural marginalizada e excluída de representação na grande maioria dos meios de comunicação hegemônicos do país, que expressa sua espontaneidade e naturalidade por meio de sua fala, suas

gírias, seus hábitos cotidianos; por meio da dança e da música, que ditam o **ritmo** conferido ao texto televisual.

- **Relações intertextuais de caráter sintagmático**

A emissão do **Esquenta!** em análise resgata e dialoga de distintas maneiras com diferentes produtos veiculados pela RGT: alguns programas são meramente mencionados, a exemplo do próprio **Esquenta!**, em sua primeira temporada, e do **Fantástico**, através do som de abertura do programa no ano de 1987.

Outros programas são recuperados através da presença física, no palco do **Esquenta!**, de atores da emissora que deles participam, a exemplo da atriz Roberta Rodrigues (personagem Maria Vanúbia, da telenovela **Salve Jorge**, em exibição no período de veiculação da emissão).

Nesta emissão, o **Esquenta!** recupera também, via apresentação de imagens, o **Programa legal** (1991), através da reapresentação de fragmentos de uma de suas emissões, que visitou o Clube CCIP de Pilares. Nesse contexto, a apresentadora/conduzora destaca o número reduzido de mulheres que fizeram história no samba, como Dona Ivone, Jovelina Pérola Negra, Leci Brandão, Bety Carvalho, enfatizando a presença de Layse Sapucahy, uma das componentes da banda fixa do **Esquenta!**, que, nesta emissão, tocou com Sandra de Sá, a música *Sorriso aberto*, de Jovelina Pérola Negra.

6.5.3.1.2 Observações gerais sobre a emissão de 31.03.2013

A décima sétima emissão da terceira temporada do programa, exibida no horário das 12h30min, estruturada em 3 blocos, com duração aproximada de 1h20min, gira em torno da Páscoa, festividade religiosa comemorada na ocasião. Além dessa temática, central na emissão, destaca-se a permanente referência às relações familiares, às reuniões comemorativas, com ênfase nos sentimentos envolvidos: amor, cuidado, afeto – e, como não poderia deixar de ser, na música e na dança, expressões culturais características do povo brasileiro.

Estão presentes, como convidados eventuais, a cantora de MPB Ivete Sangalo, pela primeira vez no programa; o grupo musical de axé Os filhos de Jorge; a *funkeira* MC Beyoncé (atualmente, Ludmilla); o *funkeiro* MC Duduzinho – que se unem aos participantes fixos da roda

de samba, Arlindo Cruz, Leandro Sapucahy, Péricles e Xande de Pilares. Fazendo parte do *Sofá do Esquentá!*, estão a cantora de MPB Preta Gil; as atrizes Carolina Dieckmann, que desempenha o papel de Jéssica, na telenovela **Salve Jorge**, em exibição no período de veiculação da emissão, Luana Piovani, que desempenha o papel de Vânia, na telenovela **Guerra dos sexos**, em exibição no período de veiculação da emissão, acompanhada do filho Dom e do marido Scooby, e Fernanda Torres, que desempenha o papel de Fátima, no *sitcom Tapas e beijos*, que adentrou de surpresa, vestida com uma roupa simples, demonstrando que o palco do **Esquentá!** deixa as pessoas à vontade; o ator Pedro Cardoso, que desempenha o papel de Augustinho, no *sitcom A grande família*; a estudante Nathália Rodrigues, uma das principais referências no combate ao preconceito contra pessoas com deficiência; os humoristas Victor Sarro, que participou de toda a emissão, e Paulo Gustavo e Samantha Schmütz, que adentraram no palco do programa quase no final da emissão.

Esta emissão, diferentemente das demais, não exibiu nem a entrada dos convidados, que já ocupavam os lugares a eles destinados, nem a da apresentadora/conduzora, que já inicia sentada próxima de uma fonte de chocolate, no qual passava o dedo indicador, levando-o à boca. Somente Ivete Sangalo entrou de forma especial: ela saiu de dentro de um ovo de Páscoa gigante – talvez por ser sua estreia como participante do programa.

Além deles, marca presença a Galinha Pintadinha, para alegrar a criançada: trata-se de uma emissão que contou com um número bastante expressivo de crianças, que foram convidadas a procurar os ovos de Páscoa espalhados pelo palco/cenário. Destaca-se, ainda, a presença de jogadores que compunham o elenco do Botafogo, campeão da taça Guanabara naquele ano. Dentre eles, tiveram direito à voz: Lucas, responsável pelo gol da vitória, e Andrezinho, que havia sofrido uma lesão que o impediu de jogar a final do campeonato; durante a emissão, pediu a música *Tá escrito*.

O clima familiar, bastante festivo e pleno de emoção, é reiterado ao longo de toda a emissão, seja pela forma de tratamento adotada pela apresentadora/conduzora quando se dirige aos convidados, com muito afeto, naturalidade e espontaneidade – ela fica emocionada, beija os convidados, abraça, conta histórias partilhadas entre eles, como quando falou sobre o carinho que sua filha Benedita, que acompanhava o programa da arquibancada, sente por Ivete Sangalo por ter sido ela a referência de *mulher que não usa vestido e que joga futebol* –; seja pela proximidade que demonstra para com os sujeitos participantes, como quando pega uma menina

no colo e dá a conhecer ao público presente e ao telespectador que se trata da neta de Arlindo Cruz.

A emissão lança mão de três tipos de quadros: os de entrevista – um com a cantora Ivete Sangalo, e outro com o professor Geraldo Prado, que falou sobre a biblioteca do Paiaiá, por ele fundada; os de apresentação musical, em que atuam os convidados que participam da roda de samba; e o de concurso de dança, no ritmo do *passinho*, estilo de dança que se popularizou nos morros e favelas, do qual participaram apenas meninas.

O principal quadro apresentado nesta emissão foi o *Biblioteca do Esquentá*, que surpreendeu a cantora Ivete Sangalo ao trazer, para o palco do programa, o professor Geraldo Prado, que teve a iniciativa de montar a *Biblioteca do Paiaiá*, a partir de um livro doado por sua professora, Maria Ivete Dias, mãe da cantora. A partir desse incentivo, o professor Geraldo montou a maior biblioteca em comunidade rural do mundo, no município de Nova Soura, povoado São José do Paiaiá, no sertão da Bahia – na oportunidade, contava com quase 110 mil títulos, a maior concentração de livros por habitante no país. Como forma de retribuição, o professor presenteou a cantora com o livro, dado a ele por sua mãe, e com uma foto, que registrou a última visita que a dona Maria Ivete fez à *Biblioteca de Paiaiá*, em 2001.

O concurso de dança, por sua vez, objetivou acabar com o preconceito de que menina não pode desempenhar atividades, como jogar futebol ou dançar o *passinho* – são as meninas do *passinho* que “*vem que vem que vem com tudo*”. As competidoras são meninas de diferentes bondes: Bonde das Fantásticas (que reúne meninas de São Gonçalo, Niterói, Praça Seca, Vila Isabel); Bonde das Perfect (um dos primeiros bondes compostos só por meninas); Bonde Mister Passistas (composto por meninos, com uma única menina – a que se apresentou no palco do programa). Nesta temporada, o quadro de concurso chama-se *Calourão*, embora, na emissão, não lhe tenha sido atribuído nome.

A emissão conta com a inserção de *merchandisings* comerciais, por meio de duas competições: a inserção da marca Garnier-Nutrisse se dá via apresentadora, a partir da proposição de um processo de transformação, envolvendo a mudança de cor dos cabelos de três participantes: Marcele, Carolina e Isabela. Elas retornam, quase no final do programa, completamente loiras. A apresentadora/conduzora exhibe novamente os produtos Garnier-Nutrisse, explicando as premiações conferidas a cada participante, conforme a votação do público, no que concerne à forma de sambar de cada uma delas. Após a competição, Regina Casé expõe algumas

características do produto: possibilidades de coloração; propriedades e resultados de utilização. Por fim, fornece o endereço eletrônico da empresa, para mais informações. *"É isso aí! Vai ficar linda e a cara da riqueza"*.

A inserção da marca Downy se dá via apresentadora, que enfatiza algumas propriedades do amaciante, suas formas de uso e rendimento. Depois, são selecionadas oito meninas da plateia, vestindo *shorts* bicolor, que dançam e desfilam no palco do programa. A candidata escolhida pela plateia ganha então um *kit* de amaciantes, específico para roupas coloridas. Ambas as competições envolveram integrantes da plateia, que se dispuseram a participar.

Ao longo da emissão, alguns dos convidados abordam temáticas familiares, relatando situações cotidianas por eles vivenciadas. Ivete Sangalo fala sobre sua experiência com a maternidade, destacando quanto sua vida mudou em razão do filho: *"no momento em que ele nasceu, naqueles primeiros meses, eu fiquei muito voltada pra maternidade, eu inclusive contemplei a possibilidade de dar um tempo, mas eu entendi que todas as mães tem essa tarefa de trabalhar e de lidar com aqueles medos, com a saudade. Mas eu mudei muito, me tornei uma pessoa ainda mais responsável, muito feliz, muito melhor. Hoje o problema não me alcança (...), eu não sou mais o centro da minha vida, eu tenho um marido e um filho que eu amo"*.

Pedro Cardoso, personagem Augustinho no *sitcom* **A grande família**, comenta sobre os novos grupamentos familiares e como as relações se dão em contextos econômicos distintos: no morro, a adoção, o cuidar dos filhos de outros é algo quase natural. O ator elogia a apresentadora Regina Casé e o programa, afirmando que o **Esquenta!** permite um conhecimento mais verdadeiro do Brasil: *"às vezes me parece que a televisão brasileira é muito Disneylândia (...). Aqui não. Aqui a gente vê o Brasil como ele mesmo é. Admiro muito"*. Regina Casé menciona várias crianças que já participavam do programa desde a barriga das mães e que agora estão no palco, alegrando ainda mais a festa e a vida de todos: trata-se dos filhos dos dançarinos/assistentes de palco, presentes na emissão.

Nesse contexto, apresenta ao público presente e aos telespectadores a nova mascotinha da família **Esquenta!**, Maria Helena Cruz, neta de Arlindo Cruz; para homenagear a neta, o compositor pede que Ivete Sangalo cante a música *Se eu não te amasse tanto assim*. A cantora é acompanhada pela plateia, em coro, e por Arlindo Neto, pai da criança. A emoção toma conta dos convidados e do avô, que conta sobre a felicidade vivenciada a partir da chegada da primeira neta.

A emissão também reserva um espaço para abordar a questão do autismo, para qual convocou o produtor de engenharia do **Esquenta!**, Ilton Caruso, cujo filho Gabriel é autista. O assunto foi discutido em razão de ser 02 de abril, terça-feira seguinte à exibição da emissão, o dia da conscientização mundial do autismo. Além da exposição de dados sobre a doença, a conversa da apresentadora com Ilton Caruso trouxe informações a respeito da importância do diagnóstico precoce, que permite um melhor desenvolvimento da criança, e sobre a ONG Mundo Azul, dedicada a informar e conscientizar a sociedade. Foram exibidas imagens do Gabriel em contexto de sociabilidade, demonstrando a importância do diagnóstico precoce na reversão dos efeitos da doença, aumentando a probabilidade de inclusão plena da criança.

Quase ao final da emissão, os humoristas Paulo Gustavo e Samantha Schmütz adentram no palco do programa, sendo recebidos com muita alegria e euforia tanto pelo público presente, quanto pela apresentadora, que comenta: *"Eu não tô aguentando o nível de penetração desse programa"*, em referência às participações inusitadas, recebidas ao longo da emissão. Os penetras são então homenageados com uma música, cantada por Mumuzinho.

Na sequência, Ivete Sangalo posiciona-se na arquibancada maior, localizada em frente ao palco central, e Preta Gil, na menor, situada no lado oposto, ou seja, atrás do palco central, e as duas cantam como se estivessem em um trio elétrico, acompanhadas pela plateia, em coro. O palco central é então tomado pelos convidados e dançarinos/assistentes de palco presentes no programa, que dançam ao som da música *Na base do beijo*, de Ivete Sangalo.

O fechamento da emissão se dá com Ivete Sangalo, que canta após a mensagem expressa pela apresentadora/conduzora, adaptando alguns dos versos da música *Festa*: *"O Esquenta é uma festa onde qualquer um pode vir. Pode vir, pode chegar. Mistura o mundo inteiro. Tem gente de toda a cor, tem raça de toda a fé. Tem guitarra de rock and roll e tem batuque de candomblé. Ivete, a festa é sua negona"*.

Do ponto de vista expressivo, a emissão estrutura-se a partir de rupturas, **fragmentos**, recortes, sobreposições, organizados de modo não-linear, mas que obedecem a uma coerência. A colagem desses fragmentos é articulada via processo de edição, que seleciona cenas, quadros, composições musicais em conformidade com os objetivos da emissão.

- Análise intratextual

- **Tematização:** a temática central da emissão, embora faça alusão à Páscoa, é o relacionamento familiar, com ênfase nos sentimentos envolvidos, como o amor, a união, o respeito. O tema desdobra-se, assim, a partir dos seguintes traços, representativos da família, colocados em oposição: *união vs desunião; proteção vs desamparo; amor vs ódio; presença vs saudade; proximidade vs distanciamento; alegria vs tristeza; vida vs morte; inclusão vs exclusão; aceitação vs recusa.*

A forma de expressão das relações familiares reúne alegria, descontração e muita emoção, em um clima contagiante e festivo; é a configuração da família brasileira como alegre, feliz, afetuosa, bondosa, preocupada com o próximo, que se alegra com a presença de sua gente e gosta de manter familiares e amigos sempre por perto, em diferentes comemorações, a exemplo da Páscoa.

Ao abordar a família como tema, a emissão dirige-se a todos os telespectadores, tendo em vista a amplitude do assunto.

- **Figurativização:** o tema é figurativizado pela presença de distintos sujeitos que relatam suas próprias relações familiares. Para auxiliar na conformação da temática, a emissão conta com a presença de diferentes famílias, a exemplo da atriz que veio acompanhada pelo marido e filho; do compositor e cantor que recebeu o filho e a neta; dos dançarinos/assistentes de palco do programa, que estão acompanhados das esposas e filhos. Nessa configuração do tema, a emissão recorre ainda a distintos sujeitos que falam de suas próprias relações familiares, tais como da cantora, que fala sobre a maternidade, do ator, que refere seu próprio grupamento familiar, composto por *três filhas de sangue e uma de coração*, e do produtor de engenharia do programa, que relata os obstáculos enfrentados em virtude da doença do filho, diagnosticado com autismo.

A brincadeira sugerida pela apresentadora, que consiste na procura dos ovos de Páscoa, envolvendo diretamente as crianças e a presença da Galinha Pintadinha, cuja aceitação é praticamente unânime entre os pequenos, reforça as relações afetivas, propostas pela emissão. Além disso, o relato sobre as transformações de um personagem, ao longo dos anos, e as dificuldades enfrentadas diariamente para manter a família próxima e unida, ilustram bem as relações familiares vivenciadas por diferentes sujeitos.

Embora muitos dos participantes fixos e convidados eventuais da emissão sejam atores sociais bastante conhecidos, eles desempenham, no contexto temático da emissão, o papel de meros figurantes. Esse é o caso dos condutores da roda de samba; dos humoristas; das cantoras e dos integrantes de grupos musicais que se apresentam; das atrizes; dos jogadores de futebol.

Os verdadeiros protagonistas da emissão são aqueles que participam diretamente da abordagem do tema, através de relatos de situações e experiências vivenciadas cotidianamente no contexto familiar, a exemplo da própria apresentadora/conduutora, da cantora, do ator, do compositor e músico, que ganham voz em dado momento.

De modo geral, os assistentes de palco e dançarinos só podem ser identificados através das roupas e função que desempenham: são fantasias de coelho destinadas a grupos específicos – as crianças vestem um modelo/tipo de roupa, diferente daquela vestida pelos adultos (ver Figura 12 – Crianças com fantasias de coelho). Embora não se manifestem verbalmente, eles são os responsáveis por manter um tom *festivo, alegre e descontraído*, convocando os demais participantes a dançarem, tomarem parte nas coreografias, baterem palmas, cantarem, rirem, pularem.



Figura 12 – Crianças com fantasias de coelho

Fonte: frame (captura de tela – *internet*)

Na plateia, mulheres jovens, aparentemente mais arrumadas e brancas, destacam-se dentre a maioria dos participantes, configurados como pertencentes a classes mais baixas, o que se depreende pelas roupas e adereços utilizados e pela postura adotada: nada comedidos, gritam,

pulam, dançam, rebolam, mandam beijos, adotando um comportamento natural e espontâneo. A emissão conta, ainda, com um número bastante expressivo de crianças, tendo em vista a comemoração da festividade de Páscoa e o contexto temático da família.

A participação da plateia, ainda que se restrinja a acompanhar o programa, com o comportamento antes descrito, nem por isso é menos relevante.

- **Actorialização:** os atores nomeados, participantes desta emissão, pertencem a dois grandes grupos: os atores sociais **conhecidos** e **famosos** (midiáticos), como é o caso da apresentadora/conduutora Regina Casé, dos responsáveis pela roda de samba, Arlindo Cruz, Leandro Sapucahy, Péricles e Xande de Pilares, das cantoras Ivete Sangalo e Preta Gil, dos integrantes do grupo musical Os filhos de Jorge, da MC Beyoncé, do MC Duduzinho, da estudante cega Nathália Rodrigues, dos humoristas Victor Sarro, Paulo Gustavo e Samantha Schmütz, das atrizes Carolina Dieckmann, Luana Piovani e Fernanda Torres, do surfista Scooby, marido de Luana Piovani, do ator Pedro Cardoso, dos jogadores do Botafogo, Lucas e Andrezinho; os atores sociais **desconhecidos** e até então **anônimos**, como é o caso do professor Geraldo Prado, responsável pela criação da Biblioteca do Paiaíá, das integrantes da plateia que passaram pela transformação, Marcele, Carolina e Isabela, e do produtor de engenharia do programa, Ilton Caruso, que falou dos obstáculos enfrentados diante da doença do filho Gabriel, diagnosticado com autismo desde os dois anos, e da importância do apoio e da compreensão da família nesses momentos de dificuldade.

Ao longo de toda a emissão, a apresentadora/conduutora Regina Casé, protagonista principal, desempenha diferentes papéis: o de *narradora*, responsável pela contextualização da emissão do programa, fazendo brincadeiras, dando sugestões e dicas aos participantes e ao telespectador; o de *controladora*, responsável pelo direcionamento dos assuntos a serem abordados, pela determinação do início e término de cada bloco da emissão, pela atribuição de fala a cada um dos convidados (como no momento em que conversa com Arlindo Cruz, sobre a experiência de ser avô, ou com Pedro Cardoso, sobre seu personagem no *sitcom A grande família*); o de *guia/participante*, decorrente de sua configuração como mãe de família, preocupada e envolvida com os filhos, com o marido, com os amigos próximos, que gosta de promover e se divertir em reuniões familiares, repletas de muita música; o de *autopromotora indireta* da RGT, via *marketing* social, relacionado principalmente à questão do autismo

(aceitação das dificuldades e das diferenças) e das relações familiares, que devem ser repletas de amor, cuidado e afeto; o de *autopromotora direta* da RGT, via convite aos atores Carolina Dieckmann, Luana Piovani, Fernanda Torres, Pedro Cardoso, Paulo Gustavo, Samantha Schmütz, participantes fixos do elenco da emissora, e referência a produtos da RGT, tais como **Salve Jorge, A grande família, Tapas e beijos, As brasileiras, Gabriela**; o de *promotora publicitária*, responsável pela divulgação das marcas (Garnier-Nutrisse e Downy) e contextualização de sua inserção no texto do programa.

Embora estejam presentes muitos atores sociais conhecidos e/ou desconhecidos, alguns deles ganham visivelmente protagonismo na emissão, tais como Ivete Sangalo, Pedro Cardoso, Arlindo Cruz e Ilton Caruso, através de seus relatos e depoimentos sobre as relações familiares e as dificuldades enfrentadas no caso de doenças, a exemplo do autismo.

Na emissão, a apresentadora/conduzora Regina Casé usa um figurino bastante chamativo: terninho, composto por calça larga e blazer de mangas compridas, todo em tecido dourado brilhante, semelhante aos utilizados em fantasias de Carnaval; uma blusa bordada, com lantejoulas douradas; sapato alto, escondido pela calça; como acessórios, um par de brincos medianos e anéis bastante discretos; unhas com esmalte dourado. O microfone, seguindo o estilo da roupa da apresentadora/conduzora, é bastante brilhoso, contendo a inscrição *Esquenta*.

- **Temporalização:** a emissão movimenta-se criando o efeito de sentido de tempo presente: embora o programa seja gravado e editado, somente as imagens recuperadas de outros programas (**A grande família, As brasileiras, Gabriela**) parecem anteriores a sua exibição.

Esse efeito de sentido de tempo presente é reforçado pela referência à Páscoa, comemorada no dia de exibição da emissão; pela presença da atriz Fernanda Torres que, no contexto de veiculação da emissão, interpretava a personagem Fátima, no *sitcom Tapas e beijos*; pela presença do ator Pedro Cardoso que, nesse mesmo contexto, interpretava o personagem Augustinho, no *sitcom A grande família*.

- **Espacialização:** a emissão, como as demais da terceira temporada, movimenta-se prioritariamente no espaço representado pelo cenário do programa, dado a conhecer mediante a movimentação de câmeras, que permitem perceber a composição de um espaço central, no qual estão posicionados os participantes fixos e os convidados eventuais, e das arquibancadas, que

acomodam a plateia no entorno desse palco; em um nível mais acima, localizam-se os camarotes – um deles destinado ao DJ Tartaruga e algumas moças, que parecem integrantes da plateia e dançam cada nova música.

O palco central comporta, em suas extremidades, os lugares destinados aos diferentes participantes: à direita, sofás e poltronas, nas cores roxa e rosa, recebem os participantes fixos e convidados eventuais (Preta Gil, Victor Sarro, Nathália Rodrigues, Paulo Gustavo, Samantha Schmütz, Carolina Dieckmann, Luana Piovani, Scooby e Dom, Fernanda Torres); à esquerda, mesas, cadeiras e *puffs*, na cor verde, recebem a roda de samba e seus convidados (Arlindo Cruz, Leandro Sapucahy, Xande de Pilares, Ivete Sangalo, Pedro Cardoso, MC Beyoncé, MC Duduzinho, os integrantes do grupo musical Os filhos de Jorge). No fundo do palco, em uma pequena arquibancada, com poucos degraus, posicionam-se os assistentes de palco/dançarinos do programa, e alguns convidados eventuais (a exemplo das mulheres e filhos dos dançarinos/assistentes de palco); do outro lado, na parte da frente do palco, a plateia, que compõe o auditório, em uma arquibancada com maior capacidade.

Em dado momento, enquanto cantava, Ivete Sangalo atravessou o palco central indo em direção da banda, que se posicionava ao fundo, à direita, em um nível mais elevado, numa espécie de palco – as demais imagens não permitem vislumbrar esse espaço com maior precisão. A cantora elogia e parabeniza os músicos, que acompanham todos os ritmos solicitados pelos cantores.

Além do espaço central, percebe-se outro cenário, dado a conhecer bem no início da emissão: trata-se da piscina do **Esquentá!** que, nesta oportunidade, passado o período de calor mais intenso (afinal, o verão já terminou!), acaba sendo transformada em um grande chafariz de chocolate, com muitos ovos. O cenário como um todo é revestido por elementos que aludem à festa de Páscoa, a exemplo dos ovos decorados e embalados, colocados em grandes cestos, e das enormes orelhas de coelho – além disso, algumas pessoas vestem roupas temáticas, semelhantes a fantasias, que aludem à figura do coelho.

A emissão recorre, ainda, a outros espaços, via resgate de imagens de outros produtos da RGT, a exemplo do *sitcom* **A grande família** e da telenovela **Gabriela**.

Como se pode ver, do ponto de vista expressivo, a configuração do espaço recorre ao **excesso**, ao exagero, tornando difícil o estabelecimento de uma distinção entre os espaços destinados aos convidados e os espaços destinados aos participantes fixos (dançarinos, assistentes

de palco), embora haja uma demarcação precisa entre os espaços destinados ao auditório – localizado na arquibancada e nos camarotes – e aos convidados, conforme suas funções no programa: se são cantores, juntam-se à roda de samba; do contrário, ocupam a outra extremidade, destinada aos demais participantes.

- **Tonalização:** a emissão em análise procura articular uma combinatória de tons comumente atribuídos aos encontros familiares, a exemplo da comemoração da festividade de Páscoa: *alegria, descontração, humor, festividade, união, diversidade, emoção, entusiasmo*, e uma certa *nostalgia* em relação aos que já se foram – afinal, trata-se de um momento especial, repleto de afeto, de histórias compartilhadas.

Essa combinatória tonal se expressa tanto na composição do cenário e dos figurinos utilizados pelos participantes fixos (apresentadora/conduzora, dançarinos e assistentes de palco), que aludem à comemoração da Páscoa, como pelo comportamento por eles adotado e pela valorização da família, configurada por meio da presença de crianças, acompanhadas de seus pais; por meio da dança e da música, que ditam o **ritmo** conferido ao texto televisual.

- **Relações intertextuais de caráter sintagmático**

A emissão do **Esquenta!** em análise resgata e dialoga de distintas maneiras com diferentes produtos veiculados pela RGT: alguns programas são recuperados através da presença física, no palco do **Esquenta!**, de atores da emissora que deles participam, a exemplo das atrizes Carolina Dieckmann (personagem Jéssica, da telenovela **Salve Jorge**, em exibição no período de veiculação da emissão), Fernanda Torres (personagem Fátima, do *sitcom* **Tapas e beijos**), Samantha Schmütz (vários personagens no programa de humor **Zorra Total**) e Luana Piovani (personagem Vânia, na telenovela **Guerra dos sexos**, em exibição no período de veiculação da emissão), dos atores Pedro Cardoso (personagem Augustinho, do *sitcom* **A grande família**), Paulo Gustavo (vários personagens, em diferentes produtos exibidos pelo Multishow – que faz parte do Grupo Globo) e da cantora Ivete Sangalo (personagem Maria Machado, na telenovela **Gabriela** – 2012; personagem Raquel, na série **As brasileiras** – 2012; intérprete da música tema do *sitcom* **A grande família** – 2012).

Nesta emissão, o **Esquenta!** recupera também, via apresentação de imagens, fragmentos do *sitcom* **A grande família** (2012/2013), da série **As brasileiras** (2012), da telenovela **Gabriela** (2012).

6.5.3.2 Apontamentos sobre a terceira temporada

A terceira temporada do **Esquenta!** obteve uma audiência média ainda maior do que a anterior, tendo, em algumas ocasiões, atingido o mesmo índice de audiência do **Domingão do Faustão**, considerado o principal produto da Globo no domingo à tarde – ambos registraram 13 pontos no dia 13.01.2013. O número de emissões, nesta temporada, foi ampliado, bem como a duração de cada emissão, em relação à segunda temporada. O contexto sociocultural continua sendo aquele relacionado com o período de veiculação, que envolve as férias, o verão e o Carnaval. E adequando a proposta da temporada anterior de juntar e misturar continuou investindo em artistas com estilos bastante variados.

As emissões deram destaque ao povo brasileiro, através de abordagens centradas tanto nas dificuldades enfrentadas, quanto nas experiências de superação, especialmente através de relatos de pessoas comuns, que integram a plateia e/ou são convidadas. Algumas emissões deram mais destaque aos moradores das periferias, enquanto outras sequer mencionavam esses sujeitos – os assuntos eram tratados de modo mais generalizado, englobando a população brasileira de maneira geral.

O programa, desse modo, constitui-se, ainda, como uma espécie de *marketing* social, mas passa a considerar questões mais abrangentes, que envolvem outros sujeitos, para além daqueles moradores dos morros e favelas. A manutenção de Regina Casé como apresentadora/conduzora indica a aceitação por parte do público telespectador, bem como dos sujeitos que compõem o programa – a exemplo dos dançarinos, assistentes de palco e dos cantores da roda de samba, justamente pelo fato de que todos eles possuem uma relação bastante próxima com a apresentadora.

O samba continuou figurando como o estilo preferencial, que dita o ritmo conferido ao programa, embora não haja mais a presença evidente daqueles que auxiliaram em seu processo de consolidação, a exemplo dos integrantes das escolas de samba: compositores, músicos, passistas,

integrantes da velha guarda. O que se vê são alguns sujeitos que possuem relevância no cenário musical, participando como convidados.

Foram mantidos os quadros de atrações musicais – único presente em todas as emissões –, de humor, de entrevistas, de cozinha, o *Calourão*, a *Biblioteca do Esquentar!*, embora nem todas as emissões contem com todos os quadros.

Pode-se perceber, por meio da análise, que o programa, também nesta terceira temporada, configura-se como uma forma de autopromoção tanto indireta da emissora, via *marketing* social, como direta, através da convocação, para participarem das emissões, de atores e atrizes que fazem parte de seu elenco fixo; da referência aos produtos por ela realizados e disponibilizados ao mercado televisual; da adoção de uma postura de empresa preocupada e comprometida com as mazelas sociais; da configuração de um engajamento sócio-político-cultural fundado na diversidade de vozes, na equidade e na participação coletiva.

Nesta terceira temporada, o programa passou a contar com a inserção de *merchandising* comercial, de marcas externas à televisão. De modo geral, há a participação da apresentadora/conduzora como porta-voz das marcas, que informa sobre as características dos produtos, formas de utilização, entre outros.

Ao longo das emissões, são articulados valores positivos referentes ao trabalho, ao lazer, à educação, à inclusão social, às relações familiares, à superação, à aceitação das diferenças, à coletividade, à solidariedade expressos pela combinatória tonal de *alegria*, *descontração*, *humor*, *festividade*, *união*, *diversidade*, *emoção*, *entusiasmo*, diretamente associada ao programa, à apresentadora/conduzora e à própria RGT. São esses valores que auxiliam a composição de uma identidade que atende aos objetivos empresariais e institucionais da emissora, projetando uma imagem e marca adequada a seus interesses, e bastante positiva aos olhos do telespectador.

6.5.4 Especiais de São João – caracterização geral

Os especiais de São João exibidos nos dias 26.06.2011 e 24.06.2012, no horário das 13h, contam com duas emissões⁷¹, estruturadas em 3 blocos, com duração aproximada de 1h15min. O

⁷¹ A partir de junho de 2013, quando o programa já estava inserido na grade regular da emissora, a comemoração de São João se deu conforme a dinâmica das emissões, que sempre evocam determinada temática para servir de pano de fundo ao programa.

contexto sociocultural que serve de entorno à produção/realização do programa está relacionado às festas juninas, comemoradas no referido mês. Nas duas emissões, denominadas de **Esquentão!**, o palco serve de cenário para a valorização da cultura caipira e interiorana, através de diversas referências, tais como músicas, comidas típicas, danças, vestimentas, hábitos, etc. Os especiais contam, ainda, com o samba, estilo musical sempre presente em todas as emissões do **Esquentão!**.

O **Esquentão!** de 2011 homenageia o São João do Nordeste, através de elementos como o forró, a quadrilha, a sanfona, o chapéu de palha, as fitas coloridas enfeitando as roupas, o casamento caipira. Além dessas referências, a emissão recorre à figura do cangaceiro, através da presença do ator Domingos Montagner, que vivia o cangaceiro Herculano, da telenovela **Cordel Encantado**, em exibição no período de veiculação da emissão.

O especial de 2012, por outro lado, dedica-se ao interior do país – de São Paulo, de Minas Gerais, de Mato Grosso, de Goiás, do Paraná –, de onde a cultura caipira se originou, plantando suas raízes. Destacam-se elementos como a camisa xadrez, a música sertaneja, a moda de viola. A emissão recorre ainda ao ritmo *tecnobrega*, difundido e popularizado através de cantoras como Gaby Amarantos, no início dos anos 2000, referenciado, na época de veiculação da emissão, pela personagem Chayene, interpretada por Cláudia Abreu, na telenovela **Cheias de charme**.

Nos especiais de São João são mantidas as principais características da configuração do cenário da temporada que o antecede, não havendo muita alteração em termos da estruturação dos palcos, da arquibancada; apenas a decoração acaba sofrendo alterações, adequando-se ao contexto das festas juninas: bandeirinhas, fitas coloridas, a fogueira, projetada em um telão no fundo do palco central. O mesmo acontece com os quadros: o primeiro **Esquentão!** conta com quadros de entrevistas, de apresentações musicais, de danças, sem haver nomes específicos para cada um deles; o segundo, além desses quadros, bastante tradicionais no programa, conta com o *Calourão*, competição envolvendo duplas sertanejas formadas por patroas e empregadas domésticas, em alusão à telenovela **Cheias de charme**, e com o *Correio elegante*, que consiste no envio de recados para a pessoa amada. Para os especiais, há uma alteração na música tema do programa (ver Anexo B, que traz a letra da música tema do especial de São João).

A emissão analisada contém inserções promocionais tanto de caráter publicitário, com a divulgação de produtos, empresas e serviços exteriores à RGT (inserção das marcas Garnier-Nutrisse e Downy), como de caráter autopromocional, representadas, nesse caso, pela

participação de atores e profissionais da emissora, pela abordagem de temas referentes ao lançamento de telenovelas e outros produtos televisuais, via presença de diretores, roteiristas e/ou membros de seus elencos no palco do **Esquentá!**. Essa autopromoção, de certo modo, ocorre também, de forma indireta, pelo caráter de *marketing* social subjacente ao programa como um todo.

6.5.4.1 Análise da emissão do especial de São João

6.5.4.1.1 Observações gerais sobre a emissão de 24.06.2012

A segunda emissão do **Esquentá!**, exibida no horário das 13h, estruturada em 3 blocos, com duração aproximada de 1h15min, gira em torno das comemorações de São João, a tradicional festa junina, comemorada no mês de veiculação dessas emissões – junho. A apresentadora contextualiza o enfoque da emissão: *“Ano passado a gente homenageou o São João do Nordeste. Esse ano a gente pegou outro caminho: pegou o caminho da roça, do interior. Pegou uma picada lá pra dentro do Brasilão, lá pro fundo”*. Além dessa temática, central na emissão, destaca-se a permanente referência à cultura, aos hábitos e tradições cultivados no interior do Brasil e dos estados brasileiros, que acabam se expandindo para além desses territórios, com ênfase, principalmente, na música: há um alargamento da noção de brasilidade, que passa a considerar outras referências para além do samba, do Carnaval e do Rio de Janeiro.

Estão presentes, como convidados eventuais, as duplas sertanejas Chitãozinho e Xororó, João Bosco e Vinícius, João Neto e Frederico – que se unem aos participantes fixos da roda de samba, Arlindo Cruz, Leandro Sapucahy e Péricles, que estreou como participante fixo da roda de samba. A emissão conta ainda com a presença de convidados fixos: os humoristas Fábio Porchat e Victor Sarro; a cantora de MPB Preta Gil; as representantes do Morro do Cantagalo, Maira e Camila. Também fazendo parte do elenco de convidados eventuais, o ator Ricardo Tozzi, que desempenha os papéis de Inácio Paixão e Fabian Brunini, na telenovela **Cheias de charme**, em exibição no período de veiculação da emissão; as atrizes Cláudia Abreu, que desempenha o papel de Chayene, na telenovela **Cheias de charme**, em exibição no período de veiculação da

emissão, Isabelle Drummond, que desempenha o papel de Maria Aparecida, na telenovela **Cheias de charme**, em exibição no período de veiculação da emissão, Leandra Leal, que desempenha o papel de Maria do Rosário, na telenovela **Cheias de charme**, em exibição no período de veiculação da emissão, e Taís Araújo, que desempenha o papel de Maria da Penha, na telenovela **Cheias de charme**, em exibição no período de veiculação da emissão; o jornalista e radialista Ricardo Fela, que participou do projeto **Brasil total**; o comentarista Ronaldo Lemos; o estilista Rica Benozzati; a empresária e consultora de imagem Ana Lúcia Zambon Firmino; a empresária e blogueira Marcela Mariani; os integrantes da Banda Multilados, que mistura os estilos caipira, *hap* e *hip hop*. Destaca-se, ainda, a presença da estudante cega Nathália Rodrigues (que passou a integrar o elenco fixo do programa, juntamente com Fábio Porchat, Preta Gil, Camila e Maira) e dos assistentes de palco Mumuzinho e Douglas Silvam, que auxiliam na condução da emissão.

O cantor Péricles é recebido como participante fixo da roda de samba; para essa recepção, a apresentadora convoca a menina Letícia, para “*juntar os dois melhores abraçadores do planeta terra*”. Péricles, juntamente com Arlindo Cruz e Leandro Sapucahy, asseguram a manutenção do ritmo do samba, característico do **Esquenta!**.

Esta emissão exibiu apenas a entrada de alguns dos convidados; o restante, a exemplo de Chitãozinho e Xororó, já ocupavam os lugares a eles destinados. A apresentadora/conduutora, por sua vez, adentrou no palco de duas maneiras diferentes: primeiro, andando, passando por debaixo de um túnel formado por pessoas (semelhante àqueles que se formam nas danças de quadrilha); depois, para demonstrar o poder do caipira do interior, cuja situação econômica tem permitido uma melhor condição de vida, adentrou em um triciclo motorizado, uma espécie de motocicleta que reúne também características de automóvel.

O clima festivo, bastante próximo, é reiterado ao longo de toda a emissão, seja pela forma de tratamento adotada pela apresentadora/conduutora quando se dirige aos convidados, com muita naturalidade e espontaneidade – ela beija, abraça e senta no colo dos convidados, faz brincadeiras e comentários pessoais, como quando brinca com Nathália Rodrigues, dizendo que *até ela que é cega caiu no samba* –; seja pela proximidade que demonstra para com os sujeitos participantes, como quando corre na direção do cantor Péricles e se joga em seu colo.

A emissão lança mão de quatro tipos de quadros: o *Correio elegante*, quadro especial, alusivo às festas juninas, no qual a plateia manda recadinhos – alguns deles lidos no palco (destaca-se o recado enviado por uma mulher para sua companheira, lido no palco, acompanhado

pelo coro proposto pela apresentadora: “*Xô preconceito*”); o *Calourão*, que traz um concurso de canto do qual participam quatro duplas formadas por patroa e empregada doméstica (em alusão às *empreguetes* e à Chayene), que contam um pouco sobre as dificuldades enfrentadas, cotidianamente, pelas empregadas domésticas, a exemplo da demora em chegar ao local de trabalho, em virtude da precariedade do transporte público – a dupla vencedora foi escolhida pela plateia; os de entrevista – um com algumas das duplas sertanejas presentes no palco do programa, e outro com Ronaldo Lemos; o de humor, a partir da atuação de Mumuzinho, Douglas Silva e Victor Sarro, que dançam, vestidos de empregadas, a música *Vida de empreguete*, sucesso da telenovela **Cheias de charme**.

Regina Casé entrevista Chitãozinho e Xororó, que contam um pouco sobre sua carreira. Na extremidade direita do palco central, foram posicionados dois bancos de madeira, desses que se vê no interior, na roça, pintados na cor rosa. Durante a conversa, são exibidas imagens do filme do Mazarope, **Tristeza do Jeca** (1961), um dos principais personagens que caracterizam o caipira do interior: homem pobre, trabalhador, ingênuo, sem malícia. Para os cantores, a música sertaneja não pode ficar restrita à viola e à sanfona; desde cedo eles tentam inovar, através de referências advindas de outros estilos musicais – essas influências explicam, inclusive, o corte de cabelo por eles adotado nas décadas de 80/90: o cantor e compositor britânico Rod Stewart.

A apresentadora/conduzora conversa com Ricardo Fela, jornalista e radialista do interior que, juntamente com o grupo responsável pela produção e realização do **Esquentá!**, o Núcleo Guel Arraes, integrou o projeto **Brasil legal**, cujo objetivo era reunir pessoas de todos os lugares do país para mudar o sotaque da televisão, incorporando outros modos de falar.

Regina Casé conversa também com João Bosco e Vinícius, que contam sobre o início da carreira e as dificuldades enfrentadas, no interior do Mato Grosso do Sul – estado que está se tornando o celeiro da nova música sertaneja, de acordo com os músicos. Ao longo da conversa, a apresentadora comenta sobre a melhora na condição de vida dos brasileiros, exemplificada através do acesso aos tratamentos odontológicos, que reduzem o número de dentes cariados e arrancados, prática bastante comum há algumas décadas, especialmente em cidades do interior, que não dispunham de dentistas: o dente pintado de preto, bastante utilizado nas caracterizações do caipira, faz uma alusão à falta de dente. A contextualização se deu em virtude de que o cantor João Bosco ser formado em odontologia, tendo abandonado a profissão em razão da música.

A apresentadora/conduutora, em conversa com o ator Ricardo Tozzi, comenta sobre os espaços que estão sendo abertos, na televisão, para a adoção de temáticas relacionadas às camadas mais populares, a exemplo da telenovela **Cheias de charme**, em exibição no período de veiculação da emissão, e do próprio **Esquenta!**. Regina Casé relata que no período de gravação/veiculação do programa **Central da periferia** ela dizia: “*olha onde eu tô: no meio do povo, esse lugar que nunca aparece na televisão*”, e conclui, com alegria: “*Eu agora, graças a Deus, não posso mais dizer isso. Estou proibida. É uma glória isso, uma vitória! Muito bom!*”.

Ronaldo Lemos, mineiro de Araguari, formado em direito pela Universidade de São Paulo (USP), com mestrado em Harvard (Estados Unidos da América) e doutorado na USP, é um dos principais criadores do projeto Marco Civil da Internet, lei que regulamenta o uso da *internet* no Brasil. Cunhou o termo *interiornet*, em referência à possibilidade de inclusão do interior (do trabalho, da cultura em suas várias manifestações, dos hábitos, das práticas cotidianas, entre outros) por meio da *internet* e da tecnologia. A proposta é permitir que o interior consiga se manter de modo independente, sem que as pessoas precisem se deslocar para os grandes centros urbanos para dar continuidade aos seus projetos de trabalho e de vida – a exemplo do que vem acontecendo com as duplas musicais, presentes no palco do programa.

O processo de inclusão, proporcionado pela *internet*, é abordado também na perspectiva da população mais pobre, que passa a ter condições de se inserir socialmente e culturalmente, conhecendo outras referências e permitindo a publicização de seu trabalho – a exemplo do que acontece na trama da telenovela **Cheias de charme**, na qual as *empreguetes* lançam um vídeo que *viraliza* na *internet* (tanto na telenovela, quanto na *vida real*), permitindo que elas se tornem famosas, ascendendo economicamente e, desse modo, mudando de vida.

A emissão conta com a inserção de *merchandisings* comerciais, por meio de duas competições: a inserção da marca Garnier-Nutrisse se dá via apresentadora, a partir da proposição de um processo de transformação, envolvendo a mudança de cor dos cabelos de três participantes: Rosilene, Gabriele e Tamires. As imagens permitem ver o espaço destinado à transformação, semelhante a um salão de beleza. Elas retornam, quase no final do programa, completamente loiras. A apresentadora/conduutora exhibe novamente os produtos Garnier-Nutrisse, explicando as premiações conferidas a cada participante, conforme a votação do público, no que concerne à forma de sambar de cada uma delas. Após a competição, Regina Casé expõe algumas características do produto: possibilidades de coloração; propriedades e resultados de utilização.

Por fim, fornece o endereço eletrônico da empresa, para mais informações. *"Agora fala sério: tu já viu merchandising mais divertido do que esse, gente? É o quadro que o pessoal mais ri, se esbalda, dança pra caramba, e é merchandising. Ninguém diz. É ótimo isso!"*.

A inserção da marca Downy se dá via apresentadora, que enfatiza algumas propriedades do amaciante, suas formas de uso e rendimento. Depois, são selecionados cinco casais da plateia, que dançam *"o forrozinho do cheirinho de Downy"*, uma composição musical que exalta o amaciante. O casal escolhido pela plateia ganha então uma cesta com produtos da marca. Ambas as competições envolveram integrantes da plateia, que se dispuseram a participar.

A emissão também reserva um espaço para a gravação de parte de um capítulo da telenovela **Cheias de charme**, exibido no dia 23.06.2012, que conta com a presença da cantora Chayene, personagem interpretada por Cláudia Abreu, no palco do **Esquentão!**. As imagens gravadas foram exibidas em um telão, e assistidas, posteriormente, pela atriz e pela público presente (ver Figura 13 – Palco central, que mostra a atriz Cláudia Abreu no palco no programa, acompanhada pela apresentadora, e as imagens de sua personagem sendo exibidas no telão).



Figura 13 – Palco central

Fonte: frame (captura de tela – internet)

O fechamento da emissão se dá com Chitãozinho e Xororó que, acompanhados dos demais convidados presentes na emissão, entoam a música *Luar do sertão*. A apresentadora/conduzora se despede: *"Gente, é com lágrimas nos olhos que eu vou me despedir de vocês. Foi muito difícil ficar longe, e agora de novo vamos ficar um tempão. Tem que esperar"*

o tempo esquentar: quando o verão chegar, a gente está de volta”; convidados, apresentadora e dançarinos/assistentes de palco cantam e dançam a música *Festa do interior*, no centro do palco.

Do ponto de vista expressivo, a emissão estrutura-se a partir de rupturas, **fragmentos**, recortes, sobreposições, organizados de modo não-linear, mas que obedecem a uma coerência. A colagem desses fragmentos é articulada via processo de edição, que seleciona cenas, quadros, composições musicais em conformidade com os objetivos da emissão.

- **Análise intratextual**

- **Tematização:** a temática central da emissão é a noção de brasilidade, dessa vez alargada para outros recantos do país, que não apenas os morros e favelas do Rio de Janeiro, com ênfase em diferentes manifestações artísticas, culturais e sociais de caráter mais abrangente, que passa a considerar a cultura, os hábitos, as tradições do interior dos estados brasileiros. O tema desdobra-se, assim, a partir dos seguintes traços, representativos da brasilidade, colocados em oposição: *alegria vs tristeza; capital vs interior; aceitação vs recusa; inclusão vs exclusão; respeito vs desrespeito*.

A forma de expressão dessa brasilidade reúne alegria e descontração, em um clima contagiante e festivo; é a configuração mais ampla do povo brasileiro como alegre, feliz, envolvente, cativante, afetuoso, que valoriza sua origem, suas raízes, seu sotaque, sua cultura.

Ao abordar o alargamento da noção de brasilidade como tema, a emissão procura ampliar o número de telespectadores interessados, adequando os assuntos a contextos pouco evidenciados, até então, nas demais emissões.

- **Figurativização:** o tema é figurativizado pela presença de distintos sujeitos que relatam suas próprias experiências de vida no interior do Brasil. Para auxiliar na conformação da temática, a emissão conta com a presença de diferentes duplas sertanejas, formadas no interior de estados brasileiros. A emissão recorre ainda a diferentes sujeitos que, advindos do interior, auxiliam no processo de aceitação e valorização do sujeito caipira.

Embora muitos dos participantes fixos e convidados eventuais da emissão sejam atores sociais bastante conhecidos, eles desempenham, no contexto temático da emissão, o papel de meros figurantes. Esse é o caso dos músicos e compositores; dos humoristas; da cantora que se apresenta; de representantes do Morro do Cantagalo; de uma estudante cega; de atrizes e atores.

Os verdadeiros protagonistas da emissão são aqueles que participam diretamente da abordagem do tema, através de relatos de situações e experiências vivenciadas cotidianamente, em cidades do interior, onde tiveram suas primeiras experiências de vida e iniciaram o processo de consolidação profissional, a exemplo das duplas de cantores sertanejos; do jornalista e radialista de uma cidade do interior; do pesquisador voltado às questões do sertão; de integrantes de uma banda cuja temática de composição musical é o interior; da estilista e das empresárias – uma consultora de imagem, a outra *blogueira* – que, mesmo tendo saído do interior de seus estados, conservam o estilo caipira.

De modo geral, os assistentes de palco e dançarinos só podem ser identificados através das roupas e função que desempenham: são roupas típicas e/ou temáticas, bastante usuais em festas juninas, destinadas a grupos específicos – as crianças vestem modelos/tipos de roupas diferentes daquelas vestidas pelos adultos. Embora não se manifestem verbalmente, eles são os responsáveis por manter um tom *festivo, alegre e descontraído*, convocando os demais participantes a dançarem, tomarem parte nas coreografias, baterem palmas, cantarem, rirem, pularem.

Na plateia, mulheres jovens, aparentemente mais arrumadas, destacam-se dentre a maioria dos participantes, configurados como pertencentes a classes mais baixas, o que se depreende pelas roupas e adereços utilizados e pela postura adotada: nada comedidos, gritam, pulam, dançam, rebolam, mandam beijos, adotando um comportamento natural e espontâneo.

A participação da plateia, ainda que se restrinja a acompanhar o programa, com o comportamento antes descrito, nem por isso é menos relevante.

- **Actorialização:** os atores nomeados, participantes desta emissão, pertencem a dois grandes grupos: os atores sociais **conhecidos** e **famosos** (midiáticos), como é o caso da apresentadora/conduzora Regina Casé, dos responsáveis pela roda de samba, Arlindo Cruz, Leandro Sapucahy e Péricles, da cantora Preta Gil, dos humoristas Fábio Porchat e Victor Sarro, das representantes do Morro do Cantagalo, Camila e Maira, das duplas sertanejas Chitãozinho e Xororó, João Bosco e Vinícius, João Neto e Frederico, dos integrantes do elenco da telenovela **Cheias de Charme**, exibida no contexto de veiculação da emissão, o ator Ricardo Tozzi e as atrizes Cláudia Abreu, Isabelle Drummond, Leandra Leal e Taís Araújo, da estudante cega Nathália Rodrigues, do comentarista Ronaldo Lemos; os atores sociais **desconhecidos** e até então

anônimos, como é o caso do jornalista e radialista Ricardo Fela, do estilista Rica Benozzati, da empresária e consultora de imagem Ana Lúcia Zambon Firmino, da empresária e blogueira Marcela Mariani, dos integrantes da Banda Multilados, que mistura os estilos caipira, *hap* e *hip hop*, das integrantes da plateia que passaram pela transformação, Rosilene, Gabriele e Tamires, das patroas e empregadas que cantaram músicas sertanejas, no quadro *Calourão*.

Ao longo de toda a emissão, a apresentadora/conduutora Regina Casé, protagonista principal, desempenha diferentes papéis: o de *narradora*, responsável pela contextualização da emissão do programa, propondo brincadeiras, dando informações e dicas aos participantes e ao telespectador; o de *controladora*, responsável pelo direcionamento dos assuntos a serem abordados, pela determinação do início e término de cada bloco da emissão, pela atribuição de fala a cada um dos convidados (como no momento em que entrevista Chitãozinho e Xororó, ou quando conversa com as *empreguetes* sobre a telenovela **Cheias de charme**); o de *guia/participante*, decorrente de sua configuração como admiradora da cultura caipira, das músicas, das comidas, do estilo de vida do interior; o de *autopromotora indireta* da RGT, via *marketing* social, relacionado principalmente à questão do preconceito e da aceitação das diferenças, a exemplo da homoafetividade; o de *autopromotora direta* da RGT, via convite aos atores Ricardo Tozzi, Cláudia Abreu, Isabelle Drummond, Leandra Leal e Taís Araújo, participantes fixos do elenco da emissora, e referência a produtos da RGT, tais como **Tieta**, **Cheias de charme**, **Cambalacho**, **Central da periferia**, **Insensato coração**, **Programa do Chacrinha**; o de *promotora publicitária*, responsável pela divulgação das marcas (Garnier-Nutrisse e Downy) e contextualização de sua inserção no texto do programa.

Embora estejam presentes muitos atores sociais conhecidos e/ou desconhecidos, alguns deles ganham visivelmente protagonismo na emissão, tais como Chitãozinho e Xororó, João Bosco e Vinícius, Ricardo Tozzi, Cláudia Abreu, através de seus relatos e depoimentos sobre a vida no interior, sobre o início de suas carreias e sobre a atuação em uma telenovela.

Na emissão, a apresentadora/conduutora Regina Casé usa um figurino bastante sóbrio: terninho, composto por calça larga e blazer de mangas longas, todo em tecido de couro preto, com textura; blusa preta, que só permite ver o decote; sapato alto (aparentemente uma bota), em cor marrom, quase sempre escondido pela calça; como acessórios, um par de brincos medianos, em formato de argola, colares grandes, e anéis bastante discretos, tudo na cor dourada; unhas com

esmalte dourado. O microfone, seguindo o estilo da roupa da apresentadora/conduutora, é preto, bem simples.

- **Temporalização:** a emissão movimentava-se criando o efeito de sentido de tempo presente: embora o programa seja gravado e editado, somente as imagens recuperadas de outros programas (**Insensato Coração, Tristeza do Jeca, Cheias de Charme, Cambalacho**), bem como aquelas exibidas no telão, durante a apresentação de Chayene, parecem anteriores a sua exibição.

Esse efeito de sentido de tempo presente é reforçado pela referência à comemoração de São João (24.06); pela presença do ator Ricardo Tozzi (personagens Inácio Paixão e Fabian Brunini) e das atrizes Cláudia Abreu (personagem Chayene), Isabelle Drummond (personagem Maria Aparecida), Leandra Leal (personagem Maria do Rosário) e Taís Araújo (personagem Maria da Penha) que, no contexto de exibição da emissão, atuavam na telenovela **Cheias de charme**.

A exibição das cenas gravadas para um dos capítulos da telenovela, que foi ao ar no dia 23.06, portanto, anterior à veiculação do **Esquentão!**, indica a estruturação de programa gravado e editado; no entanto, não anula o efeito de sentido de tempo presente.

- **Espacialização:** a emissão, como as demais da segunda temporada, movimentava-se prioritariamente no espaço representado pelo cenário do programa, dado a conhecer mediante a movimentação de câmeras, que permitem perceber a composição de um espaço central, no qual estão posicionados os participantes fixos e os convidados, e das arquibancadas, que acomodam a plateia no entorno desse palco; em um nível mais acima, localizam-se os camarotes – um deles possui a estrutura semelhante a uma plataforma de carro alegórico, onde se veem os garins, com uniformes na cor laranja (ver Figura 14 – Cenário Esquentão, que permite visualizar o palco central e espaço das arquibancadas e camarotes).



Figura 14 – Cenário Esquentão

Fonte: frame (captura de tela – *internet*)

O palco organiza-se em dois cenários: no centro, o de um boteco, com mesas, toalhas coloridas e cadeiras de madeira, ao estilo carioca/brasileiro, no qual ficam, inicialmente, os compositores e cantores que se uniram à roda de samba; atrás deles, a banda, que conduz os ritmos solicitados. Nas extremidades do palco, compondo uma meia lua, localizam-se os demais convidados, sentados em cadeiras distribuídas de forma circular, fazendo lembrar uma sala de estar. Ao longo da emissão, os convidados se reorganizam e assumem novos lugares: misturam-se e interagem mais ativamente. A emissão recorre a vários elementos cenográficos e objetos característicos das festas juninas, adaptando o cenário da temporada ao contexto temático, tais como os bancos utilizados na entrevista com Chitãozinho e Xororó, as barraquinhas com comidas típicas, as barraquinhas com brincadeiras, a decoração com fitas e balões, os bonecos gigantes, tradicionais nas quadrilhas.

Percebe-se a inserção de elementos característicos da comemoração de São João, a exemplo das barraquinhas de comida e brincadeiras, dos bonecos gigantes, utilizados nas quadrilhas, da decoração com bandeirinhas e balões, da fogueira, exibida em um telão no fundo do palco central – além disso, a maioria das pessoas, tanto na plateia, quanto no palco (dançarinos e assistentes), veste roupas típicas, a exemplo da camisa xadrez, da calça/*short* jeans e da bota, e/ou temáticas, como os vestidos de chita e as roupas e chapéus em couro, semelhantes àsquelas usadas pelos cangaceiros.

A emissão recorre, ainda, a outros espaços, via resgate de imagens de outros produtos da RGT, a exemplo das telenovelas **Cheias de charme**, **Cambalacho** e **Insensato coração**, do **Programa do Chacrinha** e do filme **Tristeza do Jeca** (1961),

Como se pode ver, do ponto de vista expressivo, a configuração do espaço recorre ao **excesso**, ao exagero, tornando difícil o estabelecimento de uma distinção precisa entre os distintos palcos, bem como entre os espaços destinados ao auditório, localizado na arquibancada, nos camarotes e em espaços entre os palcos (nas laterais e ao fundo, por exemplo). Embora pareça haver uma ausência de limites, há uma delimitação simbólica, que faz com que os diferentes participantes se concentrem no espaço que em princípio lhe é destinado.

- **Tonalização:** a emissão em análise procura articular uma combinatória de tons comumente atribuídos à brasilidade e ao povo brasileiro, representados, nesse caso, pelos sujeitos do interior: *alegria, descontração, humor, festividade, união, diversidade, emoção, entusiasmo*.

Essa combinatória tonal se expressa tanto pela composição do cenário e dos figurinos utilizados pelos participantes fixos (integrantes da roda de samba, dançarinos e assistentes de palco), que aludem à comemoração de São João, como pela valorização da cultura, das tradições, dos hábitos do interior, configurada por meio da presença de sujeitos advindos dessas regiões; por meio da dança e da música, que ditam o **ritmo** conferido ao texto televisual.

- **Relações intertextuais de caráter sintagmático**

A emissão do **Esquenta!** em análise resgata e dialoga de distintas maneiras com diferentes produtos veiculados pela RGT: alguns programas são meramente mencionados, tais como **Tieta**, referenciado pela apresentadora/conduzora, em virtude de a música *Rancho fundo*, cantada pela dupla Chitãozinho e Xororó, ter feito parte da trilha sonora da telenovela; **Brasil total**, mencionado pela apresentadora no momento em que apresenta Ricardo Fela, responsável por trazer outras vozes, outras gentes para a televisão, *ampliando a cara da televisão*, como o que acontece com o **Esquenta!**; **Central da Periferia**, mencionado por Regina Casé em conversa com o ator Ricardo Tozzi, para contextualizar a inserção do povo, das comunidades periféricas, do preto e do pobre na televisão brasileira. O programa **Domingão do Faustão** foi mencionado indiretamente, através de uma fala da apresentadora, que comentou sobre a participação de

Péricles no quadro *Dança dos famosos*, em exibição no contexto de veiculação da emissão: “*Tô com ciúme daquela professora de dança; eu quero dar na cara dela*”.

Outros programas são recuperados através da presença física, no palco do **Esquenta!**, de atores da emissora que deles participam, a exemplo do ator Ricardo Tozzi (personagens Inácio Paixão e Fabian Brunini) e das atrizes Cláudia Abreu (personagem Chayene), Isabelle Drummond (personagem Maria Aparecida), Leandra Leal (personagem Maria do Rosário) e Taís Araújo (personagem Maria da Penha), todos eles integrantes do elenco da telenovela **Cheias de charme**, em exibição no período de veiculação da emissão.

Nesta emissão, o **Esquenta!** recupera também, via apresentação de imagens, as telenovelas **Insensato Coração** (2011), **Cambalacho** (1986), **Cheias de charme** (2012), o **Programa do Chacrinha** (1986), que trouxe a personagem Tina Pepper, interpretada por Regina Casé na telenovela **Cambalacho**, e o primeiro especial de São João, **Esquentão!** (2011), através da reapresentação de fragmentos desses produtos.

6.5.4.2 Apontamentos sobre os especiais de São João

De acordo com os dados prévios do Ibope, o especial de São João obteve uma média de 13,8 pontos, sendo que a Record atingiu a média de 6,2; o SBT, 6,1 e a Band atingiu 2,7 pontos (informações do dia 21.07.2013).

Os especiais de São João, tendo em vista sua inserção entre temporadas, acabam por manter inúmeras características da temporada que o antecede, especialmente no que concerne à configuração espacial, em virtude de que, possivelmente, a produção dos especiais tenha sido realizada também no período de gravação da temporada do programa.

Embora os dois especiais focalizem as comemorações juninas, a temática central das emissões é bastante variável entre eles: o primeiro referencia a comemoração nordestina, repleta de elementos folclóricos e artísticos, bastante utilizados nessas festas, a exemplo da quadrilha; o segundo, por sua vez, volta-se ao interior dos estados brasileiros, dando ênfase na produção da música sertaneja – cujos representantes estavam no palco do programa. Tal distinção acaba por configurar, também, os elementos figurativos, bastante distintos entre as emissões.

Nesse sentido, destaca-se a vestimenta utilizada pelos personagens fixos e eventuais, especialmente pela apresentadora/conduutora: em 2011, usava um vestido de chita rodado, com estampa floral colorida, com tranças e laços no cabelo; em 2012, um terninho preto em cor sintético, cabelos soltos e alguns acessórios. Enquanto o primeiro especial volta-se à cultura e à tradição do Nordeste, o segundo focaliza o desenvolvimento econômico do povo do interior e os avanços vivenciados nos últimos anos.

A emissão exibiu quatro tipos de quadros: o *Correio elegante*, quadro especial, alusivo às festas juninas, no qual a plateia manda recadinhos; o *Calourão*, a partir de um concurso de canto do qual participaram duplas formadas por patroa e empregada; dois de entrevistas – um com algumas das duplas sertanejas presentes no palco do programa, e outro com Ronaldo Lemos; o de humor, a partir da atuação de Mumuzinho, Douglas Silva e Victor Sarro, que dançam, vestidos de empregadas, a música *Vida de empreguete*, sucesso da telenovela **Cheias de charme**.

Pode-se perceber, por meio da análise, que o programa, também na forma de especiais de São João, configura-se como uma forma de autopromoção direta, através da convocação, para participarem das emissões, de atores e atrizes que fazem parte de seu elenco fixo; da referência aos produtos por ela realizados e disponibilizados ao mercado televisual.

O especial de São João (2012) contou com a inserção de *merchandising* comercial, de marcas externas à televisão (Garnier-Nutrisse e Downy). De modo geral, há a participação da apresentadora/conduutora como porta-voz das marcas, informando sobre as características dos produtos, formas de utilização, entre outros.

Ao longo das emissões, são articulados valores positivos referentes ao trabalho, ao lazer, à inclusão social e tecnológica, à superação, ao respeito, expressos pela combinatória tonal de *alegria, descontração, humor, festividade, união, diversidade, emoção, entusiasmo*, diretamente associada ao programa, à apresentadora/conduutora e à própria RGT. São esses valores que auxiliam a composição de uma identidade que atende aos objetivos empresariais e institucionais da emissora, projetando uma imagem e marca adequada a seus interesses, e bastante positiva aos olhos do telespectador.

6.5.5 Inserção regular do **Esquentá!** na grade fixa – caracterização geral

A **exibição regular** do programa teve início no dia 05.05.2013, no horário das 14h15min, representando, com isso, a inserção oficial do **Esquentá!** na grade fixa da RGT, o que significa sua exibição semanal ao longo de todo o ano⁷², respeitando apenas a interrupção no período de férias – que, aliás, consistia no período delimitado para a exibição do programa, quando veiculado por temporadas. O contexto sociocultural que serve de entorno às emissões de inserção regular é semelhante ao da terceira temporada, afastando-se, cada vez mais, daquele que inspirou a produção/realização e lançamento do programa, tão enfatizado ao longo da primeira temporada.

A proposta de *juntar e misturar* diferentes ritmos e estilos musicais no palco do programa, surgida na segunda temporada e reiterada na terceira, permanece nesta fase de participação na grade fixa (anos 2013, 2014, 2015). Assim, nesta fase, de exibição regular, o foco do programa continua abrindo espaço para a inserção de outros estilos/gêneros musicais, de forma mais efetiva no palco do **Esquentá!**.

A partir de sua inserção na grade regular, o **Esquentá!** passou a contar com uma maior diversidade de quadros, a maioria deles exibidos apenas em algumas emissões, e, conseqüentemente, de convidados em relação às fases anteriores (temporadas). De modo geral, mantêm-se os quadros de atrações musicais, humor, entrevistas, o *Calourão*, o projeto *Biblioteca do Esquentá!*.

Para dar conta da diversidade temática que passou a fazer parte da dinâmica do programa, o **Esquentá!** tem recorrido a colaboradores, com vistas à manutenção e aprofundamento dos conteúdos abordados, dentre os quais se destacam Alê Youssef, Ronaldo Lemos e José Marcelo Zacchi, apresentadores do programa **Navegador**, da Globonews. De modo geral, essa participação se dá mediante comentários e explicações sobre os assuntos abordados: educação, economia, saúde, segurança, preconceito, inclusão social, emprego, moradia, inovação, tecnologia, desenvolvimento sustentável, etc. A convocação desses colaboradores possibilita, sem dúvida, uma melhor contextualização e aprofundamento dos temas discutidos no quadro *O que queremos para o Brasil*⁷³, que teve início nessa fase do programa, tendo sido lançado no dia 13.04.2014.

⁷² O programa **Esquentá!** contou com, aproximadamente, 48 emissões no ano de 2013, 41 emissões no ano de 2014 e 52 emissões no ano de 2015.

⁷³ Disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/3278596/>. Último acesso em 01.02.2016, às 11h59min.

No ano de 2014, o **Esquenta!** lançou, ainda, os seguintes quadros: em 13.04, estreou *#Luane*⁷⁴, no qual Luane Dias comenta, de forma muito divertida, o *look* de pessoas que enviam suas fotos ao programa; em 20.04, foram lançados os quadros *Tá na pista*⁷⁵, cujo objetivo é conferir maior visibilidade aos *hits* musicais do momento, e *Vai pro queijo ou não vai?*⁷⁶, no qual Luis Lobianco escolhe pessoas da plateia para dançarem em um palco em formato de queijo; em 04.05, teve início o *Batendo o ponto*⁷⁷, cujo objetivo é homenagear o exercício de diferentes profissões, convocando diversos profissionais, muitos deles ocupando cargos de pouco prestígio, mas de fundamental importância à sociedade, a exemplo do técnico de enfermagem e do atendente de pedágio e de *telemarketing*; em 11.05, foi lançado o quadro *Roleta musical*⁷⁸, que auxilia, por meio de acirradas competições, na mesclagem e aceitação das diferenças; em 25.05, teve início o *Visita Musical*⁷⁹, cujo objetivo é alternar e mesclar culturas e classes sociais, através da apresentação de diferentes estilos e ritmos musicais, permitindo não só o conhecimento acerca da música, como de todo o movimento musical existente em torno de cada um dos estilos/gêneros apresentados no programa.

A proposição de uma diversidade de quadros também caracterizou o ano de 2015: em 08.03, foi lançado o *Retrato Cantado*⁸⁰, cuja proposta consiste em adivinhar quem é o famoso, a partir das dicas cantadas pelos integrantes da roda de samba; em 15.03, estreou o *Palavrão*⁸¹, que consiste na explicação de alguma palavra em voga, recentemente lançada, que as pessoas utilizam com frequência, mas não sabem precisar seu significado exato; em 03.05, começou a ser exibido o quadro *Por que não eu?*⁸², cujo objetivo é apresentar soluções criativas com vistas a facilitar a vida de pessoas com deficiência.

Destacam-se, ainda, duas competições realizadas ao longo de 2015: o *game Pediu pra parar, cantou*, que traz uma proposta de verão, consistindo na tentativa de completar a letra de música iniciada pelos integrantes da roda de samba – cada emissão conta com novos sambistas, muitos deles integrantes de escolas de samba; o concurso de música sertaneja, *Esquentanejo*, realizado entre os dias 05.07 e 02.08, escolheu, dentre os inscritos, a melhor dupla do país.

⁷⁴ Disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/3278604/>. Último acesso em 01.02.2016, às 11h51min.

⁷⁵ Disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/3293702/>. Último acesso em 01.02.2016, às 15h26min.

⁷⁶ Disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/3293714/>. Último acesso em 04.02.2016, às 19h07min.

⁷⁷ Disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/3323477/>. Último acesso em 01.02.2016, às 10h37min.

⁷⁸ Disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/3339057/>. Último acesso em 19.01.2016, às 23h39min.

⁷⁹ Disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/3369540/>. Último acesso em 01.02.2016, às 10h50min.

⁸⁰ Disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/4019190/>. Último acesso em 01.02.2016, às 13h53min.

⁸¹ Disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/4036563/>. Último acesso em 01.02.2016, às 11h.

⁸² Disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/4152229/>. Último acesso em 01.02.2016, às 15h31min.

De modo geral, a plateia, distribuída ao redor do palco central, continuou ocupando o espaço da arquibancada e dos camarotes. O cenário, dado a conhecer ao telespectador mediante a movimentação de câmeras que permitem a visualização de todos os ângulos, é composto por um palco central que comporta, em suas extremidades, os lugares destinados aos diferentes participantes: de um lado, os participantes fixos e convidados eventuais; de outro, os integrantes da roda de samba e seus convidados. No fundo do palco central, há uma pequena arquibancada, com poucos degraus, onde se posicionam os assistentes de palco/dançarinos do programa, alguns convidados eventuais e, em determinadas emissões, parte da plateia; no lado oposto, uma arquibancada com maior capacidade recebe a plateia, ou seja, o auditório. Algumas emissões reservam um espaço, no fundo do palco central, a ser preenchido pelos integrantes de bandas convidadas.

A roda de samba nesta fase do programa recebeu como convidados grandes nomes da música brasileira, tais como Moraes Moreira, Luiz Caldas, Saulo Fernandes, Cristiano Araújo, Arnaldo Antunes, Bell Marques, Durval Lellys, Tiaguinho, MC's Piken e Menor, Valesca Popozuda, Leonardo, Eduardo Costa, Fundo de quintal, Jads e Jadson, Projota, Michel Telô, É o tchan!, Belo, Munhoz e Mariano, Raça Negra, Diogo Nogueira, Paula Fernandes, Zeca Pagodinho, Anitta, Ludmilla, Neto Lx, Marcus e Belutti, Paralamas do Sucesso, Thaeme e Thiago, Cidade Negra, Harmonia do Samba, ImaginaSamba, Turma do Pagode, Rapper Rael, Dudu Nobre, Skank. Estiverem presentes, ainda, em algumas emissões, diversos integrantes (bateria, rainha, passistas, velha guarda, entre outros) de diferentes escolas de samba do Rio de Janeiro, especialmente no período que antecedeu o Carnaval.

Embora o **Esquenta!** continue contando com participantes fixos, como os condutores da roda de samba, Arlindo Cruz, Leandro Sapucahy, Péricles, Xande de Pilares, Mumuzinho, Douglas Silva, a estudante cega Nathália Rodrigues, a comentarista Luane Dias, o humorista Victor Sarro, nesta fase do programa Fábio Porchat foi substituído por Luis Lobianco, comediante e redator, hoje participante do elenco fixo do **Esquenta!**. Conhecido especialmente por sua atuação no programa **Porta dos Fundos**, Luis Lobianco fica encarregado de manter o tom de *leveza e humor*, através de quadros como *Vai pro queijo ou não vai?*, no qual Lobianco é responsável por escolher os melhores dançarinos da plateia.

O tom *humorístico* é reiterado, ao longo de 2014, pelos humoristas Paulo Gustavo, Samantha Schütz e Rodrigo Sant'Anna, presentes em inúmeras emissões do programa.

De modo geral, os debates e discussões, intercalados com a apresentação de quadros musicais, dança e concursos, versam sobre o cotidiano dos brasileiros, a partir de temáticas como trabalho, educação, segurança, igualdade de direitos, inclusão social, preconceito, bem-estar da população.

Em princípio, fica bem caracterizado o público prioritário a que se destina o **Esquenta!**: não só aqueles que são representados pela plateia, como quem gosta de música e almoça em casa aos domingos. O deslocamento do foco para outros estilos/gêneros musicais significa uma tentativa de maior abrangência, pois amplia o número de sujeitos interessados no programa, para além dos moradores das periferias.

Todas as emissões, desde o ingresso do programa na grade fixa de programação da emissora, contêm inserções de caráter autopromocional, representadas, nesse caso, pela participação de atores e profissionais da emissora, pela abordagem de temas referentes ao lançamento de telenovelas e outros produtos televisuais, via presença de diretores, roteiristas e/ou membros de seus elencos no palco do **Esquenta!**. Essa autopromoção, de certa forma, ocorre também, de forma indireta, pelo caráter de *marketing* social subjacente ao programa como um todo. Além disso, praticamente todas as emissões reservam espaço para a inserção promocional de caráter publicitário, com a divulgação de produtos, empresas e serviços exteriores à RGT (Instituto Embelleze, Dakota, Caixa, Raid, Schin refrigerante).

Na fase atual do programa, o que chama a atenção são as permanentes alterações de percurso que passam pela diversidade das temáticas abordadas, pelos diferentes estilos musicais apresentados, pela alteração dos/nos quadros, como se o programa estivesse em um permanente ensaio, testando a aceitação por parte dos telespectadores.

6.5.5.1 Análise das emissões da inserção regular

Foram examinadas detalhadamente duas emissões, de cada ano, desde a inserção do programa na grade fixa da emissora (05.05.2013), cuja análise é apresentada na sequência.

6.5.5.1.1 Observações gerais sobre a emissão de 03.11.2013

A emissão em análise, exibida no horário das 14h15min, estruturada em 3 blocos, com duração aproximada de 1h10min, gira em torno do México, de suas tradições, de sua cultura, de suas manifestações artísticas, de sua música e dança. Além dessa temática, central na emissão, destaca-se a permanente referência à música brasileira, com ênfase na diversidade de estilos e ritmos, que ressaltam compositores e cantores que vêm fazendo história tanto no Brasil como no exterior, a exemplo de Tom Jobim: há um alargamento da noção de brasilidade, que passa a considerar elementos e referências que auxiliam no processo de uma configuração mais ampla da identidade brasileira, passando mesmo por manifestações culturais latino-americanas.

Um exemplo disso, segundo Regina Casé, é a própria questão do idioma que, em virtude da proximidade com os demais países latino-americanos, acaba se transformando ao incorporar palavras e expressões de outros povos/culturas. De acordo com a apresentadora: *“O povo brasileiro é tão criativo, mas tão criativo, que resolveu dar um jeitinho nessa barreira. (...) a gente inventou um novo idioma, que não é português e que não é espanhol: é o popularportunhol”*.

Estão presentes, como convidados eventuais, a cantora de MPB Vanessa da Mata; os integrantes da banda de MPB Roupa Nova; a dupla paulista representante do *funk* ostentação Backdi e Blog 3; os integrantes do grupo de pagode Harmonia do Samba – que se unem aos participantes fixos da roda de samba, Arlindo Cruz, Leandro Sapucahy, Péricles e Xande de Pilares. A emissão conta ainda com a presença de convidados fixos: os colaboradores Ronaldo Lemos e José Marcelo Zacchi; o humorista Victor Sarro; a comentarista Luane Dias; a estudante Nathália Rodrigues; o assistente de palco Douglas Silva. Fazendo parte do elenco de convidados eventuais, estão a atriz Heloísa Périssé; o representante da Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO) no Brasil, Alan Bojanic. Destaca-se, ainda, a presença de um grupo de mariachis, que falam um pouco sobre a cultura mexicana e o fato de eles comemorarem cada momento, até mesmo a morte, vista como *um passo para uma vida melhor* – o que faz com que a comemoração do dia dos mortos seja uma das mais expressivas no México.

A emissão inicia com a apresentação desse grupo de mariachis, que toca e canta, acompanhado dos integrantes da roda de samba – em um ritmo que mescla o samba e a música mexicana –, durante a entrada da apresentadora/conduzora. Os demais convidados são

apresentados em momento de participação ativa: cantando, dançando (não são exibidas imagens da entrada desses participantes). Ao longo da emissão diferentes sujeitos (apresentadora/conduzora, participantes fixos, convidados eventuais, plateia) solicitam músicas que marcaram a trajetória da banda Roupa Nova.

O clima festivo e de proximidade é reiterado ao longo de toda a emissão, seja pela forma de tratamento adotada pela apresentadora/conduzora quando se dirige aos convidados, com muita naturalidade e espontaneidade – ela beija, abraça e senta no colo dos convidados, faz brincadeiras e comentários pessoais, como quando conta uma história de sua filha Benedita, que teve dificuldade em se comunicar através do idioma espanhol, ou quando conversa com Dona Lilia e segura forte sua mão, com o objetivo de acalmá-la –; seja pela proximidade que demonstra para com os sujeitos participantes, como quando senta no colo de Péricles ou quando comenta sobre ter participado da festa de aniversário de um dos filhos da cantora Vanessa da Mata.

A emissão lança mão de quatro tipos de quadros: o projeto *Biblioteca do Esquentá!*, referido apenas pela entrega de livros por alguns participantes, a exemplo da cantora Vanessa da Mata, que doou um livro de sua autoria, e do comentarista Ronaldo Lemos, que trouxe uma coletânea de livros de cordel; o *Calourão*, com a competição de luta livre, bastante popularizada no México. De modo geral, consiste em movimentos acrobáticos, realizados por competidores vestindo fantasias. No quadro do programa, a plateia adota o critério de melhor performance para eleger o vencedor, dentre quatro participantes – percebe-se a interação da plateia e das dançarinas mediante expressões de pânico e susto, encenadas com o objetivo de conferir veracidade à competição que é, contudo, bastante cômica e engraçada; o de entrevista, com o representante da FAO, Alan Bojanic; o de humor, a partir da atuação de Douglas Silva, que adentra no palco do programa vestido de mosquito (dando início à inserção comercial de Raid) para desafiar o vencedor do *Calourão*.

A apresentadora, na conversa com a cantora Vanessa da Mata, destaca a influência de Tom Jobim, segundo nome mais cantado e mais gravado do mundo (em primeiro lugar, *The Beatles*), e as dificuldades enfrentadas pela cantora na composição de um repertório em tributo ao compositor. A cantora fala um pouco sobre sua trajetória e o início de sua carreira e apresenta algumas distinções entre a escrita de uma letra de música e a de uma obra literária, a exemplo do romance *As filhas das flores*, escrito por ela e lançado naquele ano – o primeiro exemplar é doado para a *Biblioteca do Esquentá!*. Na sequência, tomando como exemplo Vanessa da Mata, que

adotou três meninos, com idades entre 5 e 8 anos, Regina Casé aborda as questões referentes à adoção tardia.

Em conversa com Ronaldo Lemos, Regina Casé questiona a origem e validade do *portunhol*, bem como a possibilidade dessa linguagem ser utilizada e aceita como forma de comunicação, ao que ele responde que o *portunhol* já está incorporado não só na fala, como também na escrita. No Brasil, o principal representante desse esforço é o escritor Chico Sá, que adota o *portunhol* como idioma, em seus textos.

Em entrevista com Alan Bojanic, representante da FAO no Brasil, Regina Casé pede explicações sobre o projeto de combate à fome que vem sendo realizado no México. Inspirado no *Fome Zero*, brasileiro, a *Cruzada nacional contra a fome* vem desenvolvendo um trabalho que abrange pesquisas e discussões que possam auxiliar no combate à fome. O principal objetivo da FAO é, segundo o entrevistado, possibilitar a troca entre países: levar as experiências que deram certo em um país para os outros – em termos de política, pesquisas, uso de tecnologias, etc. Bojanic apresenta a situação do Brasil em termos de redução da fome, através de dados do relatório O Estado da Insegurança Alimentar no Mundo, de 2012: em relação à década de 1990, houve uma redução de aproximadamente 50% no número de pessoas em situação de insegurança alimentar (relativo àquelas pessoas que não se alimentam suficientemente e/ou que não têm acesso aos alimentos necessários para uma alimentação adequada).

A apresentadora explica a origem do termo *chicanos*, nome dado às pessoas que se deslocam para países vizinhos, em determinadas épocas – bastante relacionado com os latino-americanos residentes nos Estados Unidos da América (EUA) –, e recebe no palco do programa uma família de chicanos brasileiros, que expõe seu estilo de vida e os hábitos que conservam da cultura chicana. Leandro, Mariana e o filho Guilherme adentram no palco do **Esquenta!** em bicicletas customizadas, em conformidade com o estilo adotado pelos chicanos nos EUA. O *lowrider* (customização de carros), comumente atribuído à cultura norte-americana, foi, em verdade, desenvolvido por mexicanos mais pobres que recorriam aos desmanches e montavam seus próprios carros.

A apresentadora/conduzora conversa com Neilda Pereira da Silva, coordenadora da Articulação Semiárido Brasileiro (ASA), que desenvolve o Programa Um Milhão de Cisternas (P1MC), cujo objetivo é a construção de cisternas, com capacidade de 16 mil litros de água, ao lado das casas das famílias, o que garantiria o abastecimento por um período de oito meses,

equivalente ao tempo de estiagem no semiárido brasileiro. Além da coordenadora, esteve presente também um casal de agricultores contemplado pelo projeto, a Dona Lilia e o Seu Zé Mané, que contam as dificuldades enfrentadas pela falta de água, antes da construção da cisterna. Muito feliz e emocionada, Dona Lilia agradece: “*Tô muito feliz de estar aqui nessa plateia da Dona Regina*”, e mostra alguns de seus trabalhos artesanais, a exemplo de trilhos de mesa, um deles comprado por Xande de Pilares, por conter as cores da escola de samba Salgueiro, vermelha e branca, e o outro dado à apresentadora.

Regina Casé destaca a presença de Layse Sapucahy, única mulher na banda fixa do programa, que aproveita o momento de fala para pedir uma música à banda Roupas Novas, *Volta pra mim*.

A emissão conta com a inserção de *merchandisings* comerciais de formas distintas: a inserção da marca Schin Refri, que promove *Schin família unida, diversão garantida*, se dá a partir da convocação de dois feirantes – um deles anuncia o refrigerante em vários idiomas (adaptados por ele), enquanto o outro fornece as informações que permitem a participação do público, a exemplo do *site* da promoção. A apresentadora/conduzora reforça as informações sobre a participação, indicando o *site*, a forma de cadastramento e os diferentes tipos de prêmios.

A inserção da marca Raid se dá via apresentadora, que fornece informações sobre o produto e indicações de uso, no momento em que o mosquito (Douglas Silva) foi derrotado pelo vencedor da competição de luta livre: “*El mosquito foi derrotado. Quer acabar com o mosquito na sua casa também?*”.

O fechamento da emissão se dá com a música *Whisky a gogo*, cantada por todos os participantes, após a manifestação da apresentadora acerca da relação entre o Brasil e os países vizinhos: “*O programa hoje foi colorido, foi apimentado: a cara do Brasil. Mas a cara também de toda a América-Latina, que na real eu acho que a gente ainda conhece muito pouco. É hora de construir mais pontes de amizade, puxar um papo com os nossos hermanos, vizinhos daqui. Mesmo que seja num portunhol mais safadinho, vamos conversar com quem mora com a gente aqui na América*”.

Do ponto de vista expressivo, a emissão estrutura-se a partir de rupturas, **fragmentos**, recortes, sobreposições, organizados de modo não-linear, mas que obedecem a uma coerência. A colagem desses fragmentos é articulada via processo de edição, que seleciona cenas, quadros, composições musicais em conformidade com os objetivos da emissão.

- Análise intratextual

- **Tematização:** a temática central da emissão é o relacionamento entre o Brasil e o restante da América Latina, ou seja, a noção de uma brasilidade que se alarga para além de outros recantos do país, que não apenas os morros e favelas do Rio de Janeiro, em direção à América Latina, com ênfase em diferentes manifestações artísticas, culturais e sociais de caráter mais abrangente, passando a considerar a cultura, os hábitos, as tradições de países vizinhos, como o México, que acabam auxiliando no processo de construção de uma identidade brasileira múltipla. O tema desdobra-se, assim, a partir dos seguintes traços, representativos da brasilidade, colocados em oposição: *alegria vs tristeza; criatividade vs reiteração; dificuldade vs facilidade; inclusão vs exclusão; respeito vs desrespeito; proximidade vs afastamento; amparo vs desamparo.*

A forma de expressão dessa brasilidade reúne alegria e descontração, em um clima contagiante e festivo; é a configuração mais ampla do povo brasileiro como alegre, feliz, criativo, receptivo, envolvente, cativante, amigoso, afetuoso, que valoriza a cultura do outro, incorporando seus elementos e características.

- **Figurativização:** o tema é figurativizado pela presença de distintos sujeitos que possuem certa proximidade com a cultura mexicana. Para auxiliar na conformação da temática, a emissão conta com a presença de brasileiros que, de alguma forma, relacionam-se com o México e/ou com outros países latino-americanos: da cantora brasileira que se apresentou com a cubana Omara Portuondo (2011); do comentarista que falou um pouco sobre o surgimento do portunhol; da banda brasileira que gravou um CD em espanhol. A mescla de ritmos brasileiros e mexicanos e a presença, no palco do programa, de um grupo de mariachis e de um pesquisador dedicado à investigação das questões que envolvem a América Latina são reforçadas através do cenário, em conformidade com os contextos mexicano e brasileiro: uso de cores vibrantes, saias rodadas e coloridas, público animado, entusiasmado e participativo.

Embora muitos dos participantes fixos e convidados eventuais da emissão sejam atores sociais bastante conhecidos, eles desempenham, no contexto temático da emissão, o papel de meros figurantes. Esse é o caso dos músicos e compositores; do humorista; de cantoras e integrantes dos grupos musicais que se apresentam; da atriz; dos comentaristas, dos assistentes de palco e dos pesquisadores.

Os verdadeiros protagonistas da emissão são aqueles que participam diretamente da abordagem do tema, através de relatos de situações e experiências vivenciadas, a exemplo da apresentadora/conduutora, que teve a oportunidade de viajar e conhecer diferentes cidades mexicanas, bem como sua cultura, seus hábitos e tradições; dos integrantes do grupo mariachis – mexicanos de verdade!; do cubano envolvido com o projeto de erradicação da fome no México, a *Cruzada nacional contra a fome*; da família brasileira que adotou a cultura mexicana como inspiração de vida.

De modo geral, os assistentes de palco e dançarinos só podem ser identificados através das roupas e função que desempenham: são roupas típicas e/ou temáticas, que aludem àquelas usadas no México, especialmente em datas comemorativas, a exemplo das caveiras, que remontam à comemoração do dia dos mortos, destinadas a grupos específicos – as crianças vestem modelos/tipos de roupas diferentes daquelas vestidas pelos adultos. Embora não se manifestem verbalmente, eles são os responsáveis por manter um tom *festivo, alegre e descontraído*, convocando os demais participantes a dançarem, tomarem parte nas coreografias, baterem palmas, cantarem, rirem, pularem.

Na plateia, mulheres jovens, aparentemente mais arrumadas e brancas, destacam-se dentre a maioria dos participantes, configurados como pertencentes a classes mais baixas, o que se depreende pelas roupas e adereços utilizados e pela postura adotada: nada comedidos, gritam, pulam, dançam, rebolam, mandam beijos, adotando um comportamento natural e espontâneo.

A participação da plateia, ainda que se restrinja a acompanhar o programa, com o comportamento antes descrito, nem por isso é menos relevante.

- **Actorialização:** os atores nomeados, participantes desta emissão, pertencem a dois grandes grupos: os atores sociais **conhecidos** e **famosos** (midiáticos), como é o caso da apresentadora/conduutora Regina Casé, dos responsáveis pela roda de samba, Arlindo Cruz, Leandro Sapucahy, Péricles e Xande de Pilares, da cantora Vanessa da Mata, dos integrantes do grupo musical Harmonia do Samba, dos integrantes da banda Roupas Novas, da dupla paulista representante do *funk* ostentação, Backdi e Blog 3, da atriz Heloísa Périssé, do humorista Victor Sarro, da estudante cega Nathália Rodrigues, da comentarista Luane Dias, dos colaboradores Ronaldo Lemos e José Marcelo Zacchi, do assistente de palco Douglas Silva, da integrante da banda fixa do programa, Layse Sapucahy; os atores sociais **desconhecidos** e até então **anônimos**,

como é o caso do representante da FAO no Brasil, Alan Bojanic, dos competidores que participam da luta, no quadro *Calourão*, da coordenadora da ASA, Neilda Pereira da Silva, do casal contemplado pelo projeto Um Milhão de Cisternas, Dona Lilia e Seu Zé Mané, da família chicana brasileira, Leandro, Mariana e o filho Guilherme, cujo estilo de vida adota vários elementos da cultura mexicana.

Ao longo de toda a emissão, a apresentadora/condutora Regina Casé, protagonista principal, desempenha diferentes papéis: o de *narradora*, responsável pela contextualização da emissão do programa, propondo brincadeiras, dando informações e dicas aos participantes e ao telespectador; o de *controladora*, responsável pelo direcionamento dos assuntos a serem abordados, pela determinação do início e término de cada bloco da emissão, pela atribuição de fala a cada um dos convidados (como no momento em que conversa com a cantora Vanessa da Mata, sobre o livro por ela lançado, ou quando solicita o relato do casal contemplado pelo projeto das cisternas); o de *guia/participante*, decorrente de sua configuração como admiradora do samba, da música, da dança, da cultura mexicana (Regina Casé menciona, inúmeras vezes, situações e/ou experiências vivenciadas em viagem realizada ao México, por ocasião das gravações para o quadro *Minha periferia é o mundo*, justificando a proximidade com o contexto social, econômico, cultural daquele país); o de *autopromotora indireta* da RGT, via *marketing* social, relacionado principalmente às questões da fome, da adoção tardia e da falta de água, ficando evidente a proximidade da apresentadora com diferentes realidades sociais que envolvem comunidades carentes; o de *autopromotora direta* da RGT, via convite à atriz Heloísa Périssé, participante fixo do elenco da emissora, e referência a produtos da RGT, tais como *Minha periferia é o mundo*, quadro do **Fantástico**; o de *promotora publicitária*, responsável pela divulgação das marcas (Schin refrigerante e Raid) e contextualização de sua inserção no texto do programa.

Embora estejam presentes muitos atores sociais conhecidos e/ou desconhecidos, alguns deles ganham visivelmente protagonismo na emissão, tais como Alan Bojanic, o grupo de mariachis, Leandro, Mariana e o filho Guilherme, através de seus relatos e depoimentos sobre a cultura mexicana.

Na emissão, a apresentadora/condutora Regina Casé usa um figurino bastante chamativo: vestido em tecido brilhante semelhante aos utilizados em fantasias de Carnaval, pouco rodado, de mangas longas e comprimento um pouco acima dos tornozelos, bordado com lantejoulas prata e

aplicações de flores na extremidade das mangas, no decote e na parte da saia; sapato plataforma, em cor clara; um par de brincos pequenos prata, bastante discretos; unhas com esmalte vermelho. O microfone, seguindo o estilo da roupa da apresentadora/conduutora, é bastante brilhoso, contendo a inscrição *Esquenta*. Além do microfone, ganha destaque uma espécie de bancada, que auxilia a apresentadora – ela deixa algumas fichas de roteiro nesse púlpito, recorrendo a ele em determinadas situações.

- **Temporalização:** a emissão movimenta-se criando o efeito de sentido de tempo presente: embora o programa seja gravado e editado, somente as imagens recuperadas de outros programas (quadro *Minha periferia é o mundo*, do **Fantástico**), bem como aquelas que contextualizam o *lowrider*, no momento em que a apresentadora conversa com os *chicanos* brasileiros, parecem anteriores a sua exibição – o próprio processo de construção da sequencialidade da emissão permite ver que se trata de um programa gravado e editado, uma vez que, tanto no início da emissão, como no final de cada bloco, são exibidas cenas do que ainda está por vir.

Esse efeito de sentido de tempo presente é reforçado pela recente comemoração de finados no Brasil, semelhante ao dia dos mortos mexicano; pela referência à promoção da marca Schin refrigerante, em curso no período de veiculação da emissão; pelo recente lançamento do livro da cantora Vanessa da Mata; pela presença da atriz Heloísa Périssé, que fala sobre a peça *E foram quase felizes para sempre*, em cartaz no período de veiculação da emissão.

- **Espacialização:** a emissão, como as demais de inserção regular, no ano de 2013, movimenta-se prioritariamente no espaço representado pelo cenário do programa, dado a conhecer mediante a movimentação de câmeras, que permitem perceber a composição de um espaço central, no qual estão posicionados os participantes fixos e os convidados, e das arquibancadas, que acomodam a plateia no entorno desse palco; em um nível mais acima, localizam-se os camarotes (Ver Figura 15 – Palco central, que permite a visualização do espaço do programa), um deles ocupado pelo DJ Tartaruga.



Figura 15 – Palco central

Fonte: frame (captura de tela – *internet*)

O palco organiza-se de modo a contemplar a participação e movimentação ativa de todos os convidados, que ocupam duas fileiras de assentos, posicionados lado a lado, em suas extremidades laterais: à direita, os responsáveis pela roda de samba juntamente com os convidados ligados à música (a exemplo de Vanessa da Mata e dos integrantes do grupo musical Harmonia do samba) ocupam cadeiras na cor verde; à esquerda, os demais participantes fixos (Douglas Silva, Luane Dias, Nathália Rodrigues, Ronaldo Lemos, José Marcelo Zacchi, Victor Sarro) e convidados eventuais (a exemplo da atriz Heloísa Périssé e do coordenador da FAO, Alan Bojanic) ocupam uma espécie de sofá de couro, na cor vermelha.

No fundo do palco é reservado um espaço, à esquerda, à banda convidada – nesta emissão, Roupas Nova –, enquanto que a banda fixa do programa ocupa um pequeno palco, à direita, entre a fileira de cadeiras e a arquibancada. A emissão recorre a vários elementos cenográficos e objetos característicos do México, adaptando o cenário da temporada ao contexto temático, tais como as caveiras, os vasos com cactos, o sombrero, a pimenta, as maracas, distribuídas aos integrantes da plateia, as cores – presentes em bandeirinhas, em um pórtico, nas roupas e acessórios dos dançarinos e assistentes de palco, nos balões que guiam os mortos (de acordo com a tradição), nas flores, no papel picado.

No último bloco da emissão, é realizada uma luta livre, em um ringue montado no centro do palco.

A emissão recorre, ainda, a outros espaços, via resgate de imagens do quadro do **Fantástico**, *Minha periferia é o mundo* (2007), que visitou a cidade do México, Xochimilco, através de um passeio de barco.

Como se pode ver, do ponto de vista expressivo, a configuração do espaço recorre ao **excesso**, ao exagero, permitindo, contudo, uma distinção precisa entre o palco e a arquibancada. Embora pareça haver uma ausência de limites, há uma delimitação simbólica, que faz com que os diferentes participantes se concentrem no espaço que em princípio lhe é destinado – apenas os dançarinos e os assistentes de palco parecem não dispor de um lugar específico, movimentando-se, ao longo da emissão, por diferentes espaços.

- **Tonalização:** a emissão em análise procura articular uma combinatória de tons comumente atribuídos à brasilidade e ao povo brasileiro e que são também marcas expressivas dos mexicanos, representados, nesse caso, por diferentes sujeitos de ambos os países: *alegria, descontração, humor, criatividade, festividade, união, aproximação, diversidade, emoção, entusiasmo, receptividade, hospitalidade*.

Essa combinatória tonal se expressa tanto pela composição do cenário e dos figurinos utilizados pelos participantes fixos (apresentadora/conduzora, integrantes da roda de samba, dançarinos e assistentes de palco), que aludem às cores e elementos bastante tradicionais no México e também no Brasil (afinal, há muitas semelhanças entre esses dois países!), como pela valorização da cultura, das tradições, dos hábitos desse povo, configurada por meio da presença de sujeitos advindos do México: os mariachis; por meio da dança e da música, que ditam o **ritmo** conferido ao texto televisual – percebe-se uma evidente tentativa em aproximar o samba e os demais ritmos latinos, através de músicas como *Bésame Mucho, La Bamba, La Cucaracha*, entoadas conjuntamente pelos convidados e integrantes da roda de samba.

- **Relações intertextuais de caráter sintagmático**

A emissão do **Esquenta!** em análise resgata e dialoga de distintas maneiras com diferentes produtos veiculados pela RGT: alguns programas são recuperados através da presença física, no palco do **Esquenta!**, de atores da emissora que deles participam, a exemplo da atriz Heloísa Périssé que, embora não estivesse ligada a nenhum papel específico, no período de veiculação da emissão, faz parte do elenco fixo da emissora.

Nesta emissão, o **Esquenta!** recupera também, via apresentação de imagens, o programa **Fantástico**, através da reapresentação de fragmentos do quadro *Minha periferia é o mundo* (2007), que ampliou a contextualização temática, por tratar de uma viagem realizada por Regina Casé ao México.

6.5.5.1.2 Observações gerais sobre a emissão de 10.11.2013

A emissão em análise, exibida no horário das 14h15min, estruturada em 3 blocos, com duração aproximada de 1h20min, gira em torno da sustentabilidade, do cuidado com o meio ambiente, principalmente através da reciclagem e do uso de transportes alternativos, como a bicicleta. Além dessa temática, central na emissão, destaca-se a permanente referência à dança e à música, com ênfase na diversidade de estilos e ritmos: há um alargamento da noção de brasilidade, que passa a considerar elementos e referências que auxiliam no processo de uma configuração mais ampla da identidade brasileira, passando mesmo por manifestações culturais russas, por meio do balé, e angolanas, através do *kuduro*.

Estão presentes, como convidados eventuais, o compositor/cantor sertanejo Daniel; o compositor/cantor de *hap*, Gabriel o Pensador; diretamente de Angola, os cantores de *kuduro* Cabo Snoop, a dupla Presidente Gasolina e Príncipe Ouro Negro e Titita, cantora transexual, ícone angolana do gênero musical *kuduro* – que se unem aos participantes fixos da roda de samba, Arlindo Cruz, Leandro Sapucahy, Péricles, Xande de Pilares e Mumuzinho. A emissão conta ainda com a presença de convidados fixos: o colaborador Alê Youssef; o humorista Victor Sarro; a comentarista Luane Dias; a estudante Nathália Rodrigues; o assistente de palco Douglas Silva. Fazendo parte do elenco de convidados eventuais, estão o artista plástico Eduardo Srur, responsável pela inserção das bicicletas, no cenário do programa, como elementos decorativos e de problematização social; os estilistas Daniel D'Ávila, responsável pela confecção das roupas dos dançarinos e assistentes de palco, todas produzidas com material reciclável, e Isabela Capeto, que confeccionou a roupa usada pela apresentadora/conduzora, que também conta com materiais reciclados, especialmente nos bordados.

A emissão conta, também, com a presença de algumas bordadeiras da Mangueira, responsáveis pelos bordados no vestido usado por Regina Casé, do biólogo André Amaral, que

fala sobre a ecopista, uma pista de dança sustentável, que capta a energia dos dançarinos, e de integrantes do grupo de balé russo, o Ballet Bolshoi, dentre os quais se destacam Pável Kazarian, diretor artístico da companhia de dança no Brasil, Amanda e Marcos, dançarinos vencedores de um dos concursos de dança mais importante de Nova Iorque, e Diego, Vitor e Marcos Vinícius, que contam sobre a experiência de fazer parte da companhia fundada no Brasil.

A emissão inicia com Leandro Sapucahy explicando o contexto de participação do programa: “*São Paulo, Rio, Minas, Angola e Rússia, tá todo mundo aqui hoje, e pra comandar a festa, Regina Casé*”. Na sequência, a apresentadora/conduzora sai de dentro de uma bola gigante, semelhante a um globo de luz, de casas de espetáculos. Os demais convidados já ocupam seus lugares e são apresentados em momento de participação ativa: cantando, dançando, rindo, batendo palmas (não são exibidas imagens da entrada desses participantes).

O clima festivo e de proximidade é reiterado ao longo de toda a emissão, seja pela forma de tratamento adotada pela apresentadora/conduzora quando se dirige aos convidados, com muita naturalidade e espontaneidade – ela beija, abraça e senta no colo dos convidados, faz brincadeiras e conta histórias, como quando pede aos angolanos para ensinarem Daniel e Gabriel o Pensador a dançarem *kuduro* –; seja pela proximidade que demonstra para com os sujeitos participantes, como quando senta no colo de Péricles.

A emissão lança mão de três tipos de quadros: o projeto *Biblioteca do Esquentá!*, referido apenas pela entrega de livros por alguns participantes, a exemplo do artista plástico Eduardo Srur, que doou um livro de sua autoria, e do compositor/cantor Gabriel o Pensador, que também doou livros de sua autoria; o *Calourão*, com a competição de dança na ecopista, painel de energia sustentável que capta a energia proveniente dos movimentos de dança dos competidores. Participaram três trios, sendo que o vencedor foi aquele que produziu mais energia; o de entrevista, com o biólogo André Amaral, que explicou sobre a ecopista e a importância da energia sustentável.

A emissão conta, ainda, com a presença de Lucas Sapucahy, apresentador mirim que introduz o lançamento do DVD *Favela Brasil II*, de Leandro Sapucahy, tio e padrinho do menino no programa. A apresentadora/conduzora destaca a presença de Layse Sapucahy, participante fixa da banda do programa e mãe de Lucas, e fala sobre o envolvimento de toda a família no trabalho do músico: da família Esquentá e da família Sapucahy. Ao longo da conversa, são exibidas

imagens de trechos do DVD, e, para finalizar, a apresentadora pede a música Soldado do samba, que é acompanhada pelos demais participantes fixos da roda de samba.

A apresentadora conversa com Regina Tchelly, chefe de cozinha responsável pelo projeto *Favela orgânica*, que visa à produção e consumo consciente também nas refeições, através de ações que evitam o desperdício dos alimentos, adotando formas de reutilização. O prato preparado é servido aos convidados e alguns participantes fixos.

Mario Patrocínio, português, responsável pelo documentário **I Love Kuduro**, fala sobre a produção que expõe não só o estilo musical, mas todo o movimento e cultura existente em torno desse gênero. Para o diretor, o *kuduro* representa um movimento de expressão, especialmente do jovem angolano, que encontra formas de se manifestar em um período bastante delicado na história daquele país. Ao longo da conversa, são exibidas imagens do documentário.

Regina Casé menciona a presença de Seu Fausto, participante assíduo da plateia, e de Adilson, pedreiro e amigo da apresentadora – ambos estiveram presentes na emissão de lançamento do **Esquenta!**, em 2011.

Em conversa com Alê Youssef, Regina Casé fala sobre a utilização de transportes alternativos, a exemplo do metrô, do ônibus e da bicicleta, como forma de redução da poluição. Para Youssef, a bicicleta poderia ser um dos meios mais utilizados em termos de mobilidade urbana, porém, os poucos investimentos em ciclovias acabam comprometendo a segurança dos ciclistas. Nesse contexto, o artista plástico Eduardo Srur apresenta seu trabalho de problematização social ligado a questões que envolvem o transporte urbano, a poluição de rios, a importância da reciclagem, tanto dos resíduos, como do olhar dos sujeitos sobre a paisagem urbana. De modo geral, os assuntos são abordados em intervenções, realizadas em grandes centros – durante a conversa, foram exibidas imagens de diferentes propostas de intervenção, desenvolvidas pelo artista.

Gabriel o Pensador, comenta um dos livros doado à *Biblioteca do Esquenta*: de sua autoria, *Um garoto chamado Rorbeto* (grifo do nome conforme título da obra), traz à discussão a temática da convivência com as diferenças, a partir da história de um menino que possui seis dedos na mão direita. O compositor/cantor lê um trecho do livro para as crianças que compõem o elenco de dançarinos do programa e fala um pouco sobre a importância da leitura e da escrita para sua vida pessoal e profissional. Gabriel o Pensador chama Fábio Beleza, *happer* de improviso, e juntos cantam a música *Linhas tortas*, de autoria do compositor.

Regina Casé conversa com André Amaral, biólogo voltado ao estudo da energia sustentável e suas formas de produção, captação e utilização. Na emissão, ganha destaque a ecopista, espécie de painel que capta o movimento das pessoas e converte em energia, bastante utilizado em casas de *shows* (danceterias) e em pistas de ginástica.

A emissão conta com a inserção de *merchandisings* comerciais de formas distintas: a inserção da marca Dakota se dá a partir de uma competição de samba, da qual participam três moças da plateia: Camila, Natasha, Raíssa. A vencedora foi escolhida pela plateia. A apresentadora/conduzora reforça as informações sobre a marca, como os principais modelos da estação.

A inserção da marca Caixa se dá via apresentadora, que fornece informações sobre o serviço de poupança, dando indicações sobre o *site* do banco.

A inserção da marca Instituto Embelleze se dá mediante a presença, no palco do programa, de uma ex-aluna do Instituto, a Patrícia Zimmerman, que conta sua própria experiência profissional a partir do curso.

O fechamento da emissão se dá com a música *Dançando*, cantada pelos participantes, que ocupam o palco central e o transformam em pista de dança.

Do ponto de vista expressivo, a emissão estrutura-se a partir de rupturas, **fragmentos**, recortes, sobreposições, organizados de modo não-linear, mas que obedecem a uma coerência. A colagem desses fragmentos é articulada via processo de edição, que seleciona cenas, quadros, composições musicais em conformidade com os objetivos da emissão.

- **Análise intratextual**

- **Tematização:** a temática central da emissão, embora faça alusão à sustentabilidade, é a noção de uma brasilidade que se alarga em direção a países que auxiliam no próprio processo de constituição da brasilidade, com ênfase na diversidade de estilos e ritmos musicais presentes em diferentes manifestações artísticas, culturais e sociais de caráter mais abrangente: há um alargamento da noção de brasilidade, que passa a considerar elementos e referências que auxiliam no processo de uma configuração mais ampla da identidade brasileira, passando mesmo por manifestações culturais russas, por meio do balé, e angolanas, através do *kuduro*. O tema desdobra-se, assim, a partir dos seguintes traços, representativos da brasilidade, colocados em oposição: *alegria vs tristeza; criatividade vs reiteração; dificuldade vs facilidade; inclusão vs*

exclusão; respeito vs desrespeito; proximidade vs afastamento; amparo vs desamparo; crescimento vs estagnação; preocupação vs descaso.

A forma de expressão dessa brasilidade reúne alegria e descontração, em um clima contagiante e festivo; é a configuração mais ampla do povo brasileiro como alegre, feliz, criativo, receptivo, envolvente, cativante, amistoso, afetuoso, que valoriza e respeita a cultura do outro, incorporando seus elementos e características.

- **Figurativização:** o tema é figurativizado pela presença de distintos sujeitos que possuem certa proximidade com outras culturas, manifestas, principalmente, por meio de ritmos e estilos musicais distintos. Para auxiliar na conformação da temática, a emissão conta com a presença de cantores angolanos, representantes do gênero *kuduro*, que ganhou projeção no cenário musical, influenciando inúmeros artistas, também no Brasil, e de bailarinos brasileiros, integrantes de uma companhia de balé russa. A temática da sustentabilidade é figurativizada pela presença de um artista plástico preocupado com as questões que envolvem o meio ambiente, tais como a poluição, o acúmulo de lixo, a mobilidade urbana, pela presença de estilistas que se utilizam de materiais recicláveis para a confecção de roupas, pela decoração do cenário, que adotou a bicicleta como elemento de problematização e reflexão.

Embora muitos dos participantes fixos e convidados eventuais da emissão sejam atores sociais bastante conhecidos, eles desempenham, no contexto temático da emissão, o papel de meros figurantes. Esse é o caso de alguns músicos e compositores; do humorista; dos comentaristas e dos assistentes de palco.

Os verdadeiros protagonistas da emissão são aqueles que participam diretamente da abordagem do tema, a exemplo dos compositores e cantores de diferentes gêneros musicais: samba, *hap*, *kuduro*, sertanejo. A emissão recorre também a algumas figuras que não são reconhecidas de pronto, mas que desempenham um papel extremamente relevante no universo da dança: bailarinos brasileiros que integram uma companhia de dança russa.

De modo geral, os assistentes de palco e dançarinos só podem ser identificados através das roupas e função que desempenham: são roupas feitas com materiais recicláveis, como madeira, papel, alumínio, fita de VHS, teclas de computadores, CDs, sacos de lixo, negativos de foto, destinadas a grupos específicos – as meninas vestem modelos/tipos de roupas diferentes daquelas vestidas pelos meninos do bondinho; as passistas têm um figurino diferente daquele dos

dançarinos adultos. Embora não se manifestem verbalmente, eles são os responsáveis por manter um tom *festivo, alegre e descontraído*, convocando os demais participantes a dançarem, tomarem parte nas coreografias, baterem palmas, cantarem, pularem.

Na plateia, mulheres jovens, aparentemente mais arrumadas, destacam-se dentre a maioria dos participantes, configurados como pertencentes a classes mais baixas, o que se depreende pelas roupas e adereços utilizados e pela postura adotada: nada comedidos, gritam, pulam, dançam, adotando um comportamento natural e espontâneo.

A participação da plateia, ainda que se restrinja a acompanhar o programa, com o comportamento antes descrito, nem por isso é menos relevante.

- **Actorialização:** os atores nomeados, participantes desta emissão, pertencem a dois grandes grupos: os atores sociais **conhecidos** e **famosos** (midiáticos), como é o caso da apresentadora/conduzora Regina Casé, dos responsáveis pela roda de samba, Arlindo Cruz, Leandro Sapucahy, Péricles, Xande de Pilares e Mumuzinho, dos compositores/cantores Daniel e Gabriel o Pensador, do cantor Cabo Snoop, da dupla Presidente Gasolina e Príncipe Ouro Negro, da cantora Titita, do diretor Mario Patrocínio, do artista plástico Eduardo Srur, dos estilistas Daniel D'Ávila e Isabela Capeto, do humorista Victor Sarro, da estudante cega Nathália Rodrigues, da comentarista Luane Dias, do colaborador Alê Youssef, do assistente de palco Douglas Silva, da integrante da banda fixa do programa, Layse Sapucahy; os atores sociais **desconhecidos** e até então **anônimos**, como é o caso do biólogo André Amaral, do diretor artístico da companhia de dança Ballet Bolshoi no Brasil, Pável Kazarian, dos bailarinos Amanda, Marcos, Diego, Vitor e Marcos Vinícius, do apresentador mirim Lucas Sapucahy, da chefe de cozinha do projeto Favela orgânica, Regina Tchelly, dos participantes da plateia, Seu Fauto e Adilson, da ex-launa do Instituto Embelezze, Patrícia Zimmerman, das integrantes da plateia que concorreram à coleção da Dakota, Camila, Natasha e Raíssa.

Ao longo de toda a emissão, a apresentadora/conduzora Regina Casé, protagonista principal, desempenha diferentes papéis: o de *narradora*, responsável pela contextualização da emissão do programa, propondo brincadeiras, dando informações e dicas aos participantes e ao telespectador; o de *controladora*, responsável pelo direcionamento dos assuntos a serem abordados, pela determinação do início e término de cada bloco da emissão, pela atribuição de fala a cada um dos convidados (como no momento em que conversa com Leandro Sapucahy,

sobre o DVD por ele lançado, ou quando pede explicações ao estilista Daniel D'Ávila, sobre a confecção das roupas utilizadas pelos dançarinos/assistentes de palco do programa); o de *guia/participante*, decorrente de sua configuração como admiradora da música, da dança, da diversidade de ritmos e estilos; o de *autopromotora indireta* da RGT, via *marketing* social, relacionado principalmente às questões da sustentabilidade, do consumo consciente, do respeito às diferenças e da recusa ao preconceito; o de *autopromotora direta* da RGT, via convite ao cantor Daniel, ator de telenovelas e jurado de um concurso de calouro da emissora, e referência a produtos da RGT, tais como o programa **The Voice**, e as telenovelas **Amor à vida** e **Paraíso**; o de *promotora publicitária*, responsável pela divulgação das marcas (Instituto Embelleze, Dakota, Caixa) e contextualização de sua inserção no texto do programa.

Embora estejam presentes muitos atores sociais conhecidos e/ou desconhecidos, alguns deles ganham visivelmente protagonismo na emissão, tais como Daniel, Gabriel o Pensador, Leandro Sapucahy, Cabo Snoop, Presidente Gasolina e Príncipe Ouro Negro, Titita, Eduardo Srur.

Na emissão, a apresentadora/conduzora Regina Casé usa um figurino bastante chamativo: vestido longo, com a parte da saia levemente rodada, na cor rosa, de mangas longas, bordado com materiais reciclados, a exemplo das garrafas PET, e aplicações na extremidade das mangas, em toda a parte da frente e na saia; sapato de salto alto, na cor rosa; acessórios que se limitam a um colar comprido e um par de brincos pequenos, na cor prata, bastante discretos; unhas com esmalte transparente. O microfone é bastante brilhoso, contendo a inscrição *Esquenta*. Além do microfone, ganha destaque uma espécie de bancada, que auxilia a apresentadora – ela deixa algumas fichas de roteiro nesse púlpito, recorrendo a ele em determinadas situações.

- **Temporalização:** a emissão movimenta-se criando o efeito de sentido de tempo presente: embora o programa seja gravado e editado, somente as imagens recuperadas de outros produtos (documentário **I Love Kuduro**, intervenções realizadas pelo artista plástico Eduardo Srur, imagens do DVD de Leandro Sapucahy), parecem anteriores a sua exibição – o próprio processo de construção da sequencialidade da emissão permite ver que se trata de um programa gravado e editado, uma vez que no início da emissão são exibidas cenas do que ainda está por vir.

Esse efeito de sentido de tempo presente é reforçado pelo lançamento do DVD *Favela Brasil II*, de Leandro Sapucahy, e pela presença dos cantores angolanos, Cabo Snoop, Presidente Gasolina e Príncipe Ouro Negro, Titita, em viagem pelo Brasil.

- **Espacialização:** a emissão, como as demais de inserção regular, no ano de 2013, movimenta-se prioritariamente no espaço representado pelo cenário do programa, dado a conhecer mediante a movimentação de câmeras, que permitem perceber a composição de um espaço central, no qual estão posicionados os participantes fixos e os convidados, e das arquibancadas, que acomodam a plateia no entorno desse palco; em um nível mais acima, localizam-se os camarotes (Ver Figura 16 – Organização do cenário), um deles ocupado pelo DJ Tartaurga.



Figura 16 – Organização do cenário
Fonte: frame (captura de tela – internet)

O palco organiza-se de modo a contemplar a participação e movimentação ativa de todos os convidados, que ocupam duas fileiras de assentos, posicionados lado a lado, em suas extremidades laterais: à esquerda, os responsáveis pela roda de samba juntamente com os convidados ligados à música (a exemplo de Daniel, Gabriel o Pensador, Cabo Snoop, Titita, Presidente Gasolina e Príncipe Ouro Negro) ocupam cadeiras na cor verde; à direita, os demais participantes fixos (Douglas Silva, Luane Dias, Nathália Rodrigues, Alê Youssef, Victor Sarro) e convidados eventuais (a exemplo do artista plástico Eduardo Srur e dos estilistas Daniel D'Ávila e Isabela Capeto) ocupam uma espécie de sofá de couro, na cor vermelha.

No fundo do palco é reservado um espaço, à direita, para a inserção da ecopista, onde ocorre a competição de dança do quadro *Calourão*, e, à esquerda, para a inserção da cozinha, onde a chefe Regina Tchelly prepara um salpicão com sobras de comidas. A banda fixa do programa ocupa um pequeno palco, à direita, entre a fileira de cadeiras e a arquibancada. Há, ainda, um espaço destinado a uma espécie de salão de beleza, de onde se manifesta Patrícia Zimerman, sobre o curso do Instituto Embelleze; a emissão, contudo, não permite localizar, geograficamente, a posição desse cenário.

A emissão recorre à utilização de bicicletas como elemento cenográfico e decorativo, em alusão à problemática do transporte público, especialmente em grandes centros urbanos – questão abordada pelo artista plástico Eduardo Srur. Além disso, os telões no fundo do palco exibem o símbolo da reciclagem, em movimento circular, sugerindo o reaproveitamento de produtos e objetos.

A emissão recorre, ainda, a outros espaços, via resgate de imagens do documentário **I Love Kuduro**, das intervenções realizadas por Eduardo Srur e do DVD *Favela Brasil II*, de Leandro Sapucahy.

Como se pode ver, do ponto de vista expressivo, a configuração do espaço recorre ao **excesso**, ao exagero, permitindo, contudo, uma distinção precisa entre o palco e a arquibancada. Embora pareça haver uma ausência de limites, há uma delimitação simbólica, que faz com que os diferentes participantes se concentrem no espaço que em princípio lhe é destinado – apenas os dançarinos e os assistentes de palco parecem não dispor de um lugar específico, movimentando-se, ao longo da emissão, por diferentes espaços.

- **Tonalização:** a emissão em análise procura articular uma combinatória de tons comumente atribuídos à brasilidade e ao povo brasileiro: *alegria, descontração, humor, criatividade, festividade, união, aproximação, diversidade, emoção, entusiasmo, receptividade, hospitalidade, preocupação*.

Essa combinatória tonal se expressa tanto pela composição do cenário e dos figurinos utilizados pelos participantes fixos (apresentadora/condutora, dançarinos e assistentes de palco), que aludem à sustentabilidade, à reciclagem, ao cuidado com o planeta, como por meio da dança e da música, que ditam o **ritmo** conferido ao texto televisual – percebe-se uma evidente tentativa em aproximar os diferentes ritmos referenciados pela emissão, a exemplo do samba, do *kuduro*,

do *hap*, do sertanejo, do clássico, como forma de demonstrar que o programa abre espaço para todo e qualquer gênero, pois todos eles auxiliam no processo de composição da brasilidade.

- Relações intertextuais de caráter sintagmático

A emissão do **Esquenta!** em análise resgata e dialoga de distintas maneiras com diferentes produtos veiculados pela RGT: alguns programas são recuperados através da presença física, no palco do **Esquenta!**, de atores da emissora que deles participam, a exemplo do cantor e ator Daniel que, no contexto de veiculação da emissão, estava envolvido com o programa **The Voice**, no qual é jurado.

Além desse produto, a presença do cantor e ator mobilizou a referência, via menção, às telenovelas **Amor à vida**, em virtude da música *Maravida*, cantada por Daniel, e **Paraíso**, na qual interpretou um tocador de berrante, Zé Camilo, em homenagem a seu pai, José Camilo.

6.5.5.1.3 Observações gerais sobre a emissão de 03.08.2014

A emissão em análise, exibida no horário das 14h15min, estruturada em 3 blocos, com duração aproximada de 1h15min, gira em torno do próprio **Esquenta!** e de sua proposta enquanto ambiente de festa, apresentação de atrações e muita música. Além dessa temática, central na emissão, destaca-se a permanente referência à diversidade cultural do país, com ênfase, principalmente, na música enquanto expressão cultural, artística e, até mesmo, social: há um alargamento da noção de brasilidade. Essa diversidade fica configurada, principalmente, pela presença de representantes de diferentes estilos e ritmos musicais: além do samba, marca registrada do programa, figuram o sertanejo, o arrocha, a MPB.

Estão presentes, como convidados eventuais, as cantoras de MPB Ivete Sangalo e Preta Gil; o cantor Lucas Lucco, que mescla sertanejo romântico, *pop* e arrocha – que se unem aos participantes fixos da roda de samba, Arlindo Cruz, Leandro Sapucahy, Péricles, Xande de Pilares e Mumuzinho. A emissão conta ainda com a presença de convidados fixos: o colaborador Alê Youssef; o humorista Luis Lobianco; a comentarista Luane Dias; a estudante Nathália Rodrigues; o assistente de palco Douglas Silva. Fazendo parte do elenco de convidados eventuais, estão os humoristas Rodrigo Sant’Anna, Samantha Schmütz e Paulo Gustavo. Regina

Casé destaca ainda a presença do percussionista Pedrinho da Serrinha, instrumentista mirim, mais novo integrante da roda de samba, que recebe uma cadeira adaptada ao seu tamanho, posicionada junto aos demais integrantes da roda de samba.

A emissão inicia com Ivete Sangalo cantando a música *Tempo de alegria*; a cantora finge ser Regina Casé, ao dublar a voz da apresentadora: “Boa tarde! *O Esquenta!* tá no ar. Gente, cês tão me achando um pouquinho diferente? Meus cabelos, minha pele?”. Na sequência, a apresentadora/conduzora adentra no palco do programa e pede que Arlindo Cruz e Xande de Pilares chamem os convidados, que já ocupam seus lugares, através de versos (não são exibidas imagens da entrada desses participantes).

O clima festivo e de proximidade é reiterado ao longo de toda a emissão, seja pela forma de tratamento adotada pela apresentadora/conduzora quando se dirige aos convidados, com muita naturalidade e espontaneidade – ela beija e abraça os convidados, faz brincadeiras e piadas, como quando pede para o humorista Luis Lobianco imitar a jornalista Marília Gabriela, ou quando diz que Ivete Sangalo é “linda, tesona, bonita e gostosona” –; seja pela proximidade que demonstra para com os sujeitos participantes, como quando declara que irá realizar o sonho de infância da cantora Preta Gil de ser uma chacrete e convida a cantora a dançar no queijo, a música de abertura do **Cassino do Chacrinha**.

A emissão lança mão de cinco tipos de quadros: o *Calourão*, com a competição de imitação da cantora Beyoncé, da qual participaram três candidatas, tendo a vencedora sido escolhida por voto da plateia; o de humor, a partir da atuação de Luis Lobianco e Rodrigo Sant’Anna, que encenam uma entrevista realizada por Marília Gabriela – que, no caso, é interpretada por Luis Lobianco, papel criado pelo humorista na peça teatral *Surto*; o *Roleta Musical*, competição que consiste em cantar uma música que contenha a palavra sorteada, envolvendo os participantes fixos e os convidados eventuais; o *Vai pro queijo ou não vai?* escolheu dois participantes da plateia, para dançarem no queijo, durante a emissão; o *Batendo o ponto* recebeu quatro operadoras de *telemarketing*, dentre as quais se destacam Carolina, Duane e Loraine, que contaram um pouco da rotina diária de trabalho, respondendo questionamentos feitos pelos convidados e participantes fixos do programa.

A apresentadora conversa com Lucas Lucco sobre a popularidade do cantor, especialmente nas redes sociais, destacando o surgimento de grupos de *fanfic*, que são fãs que constroem histórias ficcionais que tem como personagem central o próprio famoso, ou seja, nesse

caso, o cantor. Essas histórias são divulgadas em *blogs*, *sites* pessoais, entre outros espaços da *internet*. Lais Secunho, uma das escritoras de *fanfic* que tem Lucas Lucco como protagonista, é convidada a contar sobre a novela que escreve, em seu *blog*. Lais e Lucas encenam um trecho da história, com direito a efeitos especiais de trovoadas e chuva e beijo no final.

São exibidas imagens do clipe oficial da música *Mozão*, um dos maiores sucessos do cantor Lucas Lucco, cuja letra conta a história de um casal que opta por seguir em frente mesmo depois de a mulher receber o diagnóstico de câncer de mama. A apresentadora convida o casal Juliana e Leandro, que viveu essa experiência, ao receber, dois meses antes de seu casamento, o diagnóstico da doença.

O fechamento da emissão se dá com as palavras de Regina Casé, “*Se tem uma coisa que o Brasil sabe fazer bem é festa. E festa boa. E não tem nenhum demérito nisso, gente! Qual o problema? A gente não é bobo por que se diverte. Quem faz festa não é alienado. Pessoas felizes. Oh, quer saber? Festa gera emprego, movimenta a economia. Fazer festa, acho que é o nosso maior talento nacional. O Brasil podia até se especializar nisso: em alegrar o mundo! E festa boa é como? Misturada! Com gente de toda a cor, toda raça, toda fé!*”, seguidas da música *Festa*, cantada por Ivete Sangalo e demais participantes, que ocupam o palco central e o transformam em pista de dança.

Do ponto de vista expressivo, a emissão estrutura-se a partir de rupturas, **fragmentos**, recortes, sobreposições, organizados de modo não-linear, mas que obedecem a uma coerência. A colagem desses fragmentos é articulada via processo de edição, que seleciona cenas, quadros, composições musicais em conformidade com os objetivos da emissão.

- **Análise intratextual**

- **Tematização:** a temática central da emissão é a noção de brasilidade, dessa vez alargada para outros recantos do país, que não apenas os morros e favelas do Rio de Janeiro, com ênfase em diferentes manifestações artísticas, culturais e sociais de caráter mais abrangente. O tema desdobra-se, assim, a partir dos seguintes traços, representativos da brasilidade, colocados em oposição: *alegria vs tristeza; vida vs morte; sucesso vs fracasso; afeto vs desafeto; amizade vs inimizade; união vs desunião; inclusão vs exclusão; coletividade vs individualidade; respeito vs desrespeito.*

A forma de expressão dessa brasilidade reúne alegria e descontração, em um clima contagiante e festivo; é a configuração mais ampla do povo brasileiro como alegre, feliz, festeiro, envolvente, cativante, receptivo, que se diverte com cada novo ritmo.

Esse interesse num alargamento da cultura brasileira, expresso pela mistura de ritmos, busca atender à diversidade de gostos e interesses, o que fica bastante evidente na fala da apresentadora/conduzora: *“E festa boa é como? Misturada! Com gente de toda a cor, toda raça, toda fé!”*.

Ao abordar o alargamento da noção de brasilidade como tema, a emissão procura ampliar o número de telespectadores interessados, como tem feito, desde a segunda temporada, de modo mais expressivo.

- **Figurativização:** o tema é figurativizado pela presença de distintos sujeitos que personificam o entendimento da diversidade artística e cultural brasileira manifesta principalmente através da música. Para auxiliar na conformação da temática, a emissão conta com representantes de diferentes estilos musicais, numa proposta de programa eclético, voltado a todos os gostos e interesses: o sertanejo romântico e o arrocha, pela presença de um cantor bastante famoso; o samba, pela presença de compositores e cantores; a música popular brasileira pela presença de cantoras bastante conhecidas no cenário musical. A emissão recorre, ainda, ao humor como forma de manifestação que perpassa a noção da brasilidade, ligada à alegria, ao riso, à gargalhada – afinal, o brasileiro faz piada com tudo, até com ele mesmo.

Embora muitos dos participantes fixos e convidados eventuais da emissão sejam atores sociais bastante conhecidos, eles desempenham, no contexto temático da emissão, o papel de meros figurantes. Esse é o caso de alguns músicos e compositores; dos comentaristas e de alguns assistentes de palco.

Os verdadeiros protagonistas da emissão são aqueles que participam diretamente da abordagem do tema, a exemplo dos compositores e cantores de diferentes gêneros musicais, tais como o samba, o sertanejo romântico, o arrocha, a MPB, e dos humoristas, que fazem comédia e piadas com diferentes assuntos, atestando e comprovando a alegria e descontração do povo brasileiro.

De modo geral, os assistentes de palco e dançarinos só podem ser identificados através das roupas e função que desempenham: não são fantasias, nem uniformes, mas apresentam certa

padronização – homens e meninos adotam ternos coloridos e brilhosos; mulheres e meninas vestem uma espécie de maiô, também coloridos e em tecido brilhoso, semelhante aqueles usados pelas chacretes – à roupa das meninas é acrescentada uma espécie de saiote, escondendo, assim, as nádegas. Meninas e mulheres possuem uma tiara, com armação estilizada, da mesma cor da roupa. Embora não se manifestem verbalmente, eles são os responsáveis por manter um tom *festivo, alegre e descontraído*, convocando os demais participantes a dançarem, tomarem parte nas coreografias, baterem palmas, cantarem, rirem, pularem.

Na plateia, mulheres jovens, aparentemente mais arrumadas, destacam-se dentre a maioria dos participantes, configurados como pertencentes a classes mais baixas, o que se depreende pelas roupas e adereços utilizados e pela postura adotada: nada comedidos, gritam, pulam, dançam, batem palmas, adotando um comportamento natural e espontâneo.

A participação da plateia, ainda que se restrinja a acompanhar o programa, com o comportamento antes descrito, nem por isso é menos relevante.

- **Actorialização:** os atores nomeados, participantes desta emissão, pertencem a dois grandes grupos: os atores sociais **conhecidos** e **famosos** (midiáticos), como é o caso da apresentadora/conduzora Regina Casé, dos responsáveis pela roda de samba, Arlindo Cruz, Leandro Sapucahy, Péricles, Xande de Pilares e Mumuzinho, das cantoras Ivete Sangalo e Preta Gil, do cantor Lucas Lucco, dos humoristas Luis Lobianco, Rodrigo Sant’Anna, Samantha Schmütz e Paulo Gustavo, da estudante cega Nathália Rodrigues, da comentarista Luane Dias, do colaborador Alê Youssef, do assistente de palco Douglas Silva, da integrante da banda fixa do programa, Layse Sapucahy; os atores sociais **desconhecidos** e até então **anônimos**, como é o caso do percussionista mirim Pedrinho da Serrinha, da fã de Lucas Lucco, Lais Secunho, dos participantes da plateia que dançaram no queijo, Ângela e Bruno, das atendentes de *telemarketing*, Carolina, Duane e Laraine, do casal Juliana e Leandro.

Ao longo de toda a emissão, a apresentadora/conduzora Regina Casé, protagonista principal, desempenha diferentes papéis: o de *narradora*, responsável pela contextualização da emissão do programa, propondo brincadeiras, dando informações e dicas aos participantes e ao telespectador; o de *controladora*, responsável pelo direcionamento dos assuntos a serem abordados, pela determinação do início e término de cada bloco da emissão, pela atribuição de fala a cada um dos convidados (como no momento em que pede para Luis Lobianco imitar a

jornalista Marília Gabriela, ou quando conversa com o casal Juliana e Leandro); o de *guia/participante*, decorrente de sua configuração como admiradora da música, da dança, da diversidade de ritmos e estilos; o de *autopromotora indireta* da RGT, via *marketing* social, relacionado principalmente à questão do câncer, da inserção da mulher no mercado de trabalho, do respeito às diferenças e da recusa ao preconceito; o de *autopromotora direta* da RGT, via convite aos humoristas, atores da emissora, e referência a produtos da RGT, tais como o quadro *Vem com tudo* (2009), do **Fantástico**, e **Zorra total**.

Embora estejam presentes muitos atores sociais conhecidos e/ou desconhecidos, alguns deles ganham visivelmente protagonismo na emissão, tais como Ivete Sangalo, Mumuzinho, Lucas Lucco, Rodrigo Sant'Anna.

Na emissão, a apresentadora/conduzora Regina Casé usa um figurino bastante chamativo: vestido longo em tecido brilhante semelhante aos utilizados em fantasias de Carnaval, pouco rodado, de mangas curtas, bordado com lantejoulas prata, tendo a frente bordada com detalhes em tiras verticais em outras cores – azul, vermelho, rosa verde, amarelo; sapato de salto alto, em cor clara; acessórios que se limitam a pequenos anéis e um par de brincos medianos, em formato de argola, na cor prata, bastante discretos; unhas com esmalte vermelho. O microfone é bastante brilhoso, contendo a inscrição *Esquenta*. Além do microfone, ganha destaque uma espécie de bancada, que auxilia a apresentadora – ela deixa algumas fichas de roteiro nesse púlpito, recorrendo a ele em determinadas situações.

- **Temporalização**: a emissão movimenta-se criando o efeito de sentido de tempo presente: embora o programa seja gravado e editado, somente as imagens recuperadas de outros produtos (peças teatrais *Surto*, de Luis Lobianco, e *220 Volts*, de Paulo Gustavo, quadro *Vem com tudo* – 2009), parecem anteriores a sua exibição – o próprio processo de construção da sequencialidade da emissão permite ver que se trata de um programa gravado e editado, uma vez que, tanto no início da emissão, como no final de cada bloco, são exibidas cenas do que ainda está por vir.

Esse efeito de sentido de tempo presente é reforçado pela menção à peça teatral *220 Volts*, do humorista Paulo Gustavo, em exibição no contexto de veiculação da emissão, e ao personagem de Rodrigo Sant'Anna, recentemente lançado no programa **Zorra Total**.

- **Espacialização:** a emissão, como as demais de inserção regular, no ano de 2014, movimenta-se prioritariamente no espaço representado pelo cenário do programa, dado a conhecer mediante a movimentação de câmeras, que permitem perceber a composição de um espaço central, no qual estão posicionados os participantes fixos e os convidados, e das arquibancadas, que acomodam a plateia no entorno desse palco; em um nível mais acima, localizam-se os camarotes, um deles ocupado pelo DJ Tartaruga.

O palco organiza-se de modo a contemplar a participação e movimentação ativa de todos os convidados, que ocupam duas fileiras de assentos, posicionados lado a lado, em suas extremidades laterais: à direita, os responsáveis pela roda de samba juntamente com alguns dos convidados ligados à música ou não (a exemplo de Lucas Lucco, Paulo Gustavo e Pedrinho da Serrinha) ocupam uma espécie de sofá de couro, na cor vermelha; à esquerda, os demais participantes fixos (Douglas Silva, Luane Dias, Nathália Rodrigues, Alê Youssef, Luis Lobianco) e convidados eventuais ligados à música ou não (a exemplo de Ivete Sangalo, Preta Gil, Rodrigo Sant'Anna e Samantha Schmütz), ocupam um sofá com capa colorida, feita de pequenos retalhos de tecido, de inúmeras cores (ver Figura 17 – Palco central, arquibancadas e camarotes, que permite visualizar a forma de organização do espaço central).



Figura 17 – Palco central, arquibancadas e camarotes

Fonte: frame (captura de tela – internet)

À esquerda do palco central, próximo ao camarote ocupado pelo DJ Tartaruga, identifica-se o cenário do queijo, destinado ao quadro *Vai pro queijo ou não vai?*, comandado por

Lobianco. Em lado oposto ao palco central, posiciona-se a banda fixa do programa, visível apenas em algumas imagens aéreas, que exibem a totalidade do cenário (ver Figura 18 – Banda fixa do programa, que ilustra o espaço ocupado pela banda fixa, em oposição ao palco central).



Figura 18 – Banda fixa do programa
 Fonte: frame (captura de tela – internet)

A emissão recorre à utilização de balões coloridos, semelhantes aos usados em decoração de São João, feitos de papel, como elemento cenográfico e decorativo. Os triângulos, figura geográfica que compõe os balões, e as cores estão presentes também na decoração, que torna o ambiente bastante alegre e festivo. Além disso, os telões no fundo do palco exibem cores e luzes vibrantes, ainda mais acentuadas quando os cantores se apresentam – o palco do programa fica semelhante a um *show*.

A emissão recorre, ainda, a outros espaços, via resgate de imagens das peças teatrais *Surto*, de Luis Lobianco, e *220 Volts*, de Paulo Gustavo, e do quadro *Vem com Tudo* (2009), no qual Regina Casé interpretava uma atendente de *telemarketing*.

Como se pode ver, do ponto de vista expressivo, a configuração do espaço recorre ao **excesso**, ao exagero, permitindo, contudo, uma distinção precisa entre o palco e a arquibancada. Embora pareça haver uma ausência de limites, há uma delimitação simbólica, que faz com que os diferentes participantes se concentrem no espaço que em princípio lhe é destinado – apenas os dançarinos e os assistentes de palco parecem não dispor de um lugar específico, movimentando-

se, ao longo da emissão, por diferentes espaços: eles recorrem, às vezes, a um corredor que parece levar à saída do estúdio.

- **Tonalização:** a emissão em análise procura articular uma combinatória de tons comumente atribuídos à brasilidade e ao povo brasileiro: *alegria, descontração, humor, criatividade, festividade, união, aproximação, amorosidade, compreensão, diversidade, emoção, entusiasmo, receptividade, hospitalidade, preocupação.*

Essa combinatória tonal se expressa tanto pela composição do cenário e dos figurinos utilizados pelos participantes fixos (apresentadora/conduutora, dançarinos e assistentes de palco), que aludem à festa, à alegria, como por meio da dança e da música, que ditam o **ritmo** conferido ao texto televisual – percebe-se uma evidente tentativa em aproximar os diferentes ritmos referenciados pela emissão, a exemplo do samba, do arrocha, do sertanejo, como forma de demonstrar que o programa abre espaço para todo e qualquer gênero, pois todos eles auxiliam no processo de composição da brasilidade.

- **Relações intertextuais de caráter sintagmático**

A emissão do **Esquenta!** em análise resgata e dialoga de distintas maneiras com diferentes produtos veiculados pela RGT: alguns produtos são meramente mencionados, a exemplo do **Zorra Total**, em virtude do personagem de Rodrigo Sant’Anna, destacado por Preta Gil, e do **Programa do Chacrinha**, aludido em virtude da música tocada, quando Preta Gil vai para o queijo, e das roupas das dançarinas/assistentes de palco, semelhantes àquelas usadas pelas chacretes.

Outros programas são recuperados através da presença física, no palco do **Esquenta!**, de atores da emissora que deles participam, a exemplo dos humoristas Paulo Gustavo (vários personagens, em diferentes produtos exibidos pelo Multishow – que faz parte do Grupo Globo), Rodrigo Sant’Anna e Samantha Schmütz (ambos interpretam vários personagens no programa de humor **Zorra Total**).

Nesta emissão, o **Esquenta!** recupera também, via apresentação de imagens, fragmentos do quadro *Vem com tudo*, exibido em 2009, pelo **Fantástico**.

6.5.5.1.4 Observações gerais sobre a emissão de 28.12.2014

A emissão em análise, exibida no horário das 14h15min, estruturada em 3 blocos, com duração aproximada de 1h20min, gira em torno das comemorações de final de ano, do *réveillon*, configurando o palco do **Esquenta!** como um ambiente de festa, atração e muita música. Além dessa temática, central na emissão, destaca-se a permanente referência à diversidade cultural do país, com ênfase, principalmente, na música e no humor enquanto expressões culturais e artísticas. Essa diversidade fica configurada, principalmente, pela presença de representantes de diferentes estilos e ritmos musicais: além do samba, marca registrada do programa, figuram o *funk*, o arrocha, a MPB.

Estão presentes, como convidados eventuais, o compositor/cantor de MPB Lulu Santos; a cantora de MPB Preta Gil, que veio acompanhada do Bloco da Preta – que se unem aos participantes fixos da roda de samba, Arlindo Cruz, Leandro Sapucahy, Péricles, Xande de Pilares, Mumuzinho e Pedrinho da Serrinha. A emissão conta ainda com a presença de convidados fixos: o colaborador Alê Youssef; o humorista Luis Lobianco; a comentarista Luane Dias; a estudante Nathália Rodrigues; o assistente de palco Douglas Silva. Fazendo parte do elenco de convidados eventuais, estão os humoristas Marcelo Adnet e Marcius Melhem; a atriz Bruna Marquezine; o fotógrafo e maquiador Fernando Torquatto. Regina Casé convida, ainda, Luis Otávio, dançarino do **Esquenta!** e integrante do grupo musical Melanina carioca, para cantar a música *Deixa se envolver*.

O clima festivo e de proximidade é reiterado ao longo de toda a emissão, seja pela forma de tratamento adotada pela apresentadora/conduzora quando se dirige aos convidados, com muita naturalidade e espontaneidade – ela beija e abraça os convidados, puxa eles pela mão, faz piadas e brincadeiras, como quando segurava cuecas na frente dos dançarinos e cantores, fazendo de conta que estavam experimentando –; seja pela proximidade que demonstra para com os sujeitos participantes, como quando declara seu carinho por Marcius Melhem e Preta Gil.

A emissão lança mão de três tipos de quadros: o de humor, a partir da atuação dos humoristas Marcius Melhem e Marcelo Adnet e do cantor Mumuzinho, que adentrou o palco vestido de Soraia, e conversou com a menina Sofia; o *Vai pro queijo ou não vai?* escolheu três participantes da plateia, para dançarem no queijo, sendo a vencedora escolhida por voto dos humoristas Adnet e Melhem e do maquiador Torquatto; o *Batendo o ponto* recebeu profissionais

de diferentes áreas, que contaram um pouco da rotina de trabalho, especialmente na virada do ano, respondendo questionamentos feitos pelos convidados e participantes fixos do programa: a técnica em enfermagem Fernanda, o motorista de ônibus Bruno e o porteiro André.

A emissão, extremamente musical e humorística, abriu espaço para que os convidados eventuais falassem um pouco a respeito do trabalho e da vida profissional, a partir de uma retrospectiva do ano que estava findando e de projeções para o ano futuro. Destacam-se, nesse sentido, os humoristas Marcelo Adnet e Marcius Melhem, a atriz Bruna Marquezine e o cantor Lulu Santos.

Marcelo Torquatto, durante a emissão, maquiou duas participantes da plateia, Maiara e Joice, escolhidas por Regina Casé. Quando as moças retornaram, além de explicar a intenção com cada maquiagem, Torquatto deu dicas a serem aplicadas nas festas de final de ano.

A apresentadora conversa com Alê Youssef sobre as previsões para 2015, a partir do cenário configurado em 2014. Para o comentarista, o ano de 2014 finalizou com uma espécie de divisão entre a sociedade brasileira, decorrente das eleições ocorridas naquele ano, cujo principal aspecto positivo foi a participação política de um grande número de sujeitos – participação essa que poderá refletir, no ano seguinte, em termos de melhorias, a partir de reformas, especialmente no âmbito político.

Regina Casé recebe Sofia, que pediu para participar do programa e veio acompanhada dos pais Sueni e Marcos. A menina, fã de Mumuzinho, nasceu com uma má formação na coluna, originando várias sequelas. Dias antes de uma cirurgia, contou com mensagens de apoio da *família do Esquenta*, e, nesta emissão, veio conhecê-los pessoalmente.

O fechamento da emissão se dá com os votos de um feliz ano de 2015, proferidos por Regina Casé. Na sequência, todos brindam, ao som da música *Tempo de alegria*, cantada por Preta Gil e demais participantes, que ocupam o palco central e o transformam em pista de dança.

Do ponto de vista expressivo, a emissão estrutura-se a partir de rupturas, **fragmentos**, recortes, sobreposições, organizados de modo não-linear, mas que obedecem a uma coerência. A colagem desses fragmentos é articulada via processo de edição, que seleciona cenas, quadros, composições musicais em conformidade com os objetivos da emissão.

- Análise intratextual

- **Tematização:** a temática central da emissão é a noção de brasilidade, dessa vez alargada para outros recantos do país, que não apenas os morros e favelas do Rio de Janeiro, com ênfase em diferentes manifestações artísticas, culturais e sociais de caráter mais abrangente – afinal, o país inteiro comemora o Ano Novo!. O tema desdobra-se, assim, a partir dos seguintes traços, representativos da brasilidade, colocados em oposição: *alegria vs tristeza; união vs desunião; paz vs guerra; trabalho vs lazer; sucesso vs fracasso; afeto vs desafeto; amizade vs inimizade; inclusão vs exclusão; respeito vs desrespeito; término vs recomeço; saúde vs doença.*

A forma de expressão dessa brasilidade reúne alegria e descontração, em um clima contagiante e festivo; é a configuração mais ampla do povo brasileiro como alegre, feliz, festeiro, envolvente, cativante, receptivo, batalhador, guerreiro, que se diverte com os amigos, com a família, comemorando as conquistas e fazendo novas projeções para o futuro.

Ao abordar o alargamento da noção de brasilidade como tema, a emissão procura ampliar o número de telespectadores interessados, como tem feito, desde a segunda temporada, de modo mais expressivo.

- **Figurativização:** o tema é figurativizado pela presença de distintos sujeitos que personificam o entendimento da diversidade artística e cultural brasileira manifesta principalmente através da música e do humor. Para auxiliar na conformação da temática, a emissão conta com representantes de diferentes estilos musicais, numa proposta de programa eclético, voltado a todos os gostos e interesses: o *funk*, pela presença de um rapaz da plateia e de uma atriz, que dançam no palco do programa; o *arrocha*, pela presença de integrantes da plateia, que dançam ao som de uma cantora bastante conhecida; o *samba*, pela presença de compositores e cantores; a música popular brasileira pela presença de cantoras bastante conhecidas no cenário musical. A emissão recorre, ainda, ao humor como forma de manifestação que perpassa a noção da brasilidade, ligada à alegria, ao riso, à gargalhada, mas também a questões polêmicas, abordadas de forma crítica através dos roteiros e personagens criados – afinal, o brasileiro faz piada com tudo, até com ele mesmo!.

Embora muitos dos participantes fixos e convidados eventuais da emissão sejam atores sociais bastante conhecidos, eles desempenham, no contexto temático da emissão, o papel de

meros figurantes. Esse é o caso de alguns músicos e compositores; dos comentaristas e de alguns assistentes de palco.

Os verdadeiros protagonistas da emissão são aqueles que participam diretamente da abordagem do tema, a exemplo dos compositores e cantores de diferentes gêneros musicais, tais como o samba, o arrocha, a MPB, e dos humoristas, que fazem comédia e piadas com diferentes assuntos, atestando e comprovando a alegria e descontração do povo brasileiro.

De modo geral, os assistentes de palco e dançarinos só podem ser identificados através das roupas e função que desempenham: não são fantasias, nem uniformes, mas apresentam certa padronização, adequada à festividade de ano novo que, geralmente, adota as cores branca e prata – homens e meninos vestem paletó e camisa na cor branca e calça e gravata preta; mulheres e meninas vestem vestidos, alguns são curtos, outros longos. Embora não se manifestem verbalmente, eles são os responsáveis por manter um tom *festivo, alegre e descontraído*, convocando os demais participantes a dançarem, tomarem parte nas coreografias, baterem palmas, cantarem, rirem, pularem.

Na plateia, mulheres jovens, aparentemente mais arrumadas, destacam-se dentre a maioria dos participantes, configurados como pertencentes a classes mais baixas, o que se depreende pelas roupas e adereços utilizados e pela postura adotada: nada comedidos, gritam, pulam, dançam, batem palmas, adotando um comportamento natural e espontâneo – quando os participantes da plateia se manifestam verbalmente, pode-se perceber a naturalidade de forma ainda mais expressiva, seja pelo tom de voz, pelas histórias contadas, pela forma de dançar, entre outros.

A participação da plateia, ainda que se restrinja a acompanhar o programa, com o comportamento antes descrito, nem por isso é menos relevante.

- **Actorialização:** os atores nomeados, participantes desta emissão, pertencem a dois grandes grupos: os atores sociais **conhecidos** e **famosos** (midiáticos), como é o caso da apresentadora/conduzora Regina Casé, dos responsáveis pela roda de samba, Arlindo Cruz, Leandro Sapucahy, Péricles, Xande de Pilares, Mumuzinho e Pedrinho da Serrinha, do cantor Lulu Santos, da cantora Preta Gil, que trouxe seu bloco, da atriz Bruna Marquezine, dos humoristas Luis Lobianco, Marcius Melhem e Marcelo Adne, do fotógrafo e maquiador Fernando Torquatto, da estudante cega Nathália Rodrigues, da comentarista Luane Dias, do colaborador

Alê Youssef, do assistente de palco Douglas Silva; os atores sociais **desconhecidos** e até então **anônimos**, como é o caso de Paul, holandês que estava na plateia, de Sofia, fã de Mumuzinho, e de seus pais, Sueni e Marcos, de Joelsa, Laila, Lindsei, participantes da plateia que dançaram no queijo, de Maiara e Joice, participantes da plateia maquiadas por Torquatto, do DJ Sany Pitbull, que trabalhou com Lulu Santos em seu 25º disco, intitulado *Luiz Maurício*, de Andrea Negreiros e Jorge Ailton, que cantaram com Lulu Santos, de Fernanda, integrante da plateia que contou uma história desastrada de ano novo, de Daniel, integrante da plateia parecido com Mumuzinho, que dançou no palco do programa, de Seu Fausto, participante assíduo do programa, vestido a rigor, com traje de festa.

Ao longo de toda a emissão, a apresentadora/conduzora Regina Casé, protagonista principal, desempenha diferentes papéis: o de *narradora*, responsável pela contextualização da emissão do programa, propondo brincadeiras, dando informações e dicas aos participantes e ao telespectador; o de *controladora*, responsável pelo direcionamento dos assuntos a serem abordados, pela determinação do início e término de cada bloco da emissão, pela atribuição de fala a cada um dos convidados (como no momento em que agradece a Seu Fausto pela presença, ou quando pede que Marcelo Adnet improvise músicas com os relatos dos participantes); o de *guia/participante*, decorrente de sua configuração como admiradora da música, da dança, da diversidade de ritmos e estilos, de comemorações, de festa, de piadas; o de *autopromotora indireta* da RGT, via *marketing* social, relacionado principalmente à questão do desemprego, da conscientização política e social, do respeito às diferenças e da recusa ao preconceito; o de *autopromotora direta* da RGT, via convite aos humoristas, atores da emissora, e referência a produtos da RGT, tais como as telenovelas **Mulheres apaixonadas** (2003) e **Salve Jorge** (2013), o quadro *Dança dos famosos* (2012/2013), do **Domingão do Faustão**, os programas **Tá no ar**, **Os caras de pau** e o próprio **Esquenta!**, em sua primeira temporada.

Embora estejam presentes muitos atores sociais conhecidos e/ou desconhecidos, alguns deles ganham visivelmente protagonismo na emissão, tais como Lulu Santos, Marcelo Adnet, Marcio Melhem e Bruna Marquezine.

Na emissão, a apresentadora/conduzora Regina Casé usa um figurino bastante discreto, adequado à ocasião: vestido longo em tecido branco rendado, pouco rodado, de mangas longas, com decote bastante acentuado; sapato de salto alto branco; como acessórios vários colares grandes, de pérolas, pequenos anéis, um par de brincos medianos, em formato de argola, na cor

prata; unhas com esmalte transparente. O microfone é bastante brilhoso, contendo a inscrição *Esquentá*. Além do microfone, ganha destaque uma espécie de bancada, que auxilia a apresentadora – ela deixa algumas fichas de roteiro nesse púlpito, recorrendo a ele em determinadas situações.

- **Temporalização:** a emissão movimenta-se criando o efeito de sentido de tempo presente: embora o programa seja gravado e editado, somente as imagens recuperadas de outros produtos (**Tá no ar**, **Mulheres apaixonadas**, de 2003, **Salve Jorge**, de 2013, quadro *Dança dos famosos*, anos de 2012 e 2013, primeira emissão do **Esquentá!**, em 02.01.2011), parecem anteriores a sua exibição – o próprio processo de construção da sequencialidade da emissão permite ver que se trata de um programa gravado e editado, uma vez que no início da emissão são exibidas cenas do que ainda está por vir.

Esse efeito de sentido de tempo presente é reforçado pela menção ao final de ano, através da inscrição 2015, localizada no fundo do palco central, e pela menção ao filme **Os caras de pau**, recentemente lançado, no período de veiculação da emissão.

- **Espacialização:** a emissão, como as demais de inserção regular, no ano de 2014, movimenta-se prioritariamente no espaço representado pelo cenário do programa, dado a conhecer mediante a movimentação de câmeras, que permitem perceber a composição de um espaço central, no qual estão posicionados os participantes fixos e os convidados, e das arquibancadas, que acomodam a plateia no entorno desse palco; em um nível mais acima, localizam-se os camarotes, um deles ocupado pelo DJ Tartaurga.

O palco organiza-se de modo a contemplar a participação e movimentação ativa de todos os convidados, que ocupam duas fileiras de assentos, posicionados lado a lado, em suas extremidades laterais: à direita, os responsáveis pela roda de samba juntamente com alguns dos convidados ligados à música (a exemplo de Preta Gil e Lulu Santos) ocupam cadeiras brancas; à esquerda, os demais participantes fixos (Douglas Silva, Luane Dias, Nathália Rodrigues, Alê Youssef, Luis Lobianco) e convidados eventuais (a exemplo de Marcius Melhem, Marcelo Adnet, Bruna Marquezine, Marcelo Torquatto), ocupam cadeiras brancas – em conformidade com a comemoração de final de ano (ver Figura 19 – Organização do palco central, que permite

visualizar o espaço destinado aos participantes fixos e convidados eventuais e, ao fundo, a inscrição 2015).



Figura 19 – Organização do palco central
 Fonte: frame (captura de tela – internet)

À esquerda do palco central, próximo ao camarote ocupado pelo DJ Tartaruga, identifica-se o cenário do queijo, destinado ao quadro *Vai pro queijo ou não vai?*, comandado por Lobianco. Na emissão, contudo, o queijo foi trazido ao palco central, no momento em que iniciou o quadro. À direita do palco central, posiciona-se a banda fixa do programa, que recebeu, nesta emissão, o cantor Lulu Santos e a cantora Preta Gil – diferentemente de outras emissões, os convidados ligados à música se uniram à banda fixa do programa, visível apenas em algumas imagens aéreas, que exibem a totalidade do cenário, na apresentação de algumas músicas; em outros momentos, cantaram de seus lugares, no centro do palco central.

A emissão recorre, como elementos cenográficos e decorativos, à utilização de estrelas, características nas festividades de final de ano, de uma estrutura com a inscrição 2015, no fundo do palco central, e da inscrição feliz ano novo, em diferentes idiomas, no chão do palco central. Além disso, os telões no fundo do palco exibem cores e luzes vibrantes, como fogos de artifícios, ainda mais acentuadas quando os cantores se apresentam – o palco do programa, a cada nova música, fica semelhante a um *show*.

A emissão recorre, ainda, a outros espaços, via resgate de imagens das telenovelas **Mulheres apaixonadas**, de 2003, e **Salve Jorge**, de 2013; do filme **Os caras de pau**,

recentemente lançado nos cinemas, no período de veiculação da emissão; dos programas **Tá no ar**, através de imagens do ano de 2013 e da nova temporada, que ainda não havia sido lançada, e **Esquenta!**, que recuperou o cenário do estúdio na primeira emissão de 2011; do quadro *Dança dos famosos*, edições de 2012 e 2013, que contaram com a participação de Péricles e Bruna Marquezine, respectivamente.

Como se pode ver, do ponto de vista expressivo, a configuração do espaço recorre ao **excesso**, ao exagero, permitindo, contudo, uma distinção precisa entre o palco e a arquibancada. Embora pareça haver uma ausência de limites, há uma delimitação simbólica, que faz com que os diferentes participantes se concentrem no espaço que em princípio lhe é destinado – apenas os dançarinos e os assistentes de palco parecem não dispor de um lugar específico, movimentando-se, ao longo da emissão, por diferentes espaços. Nesta emissão, a ausência de um espaço específico destinado aos assistentes de palco/dançarinos torna-se ainda mais evidente, tendo em vista que muitos dos integrantes da plateia vestem roupas brancas, mesma cor utilizada pelos participantes fixos: por vezes, não se consegue identificar se os sujeitos fazem parte do elenco fixo do programa, ou se são integrantes da plateia.

- **Tonalização:** a emissão em análise procura articular uma combinatória de tons comumente atribuídos à brasilidade e ao povo brasileiro: *alegria, descontração, humor, criatividade, festividade, união, aproximação, amorosidade, compreensão, diversidade, emoção, entusiasmo, receptividade, hospitalidade, preocupação.*

Essa combinatória tonal se expressa tanto pela composição do cenário e dos figurinos utilizados pelos participantes fixos (apresentadora/conduzora, dançarinos e assistentes de palco), que aludem à festa de final de ano, à alegria, como por meio das piadas, da dança e da música, que ditam o **ritmo** conferido ao texto televisual – percebe-se uma evidente tentativa em aproximar os diferentes ritmos referenciados pela emissão, a exemplo do samba, do arrocha, do *funk*, da MPB, especialmente através da apresentação de integrantes da plateia, que dançam suas músicas preferidas no palco do **Esquenta!**, como forma de demonstrar que o programa abre espaço para todo e qualquer gênero, pois todos eles auxiliam no processo de composição da brasilidade.

- Relações intertextuais de caráter sintagmático

A emissão do **Esquenta!** em análise resgata e dialoga de distintas maneiras com diferentes produtos veiculados pela RGT: alguns produtos são recuperados através da presença física, no palco do **Esquenta!**, de atores da emissora que deles participam, a exemplo dos humoristas Marcelo Adnet e Marcius Melhem, que integravam o elenco do programa **Tá no ar**, exibido pela emissora por temporada, e da atriz Bruna Marquezine que, no contexto de veiculação da emissão não atuava em nenhum papel, mas faz parte do elenco de atores da emissora.

Nesta emissão, o **Esquenta!** recupera também, via apresentação de imagens, fragmentos das telenovelas **Mulheres apaixonadas** (2003) e **Salve Jorge** (2013), do quadro *Dança dos famosos*, exibido em 2012 e 2013, pelo **Domingão do Faustão**, do programa **Tá no ar** (2013 e da nova temporada), do programa **Esquenta!**, em sua primeira temporada (02.01.2011).

6.5.5.1.5 Observações gerais sobre a emissão de 01.03.2015

A emissão em análise, exibida no horário das 13h, estruturada em 3 blocos, com duração aproximada de 1h05min, gira em torno da comemoração de aniversário da apresentadora/conduzora Regina Casé, configurando o palco do **Esquenta!** como um ambiente de festa, declaração de afeto e carinho, atração e muita música. Além dessa temática, central na emissão, destaca-se a permanente referência à vida pessoal e profissional da apresentadora, com ênfase, principalmente, nos trabalhos direcionados às classes mais populares.

Estão presentes, como convidados eventuais, os compositores/cantores de MPB Caetano, Tom e Moreno Veloso, Jorge Aragão, Jorge Ben Jor, Fernanda Abreu, Alcione, Evandro Mesquita; os *funkeiros* Ludimila e MC Marcinho; a cantora de *tecnobrega* Gaby Amarantos; o sanfoneiro Targino Gondim – que se unem aos participantes fixos da roda de samba, Arlindo Cruz, Leandro Sapucahy, Péricles, Xande de Pilares, Mumuzinho e Pedrinho da Serrinha. A emissão conta ainda com a presença de convidados fixos: o colaborador Alê Youssef; o humorista Luis Lobianco; a comentarista Luane Dias; a estudante Nathália Rodrigues; o assistente de palco Douglas Silva. Fazendo parte do elenco de convidados eventuais, estão as atrizes Leandra Leal, Juliana Alves, Fernanda Montenegro e Carolina Dieckmann, acompanhada

do filho José, afilhado de Regina Casé; os atores Darlan, Cauã Reymond, Hamilton Vaz Pereira, Prefeito Fortuna, Luiz Miranda, Lima Duarte, Luiz Carlos Vasconcelos e Stenio Garcia, acompanhado da esposa Mari Saade; o humorista Hélio Dela Peña; o fotógrafo e maquiador Fernando Torquatto; o surfista Pedro Scooby; a jornalista Glória Maria e o jornalista Bruno Astuto; o marido de Regina Casé, Estevão Ciavatta; os filhos de Regina Casé, Benedita e Roque; as irmãs de Regina Casé, Patrícia e Virgínia Casé; as diretoras Ana Muylaert e Sandra Kogut; Eliane, esposa de Mano Brown, e seus filhos, Jorge Dias e Domênica Dias; o DJ Marlboro; o produtor cultural e ativista social, Celso Athayde; o fundador do Ilê Aiyê, Vovô do Nê; Antônio Isaías Barbosa, ex guia mirim do cajuzeiro; o professor de surf João Carlos Fera, acompanhado dos filhos Davi e Juju. Destaca-se, ainda, a presença de integrantes da Escola de Samba Mocidade Independente de Padre Miguel, de dançarinos do Viaduto de Madureira, da Irmandade de São Benedito, participantes das Igrejas de São Roque e São Cristóvão.

O clima festivo e bastante familiar é reiterado ao longo de toda a emissão, seja pela forma de tratamento adotada pela apresentadora/conduzora quando se dirige aos convidados, com muita naturalidade e espontaneidade – ela beija e abraça os convidados, conta histórias sobre suas vidas, como quando falou sobre a composição de Caetano Veloso em sua homenagem, e beijou o cantor, com um selinho –; seja pela proximidade que demonstra para com os sujeitos participantes, afinal, todos os presentes possuem relação de proximidade com a apresentadora: são familiares, amigos, colegas de vida e profissão.

A emissão inicia com a entrada da apresentadora no palco do programa; quando as luzes são acesas, os convidados anunciam a surpresa. É a jornalista Glória Maria quem contextualiza e explica a dinâmica da emissão: *“Você já percebeu que hoje, aqui, tudo é uma surpresa pra você, né?! Regina, durante todo o programa, os convidados vão te entregar presentes, e eu resolvi trazer o primeiro. É de RC para RC”*. Trata-se de um DVD com cenas do **Especial Roberto Carlos**, de 1993, do qual Regina Casé participou como fã do cantor, e de uma mensagem, atual, gravada com a intenção de desejar felicidade. As imagens, exibidas em telão, foram assistidas pelo público presente e pelo telespectador. Roberto Carlos finaliza a mensagem com o início da música *Emoções*, cantada, em sua totalidade, por Alcione, presente no palco do programa.

A emissão, bastante emocionante e nostálgica, recorre a diferentes sujeitos que declaram seu carinho à apresentadora, seja através de presentes, seja através de relatos, que contam um pouco da história de vida e trabalho de Regina Casé, a exemplo do ator Cauã Reymond, ex-

assistente de direção de Regina Casé, do diretor Fernando Meirelles, que gravou uma mensagem para a apresentadora, contando um pouco sobre a forma como se conheceram, através de Guel Arraes, e começaram uma trajetória de trabalho conjunta. Meirelles destaca a história sugerida por Regina Casé, que deu origem a um dos episódios da série **Cidade dos homens** (2002), e a paixão dos dois por árvores, visível através do programa **Um pé de que** (2004).

Os atores Evandro Mesquita e Hamilton Vaz Pereira presenteiam Regina Casé com uma grande caixa, de dentro da qual sai Prefeito Fortuna, trazendo um trombone, em alusão ao grupo de teatro **Asdrúbal trouxe o trombone**, fundado por eles na década de 70. A apresentadora ganha, ainda, o cartaz original da peça *Trate-me leão*, do mesmo grupo. O cantor Caetano Veloso canta a música *Rapte-me camaleoa*, cuja composição foi feita em homenagem à personagem de Regina Casé na referida peça.

A atriz Fernanda Montenegro entrega à Regina Casé o prêmio Sundance de melhor atriz, por sua atuação no filme **Que horas ela volta?** (2015), com a participação da diretora do filme, Ana Muylaert, que contou que a categoria melhor atriz, na premiação, foi criada justamente para premiar Regina Casé, uma vez que, até então, não havia essa premiação específica. São exibidas imagens de outras produções que contaram com a atuação de Regina Casé: **Tudo bem** (1978), **O cinema falado** (1986), **Cambalacho** (1986), **TV pirata** (1988), **Made in China** (2014), **Eu, tu, eles** (2000).

Ao serem exibidas imagens do filme **Eu, tu, eles**, os atores Lima Duarte, Stênio Garcia e Luiz Carlos Vasconcelos, que participaram da produção, adentram no palco do programa, e dançam ao som do sanfoneiro Targino, que canta a música *Esperando na janela*. O ator Lima Duarte menciona, ainda, o filme **Os sete gatinhos** (1980), no qual Regina Casé interpretava uma de suas filhas.

O marido da apresentadora, Estevão Ciavatta, entrega uma medalha de Nossa Senhora de Lourdes, como forma de agradecimento pelas orações e preces durante sua recuperação, no acidente que quase o deixou tetraplégico. Uma das promessas, cumpridas pelo casal, foi feita pelo escritor Paulo Coelho que, juntamente com a esposa Christina Oiticica, mandou uma mensagem em vídeo à apresentadora. Jorge Benjor adentra o palco do programa e canta a música *Jorge da Capadócia*.

Leandro Sapucahy convida Jorge Aragão, também aniversariante, para cantarem juntos a música *Eu e você sempre*. Fernanda Abreu canta a música *Rio 40 graus*, acompanhada pelos

dançarinos do Viaduto de Madureira, um dos mais antigos bailes do rio de Janeiro, e o maior baile charme do Brasil.

Mumuzinho agradece o incentivo e apoio da apresentadora, que ajudou a impulsionar a carreira musical de muitos artistas, que aproveitaram a oportunidade para agradecer também: Ludimila, Leandro Sapucahy, DJ Marlboro, Gaby Amarantos.

Aliás, Gaby Amarantos exemplificou, através de sua presença, a diversidade musical e cultural do **Esquentar!:** *“Uma vez uma pessoa falou pra mim: ah, o Esquentar! é muito Rio de Janeiro, é muito samba. Aí eu falei: então você não assiste o Esquentar!, por que eu sou lá de Belém do Pará, do norte, eu vejo o Esquentar!. O nordeste está no Esquentar!. O sul. O mundo inteiro tá no Esquentar!”*. DJ Marlboro reforçou a fala de Gaby: *“Acho que quem melhor promove a igualdade social através da música, da cultura, chama-se Regina Casé”*.

Nesse contexto, são exibidas imagens de emissões de diferentes programas e quadros apresentados por Regina Casé: do programa **Central da periferia** (2006), com os grupos musicais Turma do pagode e Exaltasamba, com a cantora Gaby Amarantos e com o cantor Criolo Doido; do quadro *Na geral* (1994), do **Fantástico**; do **Programa Legal** (1991), com a presença de Daniela Mercury.

Bruno Astuto, jornalista responsável pela cobertura, em tempo real, de tudo o que acontecia no palco do programa, falando em nome (através do celular) de Regina Casé, também homenageou a apresentadora, presenteando-a com um colar feito por uma comunidade no sul de Marrocos. Além do presente, trouxe uma série de depoimentos de diferentes personagens do mundo da moda: Mário Testino, empresário visual; Glória Kalil, consultora de moda; Giovanni Bianco, diretor criativo do estúdio GB65.

A apresentadora/conduzora comenta a presença dos filhos de Caetano Veloso, Tom e Moreno, manda um beijo para Zeca Veloso, e pede uma música à banda Tônica, de Tom Veloso.

Eliane, esposa de Mano Brown, e seus filhos, Jorge Dias e Domênica Dias, também homenagearam e agradeceram Regina Casé, pelo trabalho que ela vem desempenhando junto das comunidades periféricas. Mano Brown, que não pode estar presente, enviou seu recado por áudio.

Arlindo Cruz chama a Irmandade de São Benedito, para acompanhar a música *Sorriso negro*, de Dona Ivone Lara.

Celso Athayde, produtor cultural e ativista social, com grande atuação nas favelas e periferias brasileiras, contou como ele conheceu Regina Casé, no ano de 1994, quando ela

participou do filme **Lá e cá**, dirigido por Sandra Kogut, também presente na emissão. Celso fala sobre a parceria, formada por influência da apresentadora, com o baiano Pita, que trouxe um trabalho artesanal representando o *coração da rainha*, para presentear Regina Casé. Vovô do Nê, fundador do Ilê Aiyê, presente no palco do **Esquentá!**, faz uma homenagem em vídeo, e comenta nunca ter visto *tanto negão na televisão*.

A atriz Carolina Dieckmann presta uma homenagem à apresentadora, madrinha de seu filho José, através de um vídeo com depoimentos de Zeca Pagodinho, intercalado por imagens de uma das emissões do programa **Brasil Legal** (1995), de Gilberto Gil e de Ivete Sangalo, que agradece à apresentadora com a música *Muito obrigado Axé*, cantada, em sua totalidade, no palco do programa, por Gaby Amarantos.

Boni também deixa um recado, através de vídeo, à Regina Casé, dando destaque à espontaneidade da apresentadora, característica que, segundo ele, encanta e permite a comunicação e a identificação com o público.

Antônio Isaías Barbosa, conhecido como Tom do cajueiro através do **Brasil Legal** (1995), quando desempenhava a função de guia mirim, homenageou Regina Casé, “*que mistura ritmos, pessoas, histórias e sonhos. Regina Casé, ela que faz o nosso Brasil muito mais legal. Viva Regina Casé e os personagens que ela descobriu*”. O palco recebeu também, de Fortaleza, o professor de *surf* João Carlos Fera, acompanhado dos filhos Davi e Juju. A história do Fera foi contada, pela apresentadora, por ocasião do programa **Minha periferia**, de 2006.

Regina Casé explica seu principal objetivo enquanto apresentadora: “*Em todos os trabalhos que eu fiz na TV, no Programa legal, Brasil legal, Central da periferia, Minha periferia, na Geral, o Esquentá, eu sempre quis trazer gente que nunca aparecia na televisão, e que eu só confirmei o que o Caetano sempre disse: que gente é pra brilhar; não é pra morrer de fome*”.

Enquanto Caetano Veloso cantou a música *Gente*, foram exibidas imagens de Regina Casé em diferentes situações, com pessoas visivelmente pobres, em casas humildes, lugares precários, com pouca estrutura.

Patrícia e Virgínia Casé também estiveram no programa. Para homenagear a irmã, deram uma foto de presente, na qual as três, ainda pequenas, estão fantasiadas para o Carnaval. Além da foto, trouxeram um vídeo do pai, Geraldo Casé, e dos filhos, Benedita e Roque.

O fechamento da emissão se dá com a entrada do bolo, acompanhado por assistas de escolas de samba. Os convidados dançam ao som do *parabéns a você*, em ritmo de samba.

Do ponto de vista expressivo, a emissão estrutura-se a partir de rupturas, **fragmentos**, recortes, sobreposições, organizados de modo não-linear, mas que obedecem a uma coerência. A colagem desses fragmentos é articulada via processo de edição, que seleciona cenas, quadros, composições musicais em conformidade com os objetivos da emissão.

- **Análise intratextual**

- **Tematização**: a temática central da emissão é a comemoração de aniversário de Regina Casé. A vida pessoal e profissional da apresentadora, referenciada por praticamente todos os convidados, permite identificar a valorização de uma brasilidade, que se estende a todos os recantos do Brasil, manifesta por meio do contato e aproximação com pessoas simples, de classes econômicas mais baixas, com pouca (ou nenhuma) representatividade na grande mídia. O tema desdobra-se, assim, a partir dos seguintes traços, representativos da brasilidade, colocados em oposição: *alegria vs tristeza; união vs desunião; trabalho vs lazer; sucesso vs fracasso; afeto vs desafeto; amizade vs inimizade; inclusão vs exclusão; oportunidade vs inutilidade; respeito vs desrespeito; criatividade vs reiteração; saúde vs doença*.

A forma de expressão dessa brasilidade reúne alegria, descontração e nostalgia, em um clima emocionante e festivo; é a configuração mais ampla do povo brasileiro como alegre, feliz, festeiro, envolvente, cativante, receptivo, batalhador, guerreiro, que se diverte com os amigos, com a família, que brinda à vida, ao passado e ao futuro, que se orgulha do que fez, que se preocupa e se envolve com o próximo. O tema brasilidade é alargado através das inúmeras referências musicais e culturais, expressas pelo texto do programa.

Ao abordar o alargamento da noção de brasilidade como tema, a emissão procura ampliar o número de telespectadores interessados, como tem feito, desde a segunda temporada, de modo mais expressivo. Assim, embora a emissão, como um todo, tenha sido uma espécie de exaltação à apresentadora/conduzora do programa, muitos dos sujeitos, conhecidos e/ou anônimos, convocados pelo **Esquenta!**, possuem representatividade em diferentes universos – social, musical, artístico –, ampliando as possibilidades de identificação dos telespectadores.

- **Figurativização:** o tema é figurativizado pela presença de distintos sujeitos que personificam o entendimento da diversidade artística e cultural brasileira manifesta principalmente através da música. Para auxiliar na conformação da temática, a emissão conta com representantes de diferentes estilos musicais, numa proposta de programa eclético, voltado a todos os gostos e interesses: o *funk*, pela presença de diferentes MC's; o tecnobrega, pela presença de uma cantora bastante famosa; o samba, pela presença de compositores e cantores; a música popular brasileira pela presença de diferentes cantores e compositores bastante conhecidas no cenário musical. A emissão recorre, ainda, a depoimentos de familiares, amigos e conhecidos da apresentadora, cuja manifestação é perpassada por emoção, alegria, lágrimas, sorrisos e abraços, como forma de gratidão, reconhecimento e agradecimento.

Embora muitos dos participantes fixos e convidados eventuais da emissão sejam atores sociais bastante conhecidos, eles desempenham, no contexto temático da emissão, o papel de meros figurantes. Esse é o caso de alguns músicos e compositores; dos comentaristas; dos assistentes de palco; de atores e atrizes.

Os verdadeiros protagonistas da emissão são aqueles que participam diretamente da abordagem do tema, a exemplo de alguns compositores e cantores, de diferentes gêneros musicais, de algumas atrizes e atores, de alguns familiares e de pessoas desconhecidas e/ou anônimas, mas que possuem proximidade com a apresentadora.

De modo geral, os assistentes de palco e dançarinos só podem ser identificados através das roupas e função que desempenham: não são fantasias, mas apresentam certa padronização, como se fossem uniformes, destinados a grupos específicos – as crianças vestem um modelo/tipo de roupa, diferente daquela vestida pelos adultos, apesar de todas manterem, entre si, algum elemento que se repete, como a combinação entre as cores amarelo e rosa. Embora não se manifestem verbalmente, eles são os responsáveis por manter um tom *festivo, alegre e descontraído*, convocando os demais participantes a dançarem, tomarem parte nas coreografias, baterem palmas, cantarem, rirem, pularem.

Na plateia, identificam-se homens e mulheres, de distintas idades e classes sociais, o que se depreende pelas roupas e adereços utilizados e pela postura adotada: todos se divertem, mas enquanto uns são mais comedidos, outros rirem, dançam, gritam, cantam, batem palmas, assobiam, adotando um comportamento natural e espontâneo.

A participação da plateia, ainda que se restrinja a acompanhar o programa, com o comportamento antes descrito, nem por isso é menos relevante.

- **Actorialização:** os atores nomeados, participantes desta emissão, pertencem a dois grandes grupos: os atores sociais **conhecidos** e **famosos** (midiáticos), como é o caso da apresentadora/conduzora Regina Casé, dos responsáveis pela roda de samba, Arlindo Cruz, Leandro Sapucahy, Péricles, Xande de Pilares, Mumuzinho e Pedrinho da Serrinha, dos cantores e/ou compositores Caetano, Tom e Moreno Veloso, Jorge Aragão, Jorge Ben Jor, Fernanda Abreu, Alcione, Evandro Mesquita, Ludimila, MC Marcinho, Gaby Amarantos, Targino Gondim, do colaborador Alê Youssef, do humorista Luis Lobianco, da comentarista Luane Dias, da estudante Nathália Rodrigues, do assistente de palco Douglas Silva, das atrizes Leandra Leal, Juliana Alves, Fernanda Montenegro, Carolina Dieckmann e de seu filho José, dos atores Darlan, Cauã Reymond, Hamilton Vaz Pereira, Prefeito Fortuna, Luiz Miranda, Lima Duarte, Luiz Carlos Vasconcelos, Stenio Garcia e de sua esposa Mari Saade, do humorista Hélio Dela Peña, do fotógrafo e maquiador Fernando Torquatto, do surfista Pedro Scooby, da jornalista Glória Maria, do jornalista Bruno Astuto, de Estevão Ciavatta, dos filhos de Regina Casé, Benedita e Roque, das diretoras Ana Muylaert e Sandra Kogut, do DJ Marlboro; os atores sociais **desconhecidos** e até então **anônimos**, como é o caso das irmãs de Regina Casé, Patrícia e Virgínia Casé, da esposa de Mano Brown, Eliane, e seus filhos, Jorge Dias e Domênica Dias, do produtor cultural e ativista social, Celso Athayde, do fundador do Ilê Aiyê, Vovô do Nê, de Antônio Isaiás Barbosa, ex guia mirim do cajueiro, do professor de *surf* João Carlos Fera, e de seus filhos Davi e Juju.

Os quadros apresentados nesta emissão, em virtude da temática adotada, têm um caráter prioritariamente musical: abrem-se espaços para os convidados falarem sobre a relação com a apresentadora/conduzora; para os familiares dizerem sobre a trajetória pessoal e profissional de Regina Casé.

Ao longo de toda a emissão, a apresentadora/conduzora Regina Casé, protagonista principal, desempenha diferentes papéis: o de *narradora*, responsável pela contextualização da emissão do programa, explicando e dando informações aos participantes e ao telespectador acerca dos sujeitos e das situações por eles relatadas; o de *controladora*, responsável pelo direcionamento dos assuntos, no momento em que os participantes adentravam no palco, e pela atribuição de fala a cada um dos convidados (como no momento em que pede que os cantores

Caetano Veloso e Jorge Ben Jor cantem uma canção) – embora não detivesse totalmente o controle do andamento da emissão, uma vez que, constantemente, era surpreendida pelos convidados; o de *guia/participante*, decorrente de sua configuração enquanto homenageada, única pessoa que detinha o conhecimento acerca de todos que ali estavam e de tudo que estava sendo dito; o de *autopromotora indireta* da RGT, via *marketing* social, relacionado principalmente à questão social, do respeito às diferenças, da recusa ao preconceito, da valorização de toda e qualquer gente; o de *autopromotora direta* da RGT, via convite aos atores da emissora e referência a produtos da RGT, tais como **Especial Roberto Carlos** (1993), **Um pé de que** (2004), **Cambalacho** (1986), **TV pirata** (1988), **Central da periferia** (2006), **Programa Legal** (1991), **Brasil Legal** (1995), *Na geral* (1994) e *Minha periferia* (2006) – quadros do **Fantástico**.

Embora estejam presentes muitos atores sociais conhecidos e/ou desconhecidos, alguns deles ganham visivelmente protagonismo na emissão, tais como Caetano Veloso, Gaby Amarantos e Jorge Bem Jor.

Na emissão, a apresentadora/conduzora Regina Casé usa um figurino bastante chamativo: saia, cujo comprimento fica um pouco abaixo dos joelhos, e blusa de mangas curtas, com decote bastante acentuado, ambos na cor amarela, com detalhes em rosa e babados nas extremidades tanto da blusa, nas mangas, como da saia; sapato de salto alto amarelo; como acessórios, um colar comprido, um par de brincos medianos, em formato de argola, um anel e uma pulseira, bem discretos; unhas com esmalte rosa. O microfone é bastante brilhoso, contendo a inscrição *Esquenta*.

- **Temporalização**: a emissão movimenta-se criando o efeito de sentido de tempo presente: embora o programa seja gravado e editado, somente as imagens recuperadas de outros produtos (**Especial Roberto Carlos**, de 1993, **Um pé de que**, de 2004, **Cambalacho**, de 1986, **TV pirata**, de 1988, **Central da periferia**, de 2006, **Cidade dos homens**, de 2002, **Um pé de que**, de 2004, **Programa Legal**, de 1991, **Brasil Legal**, de 1995, quadros do **Fantástico** *Na geral*, de 1994, e *Minha periferia*, de 2006, filmes **Eu, tu, eles, Que horas ela volta?**, de 2015, **Cidade dos homens**, de 2002, **Made in China**, de 2014, **Tudo bem**, de 1978, **O cinema falado**, de 1986, a peça teatral *Trate-me leão*, do grupo **Asdrúbal trouxe o trombone**), bem como aquelas que contêm os depoimentos e homenagens feitos à apresentadora parecem anteriores a sua exibição.

Esse efeito de sentido de tempo presente é reforçado pelo próprio aniversário da apresentadora, ocorrido no dia 25 de fevereiro, dia de gravação da emissão, e pela comemoração de aniversário do cantor Jorge Aragão e da cidade do Rio de Janeiro, em 01 de março, dia de veiculação da emissão.

- **Espacialização:** a emissão, como as demais de inserção regular, no ano de 2015, movimenta-se prioritariamente no espaço representado pelo cenário do programa, dado a conhecer mediante a movimentação de câmeras, que permitem perceber a composição de um espaço central, no qual estão posicionados alguns dos participantes fixos e dos convidados, e das arquibancadas, que acomodam a plateia no entorno desse palco – composta, nesta emissão, por amigos, colegas e familiares da apresentadora/conduzora; em um nível mais acima, localizam-se os camarotes – que fica visível somente em algumas cenas aéreas (ver Figura 20 – Imagem aérea do cenário do programa, que permite visualizar a composição das arquibancadas, em primeiro plano, e do palco central, ao fundo).



Figura 20 – Imagem aérea do cenário do programa

Fonte: frame (captura de tela – *internet*)

O palco organiza-se de modo a contemplar a participação e movimentação ativa da maioria dos convidados, que ocupam duas fileiras de assentos, posicionados lado a lado, em suas extremidades laterais: tendo em vista o elevado número de sujeitos participantes, convidados que

recebem direito à voz, pelo menos em dado momento, torna-se impossível precisar os lugares ocupados, uma vez que, a cada nova canção, as pessoas mudam de lugar, assumindo novas posições nos assentos.

A emissão recorre, como elementos cenográficos e decorativos, à utilização de balões, características nas comemorações de aniversário, e de caixas de presente. Além disso, os telões no fundo do palco exibem balões, velas e laços e toques, como aqueles que enfeitam embalagens de presentes.

A emissão recorre, ainda, a outros espaços, via depoimentos gravados (em estúdio e/ou ambientes externos) e resgate de imagens de diferentes produtos apresentados, produzidos ou que contaram com a atuação de Regina Casé.

Como se pode ver, do ponto de vista expressivo, a configuração do espaço recorre ao **excesso**, ao exagero, impossibilitando, uma distinção precisa entre o palco e a arquibancada. Embora haja uma delimitação simbólica, os convidados, pela proximidade com a apresentadora/conduzora, transitam pelos diferentes espaços do estúdio, alguns deles alterando com certa frequência os lugares ocupados.

- **Tonalização:** a emissão em análise procura articular uma combinatória de tons comumente atribuídos à brasilidade, ao povo brasileiro, especialmente em festividades comemorativas, que brindam à vida: *alegria, descontração, humor, criatividade, festividade, união, diversidade, aproximação, amorosidade, compreensão, emoção, entusiasmo, receptividade, hospitalidade, preocupação, nostalgia* tanto em relação aos que já se foram, como por tudo aquilo que foi vivido e já passou – afinal, trata-se de um momento especial, repleto de afeto, de histórias compartilhadas.

Essa combinatória tonal se expressa tanto pela composição do cenário e dos figurinos utilizados pelos participantes fixos (apresentadora/conduzora, dançarinos e assistentes de palco), que aludem à festividade e à alegria da comemoração, como por meio dos relatos e homenagens, da dança e da música, que ditam o **ritmo** conferido ao texto televisual – percebe-se uma evidente tentativa em aproximar os diferentes ritmos referenciados pela emissão, bem como os distintos sujeitos que se manifestam mediante depoimentos, como forma de demonstrar que o programa abre espaço para todo e qualquer gênero musical, para todo e qualquer tipo de gente, pois todos eles auxiliam no processo de composição da brasilidade.

- Relações intertextuais de caráter sintagmático

A emissão do **Esquenta!** em análise resgata e dialoga de distintas maneiras com diferentes produtos veiculados pela RGT: alguns produtos são recuperados através da presença física, no palco do **Esquenta!**, de atores da emissora que deles participam, a exemplo das atrizes Leandra Leal, Juliana Alves, Fernanda Montenegro e Carolina Dieckmann; dos atores Darlan, Cauã Reymond, Luiz Miranda, Lima Duarte, Luiz Carlos Vasconcelos e Stenio Garcia; do humorista Hélio Dela Peña; da jornalista Glória Maria – apesar de, nesta emissão, não ter havido referência aos papéis por eles desempenhados, o fato de pertencerem ao elenco fixo da emissora confere prestígio à RGT.

Nesta emissão, o **Esquenta!** recupera também, via apresentação de imagens, fragmentos de emissões de distintos produtos, veiculados e/ou produzidos pela RGT, tais como **Especial Roberto Carlos** (1993), **Cidade dos homens** (2002), **Um pé de que** (2004 – exibido pela TV Futura, que faz parte do Grupo Globo), **Cambalacho** (1986), **TV pirata** (1988), **Central da periferia** (2006), **Programa Legal** (1991), **Brasil Legal** (1995), quadros *Na geral* (1994) e *Minha periferia* (2006), ambos do **Fantástico**.

6.5.5.1.6 Observações gerais sobre a emissão de 01.11.2015

A emissão em análise, exibida no horário das 13h, estruturada em 3 blocos, com duração aproximada de 1h20min, gira em torno do cotidiano de pessoas envolvidas com o tratamento do câncer – pacientes, familiares, médicos. Além dessa temática, central na emissão, destaca-se a permanente referência à música e ao samba como elementos capazes de auxiliar no processo de recuperação dos pacientes.

Estão presentes, no palco do programa, em estúdio, os compositores/cantores da roda de samba, Arlindo Cruz, Leandro Sapucahy, Péricles, Xande de Pilares, Mumuzinho. A emissão conta ainda com a presença de convidados fixos: a comentarista Luane Dias e o assistente de palco Douglas Silva. Fazendo parte do elenco de convidados eventuais, estão Ludmila, Pedro e Juliana.

No Centro Infantil Boldrini, referência em termos de tratamento do câncer infantil na América Latina, estão presentes, além dos integrantes da roda de samba, o compositor/cantor

Pinha, ex-Exaltasamba. A emissão conta ainda com a presença de pessoas comuns, pacientes, ex-pacientes, familiares, médicos envolvidos com o tratamento. Dentre eles, ganham destaque Renan, Luca, Taís Lobato de Souza, Thaline Pádua, ex-pacientes do Centro Boldrini; Guilherme, paciente, em tratamento; doutor Amilcar Cardoso de Azevedo, médico dermatologista; doutora Silvia Brandalise, presidente e fundadora do Hospital Boldrini; André, primeiro paciente com câncer a ser atendido pela doutora Silvia, quando ele tinha cinco anos.

O clima festivo e de muita proximidade é reiterado ao longo de toda a emissão, principalmente através da música e das conversas/entrevistas realizadas pela apresentadora/conduutora, cuja tentativa envolve uma abordagem do tema permeada por naturalidade, reduzindo assim a carga de sofrimento geralmente associado à doença. No entanto, em vários momentos, a apresentadora/conduutora demonstra emoção e pesar, especialmente durante a exibição das cenas gravadas no Centro, quando relata, no palco do programa, a experiência por ela vivenciada.

A emissão inicia com a explicação da apresentadora/conduutora acerca da dinâmica adotada: *“Hoje o programa vai ser completamente diferente de todos os Esquentas que você viu nesses cinco anos. Por que hoje a gente tá realizando um sonho que a gente tem desde o primeiro Esquentas. A gente falou assim: puxa, a gente tem que levar o Esquentas pra essa gente toda que ama o programa, ama a nossa roda de samba, mas que não pode vir aqui, porque tá num lugar que não dá pra sair, por exemplo, gente que tá em tratamento, num hospital”*.

A emissão, bastante emocionante, recorre a diferentes sujeitos que vivenciam, diariamente, os medos e inseguranças de uma doença tão agressiva como o câncer: pacientes, ex-pacientes, familiares de pacientes, voluntários, médicos. Ao longo de toda a emissão, são intercaladas imagens gravadas no Centro Boldrini e aquelas do próprio cenário do programa, em estúdio, onde são exibidas, ao público presente, as entrevistas. Em alguns casos, as músicas tocadas no Centro Boldrini, pela roda de samba, eram finalizadas no palco do programa, através da edição de imagens, relacionando os dois espaços e os diferentes momentos de construção do texto da emissão.

As entrevistas realizadas no Centro Infantil Boldrini, localizado em Campinas, estado de São Paulo, permitiram compreender a perspectiva de diferentes sujeitos envolvidos com a doença: os ex-pacientes, a exemplo de Renan e Luca, que viveram a experiência da doença ainda na infância, de Taíse e Taline, cujo tipo de câncer resultou na amputação de uma das pernas,

tornando mais delicado o processo de aceitação e ingresso à vida adulta; os pacientes, a exemplo de Guilherme, menino batalhador que vem enfrentando a impossibilidade de caminhar, devido a sequelas originadas na cirurgia de remoção do tumor; os familiares, a exemplo da mãe de Renan, que contou sobre o processo de aceitação, sobre a dificuldade com o tratamento, especialmente a perda dos cabelos, sobre a importância do apoio e incentivo de amigos e familiares, e do pai de Luca, que falou da importância de ajudar através da doação de plaquetas; os médicos, a exemplo do doutor Amilcar Cardoso de Azevedo, que explicou sobre a decisão de contar ou não para a criança a gravidade da doença; a idealizadora e fundadora do Centro Boldrini, Sílvia Brandalise, que há mais de quarenta anos vem desenvolvendo um trabalho voltado ao atendimento de crianças com câncer.

André, primeiro paciente atendido pela doutora Silvia, é um dos principais responsáveis por todo o trabalho que vem sendo realizado. Quando tinha cinco anos, recebeu o diagnóstico de câncer e pediu que a doutora Silvia acompanhasse seu tratamento; naquela época, Silvia não tinha interesse na área de oncologia, mas acabou cedendo ao pedido do menino, dando início à especialização que mais tarde resultaria em um dos maiores complexos de tratamento do câncer infantil da América Latina.

No palco do programa, Regina Casé recebeu o menino Pedro, acompanhado da mãe, Ludimila, e da irmã, Maria Eduarda. Pedro foi diagnosticado com leucemia aos três anos, tendo sido tratado em São Paulo (em outra clínica). Por ser um tipo muito raro de leucemia, tratável apenas com transplante, havia urgência em encontrar um doador compatível – essa, aliás, é uma das maiores dificuldades, segundo relatos, tendo em vista o baixo percentual de pessoas que se disponibilizam a doar. No caso de Pedro, a própria irmã, Maria Eduarda, foi a doadora, com compatibilidade total.

Durante a conversa, foram exibidas imagens de uma campanha idealizada e divulgada por Ludimila e seu marido, que visa alertar sobre a importância e necessidade de as pessoas se mobilizarem no sentido da doação de medula óssea. A campanha consiste ainda em uma caminhada, objetivando a conscientização da população a respeito do câncer infantil, através de momentos de reunião e alegria.

Ao longo de toda a emissão são exibidos endereços eletrônicos que possibilitam o envolvimento e participação social – saudecrianca.org.br e boldrini.org.br –, bem como o

#esquenta, fixado no canto superior esquerdo, como forma de convocação do público telespectador.

O fechamento da emissão se dá com a música *Tá escrito*, entoada pela roda de samba, no palco do programa, após as palavras de Regina Casé: “*O Centro Infantil Boldrini, para o tratamento do câncer infantil, não é um mundo paralelo, ou uma outra realidade. É um Brasil que existe e que a gente viu que é possível. O Esquenta quer que o resto do país aprenda com todo mundo de lá a encontrar uma saída onde parece que só pode existir dor, só pode existir problema. Eu quero mandar um beijo bem grande pra todo mundo que recebeu a gente tão bem lá no Centro Boldrini, pra todos os pacientes, os pais dessas crianças, todos guerreiros, pros médicos, enfermeiros, educadores, voluntários, pra todos (...) E não esqueça que novembro é o mês da conscientização e da luta contra o câncer infantil. Participe!*”. Durante a música, são exibidas imagens do Centro Boldrini, em um clima de alegria e festa.

Do ponto de vista expressivo, a emissão estrutura-se a partir de rupturas, **fragmentos**, recortes, sobreposições, organizados de modo não-linear, mas que obedecem a uma coerência. A colagem desses fragmentos é articulada via processo de edição, que seleciona cenas, entrevistas, composições musicais em conformidade com os objetivos da emissão.

- **Análise intratextual**

- **Tematização:** a temática central da emissão é cotidiano de pessoas envolvidas com o câncer – pacientes, familiares, médicos, voluntários –, com ênfase nas crianças, que passam parte de sua vida internadas para tratamento. A emissão pretende conscientizar a população a respeito da necessidade em ajudar, seja através de doação de medula, seja através de recursos financeiros, seja através de trabalhos voluntários. O tema desdobra-se, assim, a partir dos seguintes traços, representativos da luta diária dessas pessoas, colocados em oposição: *alegria vs tristeza; vida vs morte; saúde vs doença; união vs desunião; afeto vs desafeto; auxílio vs descaso; superação vs conformismo; esperança vs desesperança; prazer vs dor; aceitação vs recusa; recomeço vs término; amor vs ódio; felicidade vs tristeza; confiança vs desconfiança; proteção vs desamparo.*

A forma de expressão da luta contra a doença reúne descontração, superação, esperança e muita emoção, em um clima alegre e festivo; é a configuração da pessoa doente como alegre, feliz, cativante, receptiva, guerreira, lutadora, que não desiste de estar bonita, de estar com a família e com os amigos, que não desiste da vida e dos bons momentos de alegria e diversão – e a

música e a dança, nesse contexto, ilustram esses sentimentos de felicidades, expressos ao longo de toda a emissão.

Ao abordar o cotidiano de crianças com câncer como tema, a emissão procura ampliar o número de telespectadores envolvidos e engajados com esse assunto, mesmo que não possuam nenhum caso de doença na família, conscientizando e mobilizando o povo brasileiro em torno de ações que podem ser realizadas, a exemplo do trabalho voluntário, da doação de medula – e, em casos com poder aquisitivo maior, do próprio auxílio financeiro.

- **Figurativização:** o tema é figurativizado pela presença de distintos sujeitos que convivem e/ou conviveram de maneira próxima com a doença. Para auxiliar na conformação da temática, a emissão visita um centro de tratamento oncológico, que atende crianças do Brasil inteiro, o Centro Infantil Boldrini: a apresentadora conversa com crianças, jovens e adultos tratados nesse centro, bem como com profissionais dedicados à recuperação dessas crianças. A emissão recorre, ainda, ao depoimento de uma mãe que obteve o diagnóstico de doença do filho, quando ele tinha apenas três anos de idade, e viu em sua outra filha, com seis anos, a possibilidade de recuperação e cura, através de transplante de medula óssea. Desde a doença do filho, hoje com seis anos, a família tem se dedicado a ajudar outras pessoas que enfrentam o câncer, através de ações de mobilização e conscientização coletiva e social.

Os verdadeiros protagonistas da emissão são aqueles que participam diretamente da abordagem do tema, a exemplo da doutora Silvia, fundadora do Centro Boldrini, dos pacientes e ex-pacientes, dos pais e médicos, cujo envolvimento com a doença permite a construção de diferentes lugares de fala, todos, porém, construídos a partir da experiência.

De modo geral, os assistentes de palco e dançarinos só podem ser identificados através das roupas e função que desempenham: as crianças vestem um modelo/tipo de roupa semelhante a uma fantasia – quando abrem os braços, as mangas parecem com asas, como uma borboleta –; os homens vestem roupas iguais – são bermudas e camisetas, com estampa bastante colorida –, enquanto as mulheres, adotam figurinos distintos uns dos outros – algumas usam vestidos, outras uma espécie de maiô, todos, contudo, são bastante vibrantes e coloridos. Embora não se manifestem verbalmente, eles são os responsáveis por manter um tom *festivo, alegre e descontraído*, convocando os sujeitos da plateia a baterem palmas, cantarem.

Na plateia, identificam-se homens e mulheres, a maioria jovens, de classes sociais mais baixas, o que se depreende pelas roupas e adereços utilizados e pela postura adotada: alguns choram, durante a exibição das imagens gravadas no Centro Boldrini, demonstrando o sentimento de dor com o relato dos pacientes.

Em virtude da temática e da forma de estruturação adotada pela emissão, a plateia acabou não tendo tanto destaque no texto do programa, no entanto, nem por isso é menos relevante.

- **Actorialização:** os atores nomeados, participantes desta emissão, pertencem a dois grandes grupos: os atores sociais **conhecidos** e **famosos** (midiáticos), como é o caso da apresentadora/conduzora Regina Casé, dos responsáveis pela roda de samba, Arlindo Cruz, Leandro Sapucahy, Péricles, Xande de Pilares, Mumuzinho – Pinha, Luane Dias e Douglas Silva não foram nomeados, mas estavam presentes; os atores sociais **desconhecidos** e até então **anônimos**, como é o caso de Ludmila, Pedro e Juliana, família responsável pela divulgação de uma campanha de conscientização a respeito da doação de medula óssea, dos ex-pacientes do Centro Boldrini, Renan, Luca, Taís Lobato de Souza e Thaline Pádua, do paciente Guilherme, do médico Amilcar Cardoso de Azevedo, da fundadora do Centro Boldrini, Silvia Brandalise, do primeiro paciente tratado pela doutora Silvia, André.

Os quadros apresentados nesta emissão, em virtude da temática adotada, versam em torno de entrevistas e apresentações musicais: tanto no palco do programa, como no Centro Boldrini, Regina Casé entrevista diferentes sujeitos – pacientes, ex-pacientes, médicos, pais –, cuja exibição é intercalada por pedidos de músicas, feitos à roda de samba.

Ao longo de toda a emissão, a apresentadora/conduzora Regina Casé, protagonista principal, desempenha diferentes papéis: o de *narradora*, responsável pela contextualização da emissão do programa, explicando e dando informações aos participantes e ao telespectador acerca da doença; o de *controladora*, responsável pelo direcionamento dos assuntos, e pela atribuição de fala a cada um dos entrevistados; o de *guia/participante*, decorrente de sua configuração enquanto sujeito responsável pelas perguntas feitas aos entrevistados, a partir de questionamentos que ilustram suas próprias curiosidades; o de *autopromotora indireta* da RGT, via *marketing* social, relacionado à questão do câncer infantil, doença responsável pelo maior número de morte de crianças no Brasil.

Na emissão, a apresentadora/conduutora Regina Casé usa um figurino bastante sóbrio: terninho, composto por calça e blazer de mangas longas, em tecido branco; blusa camisa com estampa em fundo branco, com detalhes em azul marinho, também bastante discreta; sapato com salto mediano, aberto, na cor branca; como acessórios, um colar comprido, de pérolas, um par de brincos medianos e anéis bastante discretos; unhas com esmalte transparente. O microfone, seguindo o estilo da roupa da apresentadora/conduutora, é bem simples, sem detalhes, na cor prata.

- **Temporalização:** a emissão movimenta-se criando o efeito de sentido de tempo presente: embora o programa seja gravado e editado, somente as imagens gravadas no Centro Boldrini parecem anteriores à sua exibição.

Esse efeito de sentido de tempo presente é reforçado pela referência ao início do novembro dourado, dedicado a alertar sobre a importância do diagnóstico precoce do câncer, bem como à caminhada pela conscientização a respeito do câncer infantil, a ser realizada no dia 08 de novembro, domingo posterior ao da exibição da emissão.

- **Espacialização:** a emissão, diferentemente de todas as outras, desde o início do programa **Esquenta!**, movimenta-se em dois espaços: o cenário do programa, em estúdio, nas dependências do PROJAC, e o próprio Centro Infantil Boldrini, localizado na cidade de Campinas, estado de São Paulo.

O cenário do programa é dado a conhecer mediante a movimentação de câmeras, que permitem perceber a composição de um palco central, para o qual são convocados os cantores da roda de samba, a apresentadora/conduutora e a família convidada a prestar seu depoimento a respeito da doença do filho, e das arquibancadas, que acomodam a plateia no entorno desse palco (ver Figura 21 – Cenário do programa, que permite perceber o palco central, ocupado pela roda de samba, as arquibancadas, que acomodam a plateia, e o telão de fundo, com desenhos coloridos feitos por mãos).



Figura 21 – Cenário do programa
Fonte: frame (captura de tela – internet)

Percebe-se, ainda, a reserva de um espaço, na lateral do palco central, destinado aos integrantes da roda de samba e demais participantes fixos presentes na emissão, quando não estão recebendo voz.

O cenário do Centro Boldrini também é dado a conhecer mediante a movimentação de câmeras, que permitem perceber a tentativa de reserva de um espaço, no centro de um saguão, à roda de samba, que permitisse a movimentação do público presente – pacientes, ex-pacientes, médicos, pais, voluntários, pessoal da limpeza, enfermeiros – no entorno da roda de samba (ver Figura 22 – Roda de samba no Centro Boldrini, que permite perceber o espaço ocupado pela roda de samba, pela apresentadora/conduzora, à frente dos músicos, e pelo público presente, localizados no entorno da roda de samba).



Figura 22 – Roda de samba no Centro Boldrini

Fonte: frame (captura de tela – internet)

Além desse espaço, a emissão recorreu a outros tantos, para as entrevistas, com o intuito de tornar mais reservada e próxima a conversa: estúdio de fisioterapia, sala de brincar, pátio (externo), entre outros.

A emissão recorre, como elementos cenográficos e decorativos, à utilização de imagens no fundo do telão central que aludem às crianças, a exemplo de uma composição colorida pintada com mãos. No Centro, a decoração, as cores e os brinquedos, voltados às crianças, estabelecem a relação de proximidade com o público infantil.

Percebe-se, ainda, a recorrência a outros espaços, via exibição de imagens da campanha divulgada pela família do Pedro, para incentivar a doação de medula óssea.

- **Tonalização:** a emissão em análise, embora trate de um tema que em princípio remete à *tristeza, sofrimento, dor, melancolia*, procura conferir um tom de *esperança, naturalidade, leveza, festividade, descontração* e até mesmo *alegria*. Há uma visível substituição do tom *mórbido*, que habitualmente envolve qualquer doença grave, por um tom de *vitória e superação*.

Essa combinatória tonal se expressa tanto pela composição do cenário no próprio Centro Boldrini, cheio de cores, de elementos decorativos, de pessoas visivelmente alegres e felizes, como pela valorização da vida, da esperança, das boas energias, da superação, através da música e da dança, que ditam o **ritmo** conferido ao texto televisual.

- Relações intertextuais de caráter sintagmático

A emissão do **Esquenta!** em análise, em virtude da temática adotada, recupera e dialoga somente com o próprio programa **Esquenta!**, a partir de menção realizada pela apresentadora/conduzora ao explicar a proposta de deslocar parte do programa para o interior de um centro de tratamento infantil.

6.5.5.2 Apontamentos sobre a inserção regular

Apesar de os índices de audiência relativos à fase de inserção regular na programação indicarem uma boa aceitação por parte do público telespectador, o programa vem sofrendo inúmeras críticas, havendo sido acusado, pelo jornalista negro Marcos Sacramento, de ser o mais racista da televisão brasileira⁸³, pois, segundo ele, constrói-se a partir de estereótipos que subjagam os negros, colocando-os em situações depreciativas que tendem a reforçar o racismo e o preconceito. Para o jornalista, o programa **Esquenta!** reforça a opressão sofrida, diariamente, por pessoas negras e pobres, que devem se conformar com o lugar que lhes é destinado na sociedade.

Desde sua inserção na grade fixa de programação, ocorrida em 28.04.2013, o **Esquenta!** obteve sua pior audiência no dia 13.04.2014, fechando com um média de 9 pontos. O maior índice de audiência, registro de 23 pontos na praça Rio de Janeiro⁸⁴, ocorreu na emissão do dia 27.04.2014, em homenagem ao dançarino do **Esquenta!** Douglas Rafael da Silva Pereira, o DG, morto no dia 23.04.2014 – nessa oportunidade, o programa ficou entre os cinco com maior audiência na emissora, na semana de 21 e 27 de abril de 2014.

A morte do dançarino DG visibilizou, mais uma vez, os problemas a serem enfrentados pelos moradores dos morros e favelas, especialmente no que concerne à ineficiência das UPP's e a consequente falta de segurança. De certa forma, a continuidade dessa violência faz com que a proposta inicial do programa perca o sentido. Além disso, as acusações feitas pela mãe do

⁸³ Publicado no **Diário do centro do mundo**, no dia 10.06.2013, versão digital. Disponível em: <http://goo.gl/nGk8iZ>. Último acesso em 06.01.2016, às 09h34min.

⁸⁴ As informações a respeito dos índices de audiência, nesse período, estão disponíveis em: <http://www.ibope.com.br/pt-br/conhecimento/TabelasMidia/audienciadetv/rj/Paginas/TOP-5-RIO-DE-JANEIRO--SEMANA-17.aspx>. Último acesso em 16.12.2015, às 14h32min.

dançarino à apresentadora/conduzora⁸⁵, embora os participantes fixos do programa tenham a ela declarado seu apoio, acabaram por fragilizar a relação entre Regina Casé e os moradores dessas comunidades.

As alterações que vêm sendo realizadas desde a inserção do programa na grade fixa de programação, no que diz respeito, principalmente, ao tipo de temática abordada, estão relacionadas, entre outras questões, com a manutenção da imagem positiva que a emissora deseja manter, afinal, a RGT não quer ver sua marca associada a traficantes e bandidos – comparação feita em inúmeras reportagens, que apresentaram o dançarino como criminoso.

A proposta de juntar e misturar continua também nesta fase, de inserção fixa, e, para isso, o programa segue investindo em artistas com estilos bastante variados. Percebe-se que o **Esquenta!**, desde sua inserção na grade regular de programação, observa o cronograma das principais festividades do país: nos meses de janeiro e fevereiro, o foco temático gira em torno do verão e do Carnaval, contando com a presença de representantes de escolas de samba, com a inserção da *piscina do Esquenta!* (remodelada, a cada ano), do churrasco na laje e do espaço do boteco; no mês de junho, as emissões são voltadas às comemorações juninas; em julho, especialmente no ano de 2015, com a estreia do *Esquentanejo*, ocorrida no dia 05, o foco temático e musical relaciona o estilo sertanejo, conferido por meio da presença de diferentes cantores e duplas sertanejas, convidados em cada emissão – a final do *Esquentanejo* ocorreu no dia 02.08.2015.

As emissões deram destaque à diversidade do povo brasileiro, especialmente no que concerne às manifestações artísticas e culturais, a exemplo da música e da dança. Além disso, recorrem a abordagens centradas tanto nas dificuldades enfrentadas pela população, quanto nas experiências de superação, especialmente através de relatos de pessoas comuns, que integram a plateia e/ou são convidadas – o enfoque nas profissões, proposto pelo quadro *Batendo o ponto*, ilustra bem essa intenção de dar voz ao sujeito comum, ao trabalhador assalariado, ao pai e à mãe de família. Algumas emissões deram mais destaque aos moradores das periferias, enquanto outras sequer mencionavam esses sujeitos – os assuntos eram tratados de modo mais generalizado, englobando a população brasileira de maneira geral.

⁸⁵ A mãe de Douglas Silva, em evento promovido pela Semana de Reflexões sobre Negritude, Gênero e Raça (SerNegra), ocorrido no dia 20.11.2014, em Brasília, afirmou que a produção do programa **Esquenta!**, na figura de Regina Casé, delimitou o que poderia ser dito por ela sobre a morte do filho. Para a mãe de DG, Regina Casé “é uma farsa, ela é uma artista. Ela é uma mentirosa” (disponível em: <https://goo.gl/bX1pXX>).

O programa, desse modo, constitui-se, ainda, como uma espécie de *marketing* social, mas passa a considerar questões mais abrangentes, que envolvem outros sujeitos, para além daqueles moradores dos morros e favelas. A manutenção de Regina Casé como apresentadora/conduzora indica a aceitação por parte do público telespectador⁸⁶, bem como dos sujeitos que compõem o programa – a exemplo dos dançarinos, assistentes de palco e dos cantores da roda de samba, justamente pelo fato de que todos eles possuem uma relação bastante próxima com a apresentadora.

O samba continuou figurando como o estilo preferencial, que dita o ritmo conferido ao programa, embora não haja mais a presença evidente daqueles que auxiliaram em seu processo de consolidação, a exemplo dos integrantes das escolas de samba: compositores, músicos, passistas, integrantes da velha guarda – com exceção das emissões que antecedem o Carnaval, que continuam conferindo destaque e prestígio a esses sujeitos. De modo geral, ao longo do ano, o que se identifica são algumas pessoas que possuem relevância no cenário musical, participando como convidados.

Foram mantidos os quadros de atrações musicais – único presente em todas as emissões –, de humor, de entrevistas, o *Calourão*, a *Biblioteca do Esquentado!*, embora nem todas as emissões contem com todos os quadros. Pode-se perceber um acréscimo bastante expressivo em torno dos quadros lançados, ao longo dos anos de 2014 e 2015, no entanto, além de não figurarem em todas as emissões, nem todos foram mantidos ao longo dos anos.

Pode-se perceber, por meio da análise, que o programa, também nesta fase, de inserção fixa na grade de programação, configura-se como uma forma de autopromoção tanto indireta da emissora, via *marketing* social, como direta, através da convocação, para participarem das emissões, de atores e atrizes que fazem parte de seu elenco fixo; da referência aos produtos por ela realizados e disponibilizados ao mercado televisual; da adoção de uma postura de empresa preocupada e comprometida com as mazelas sociais; da configuração de um engajamento sócio-político-cultural fundado na diversidade de vozes, na equidade e na participação coletiva. Percebe-se, contudo, uma maior preocupação em torno da abordagem dos temas, que passam a ser conduzidos por comentaristas que dominam as temáticas em questão, e que fornecem dados e

⁸⁶ Alguns *sites* divulgaram a possibilidade de a apresentadora/conduzora ser substituída, todavia, a RGT não confirmou essa informação, mantendo, até o presente momento, a escolha por Regina Casé.

informações relevantes à problematização e à discussão. A convocação do telespectador se dá também a partir da exibição da *#esquenta*, no canto superior esquerdo da tela.

O programa continua contando com a inserção de *merchandising* comercial, de marcas externas à televisão. De modo geral, há a participação da apresentadora/conduutora como porta-voz das marcas, que informa sobre as características dos produtos, formas de utilização, etc.

Ao longo das emissões, são articulados valores positivos referentes ao trabalho, ao lazer, à educação, à inclusão social, às relações familiares, à superação, à aceitação das diferenças, à coletividade, à solidariedade expressos pela combinatória tonal de *alegria, descontração, humor, festividade, união, diversidade, valorização da experiência, emoção, entusiasmo, naturalidade, leveza, simplicidade, criatividade, aproximação, receptividade, hospitalidade, preocupação, amorosidade, compreensão, nostalgia, esperança, vitória, superação* diretamente associada ao programa, à apresentadora/conduutora e à própria RGT. São esses valores que auxiliam a composição de uma identidade que atende aos objetivos empresariais e institucionais da emissora, projetando uma imagem e marca adequada a seus interesses, e bastante positiva aos olhos do telespectador.

6.5.6 Resultados obtidos

A análise do programa **Esquenta!** em seu todo e, em particular, a de algumas emissões, realizada ao longo da presente seção, possibilitou a aferição de resultados bastante significativos a respeito do percurso por ele trilhado com vistas à sua permanência no ar.

Nessa trajetória, podem-se distinguir, em relação à sua proposta inicial, dois movimentos:

1) O de reiteração de elementos contidos em sua proposta inicial, pois que deles em momento algum abdicou, concernentes a relações no âmbito de sua:

a) paratextualidade:

- O **Esquenta!**, ao longo de sua trajetória, continuou sendo realizado e exibido pela RGT ao longo do período citado (2011 a 2015), e sua exibição está prevista na programação da mesma emissora em 2016;

- O **Esquenta!**, ao longo de sua trajetória, continuou sendo produzido pelo Núcleo Guel Arraes, tendo como direção geral Monica Almeida;
- O **Esquenta!**, ao longo de sua trajetória, nunca alterou, ao longo de suas temporadas, edições especiais e participação fixa na grade, seu dia e turno de exibição – domingo à tarde.

b) intertextualidade paradigmática:

- O **Esquenta!**, ao longo de sua trajetória, nunca alterou sua conformação genérica: trata-se de um programa híbrido que articula os gêneros factual, ficcional, simulacional e promocional, sob a forma do subgênero **programa de auditório**, contando com a presença obrigatória de um condutor/animador e de um auditório. Articula, como outros programas de auditório, distintos quadros, pertencentes a diferentes subgêneros televisuais: apresentações musicais, encenações, concursos, danças, entrevistas. Recorre, ainda, à presença de participantes fixos e de convidados eventuais, variáveis de uma emissão à outra.

c) intratextualidade:

- O **Esquenta!**, ao longo de sua trajetória, vem mantendo, quanto à sua organização textual, a estruturação interna de suas emissões em três blocos, com intervalos para a exibição de comerciais;
- O **Esquenta!**, ao longo de sua trajetória, vem privilegiando, quanto à sua organização narrativa/discursiva, como tema e tom gerais a *brasilidade*, configurada a partir de valores como *alegria, descontração, humor, criatividade, festividade, união, diversidade, emoção, entusiasmo*.

O tema *brasilidade* ganha diferentes figurativizações, dentre as quais a permanente é a música, uma forma de manifestação artística bastante característica da cultura brasileira, independentemente dos gêneros musicais e níveis e classes sociais dos quais eles são característicos, ainda que o programa confira uma ênfase permanente ao samba e à população das periferias das grandes cidades.

O tema é figurativizado tanto pela apresentação, no palco do programa, de representantes das diferentes comunidades que se destacam no universo musical e

dos participantes fixos, responsáveis pela condução da roda de samba, como pela apresentação de ações sociais, com vistas à integração dessa população periférica e das temáticas cotidianas, abordadas via depoimentos e relatos;

- O **Esquentá!**, ao longo de sua trajetória, vem privilegiando, quanto à sua organização narrativa/discursiva, do ponto de vista temporal, a construção de efeitos de sentido de tempo presente, a partir da utilização de referências, tais como a presença de atores que participam do elenco de produtos veiculados no período de exibição das emissões; a referência a acontecimentos e/ou festividades ocorridos no dia mesmo de sua exibição, ou próximo deles; a menção a promoções de marcas anunciantes, realizadas no período específico de dada emissão; a referência à própria data de exibição da emissão;
- O **Esquentá!**, ao longo de sua trajetória, vem privilegiando, quanto à sua organização narrativa/discursiva, do ponto de vista espacial, o desenvolvimento das emissões no cenário do próprio programa, dado a conhecer mediante a movimentação de câmeras, que conta com, pelo menos, um palco central – onde se movem a apresentadora/condutora, os participantes fixos e os convidados eventuais –, e com uma estrutura disposta em arquibancadas e camarotes – que acomoda a plateia, ou seja, o auditório;
- O **Esquentá!**, ao longo de sua trajetória, vem mantendo, quanto à sua organização narrativa/discursiva, do ponto de vista actorial, como protagonista principal a própria apresentadora/condutora do programa, Regina Casé, que, ao longo das emissões, desempenha diferenciados papéis – *narradora, controladora, avaliadora, guia/participante, autopromotora indireta* da RGT, *autopromotora direta* da RGT;
- O **Esquentá!**, ao longo de sua trajetória, vem mantendo, quanto à sua organização narrativa/discursiva, do ponto de vista actorial, dois compositores/cantores – Arlindo Cruz e Leandro Sapucahy – responsáveis pela condução da roda de samba;
- O **Esquentá!**, ao longo de sua trajetória, vem mantendo, enquanto programa, a função explícita de entretenimento, inerente ao próprio subgênero programa de auditório, embora ela não exclua outras como a de informação e de educação;

- O **Esquentá!**, ao longo de sua trajetória, tem desempenhado, enquanto produto ligado ao subgênero programa de auditório, uma função subjacente, relacionada à sua configuração como espaço autopromocional, autopromoção essa que se dá tanto de modo indireto, via *marketing* social, como direto, via convite a participantes fixos do elenco da emissora e referência a produtos da RGT.

O *marketing* social é sustentado pela própria temática privilegiada pelo programa, pela apresentação de quadros com relatos ou imagens que se passam nas comunidades periféricas, pela configuração da plateia e por meio da exposição e/ou desenvolvimento de ações de caráter assistencialista, voltadas à informação e educação do telespectador. Tais ações materializam-se, muitas vezes, através de depoimentos de seus convidados eventuais, dos temas por eles abordados nas entrevistas: emprego, economia, administração da renda, família, saúde, bem-estar, educação, segurança, preconceito, inclusão social, adoção, aborto, moradia, desenvolvimento sustentável, entre outros.

Embora cada emissão privilegie em particular um tema, todos eles estão ligados a questões relacionadas às populações periféricas. Com esse tom assistencialista, o **Esquentá!** arroga pra si a responsabilidade de divulgação e apresentação de projetos sociais, com vistas a produção de alterações efetivas na sociedade.

Não se pode esquecer, não obstante, que tais ações consolidam a imagem do **Esquentá!** como programa preocupado e envolvido com os problemas que afetam a sociedade e a população em geral – imagem essa que é colada tanto à marca da RGT, como se torna extensiva à figura da apresentadora/conduzora Regina Casé.

O convite a participantes fixos do elenco da emissora e a referência a produtos realizados pela RGT constituem-se em uma ação autopromocional direta, pois que promovem artistas, diretores, compositores, cantores, bandas, ligados à emissora, atestando seu profissionalismo, a qualidade e a diversidade de seu trabalho, o empenho de sua equipe.

d) intertextualidade sintagmática:

- O **Esquentá!**, ao longo de sua trajetória, vem, permanentemente, resgatando e dialogando com diferentes produtos da RGT, de distintas formas, através: da

simples menção; da presença, no programa, de atores da emissora que deles participam; da exibição de imagens, fragmentos dos produtos; da referência a produtos que lhe servem como paradigma do ponto de vista genérico, ou seja, outros programas de auditório. Todas essas remissões não deixam de se configurar também como ações de caráter autopromocional.

2) O de alteração e/ou realização de ajustes de elementos em substituição daqueles contidos em sua proposta inicial, concernentes a relações no âmbito de sua:

a) paratextualidade:

- O **Esquenta!**, ao longo de sua trajetória, vem experimentando novas relações com a grade de programação da emissora, registrando alterações no que concerne: ao seu estatuto como programa – por temporadas, especiais, produto fixo da grade –; ao seu horário de exibição – que tem sido variável no decorrer de suas diferentes fases –; ao tempo total de duração das emissões – que tem sido variável no decorrer de suas diferentes fases.

b) intratextualidade:

- O **Esquenta!**, ao longo de sua trajetória, quanto à sua organização textual, vem experimentando diferentes formas de gravação e exibição do programa, alternado a gravação e edição com a gravação ao vivo e transmissão em tempo real, as quais evidentemente correspondem formas distintas de estruturação narrativa/discursiva. A gravação ao vivo, com transmissão em tempo real, acabou sendo abandonada, tendo em vista a necessidade de articulação das diferentes rotinas da apresentadora/conduzora, dos participantes fixos e dos convidados eventuais à dinâmica do programa.
- O **Esquenta!**, ao longo de sua trajetória, quanto à sua organização narrativa/discursiva, ampliou sua abrangência temática, diversificando os temas abordados, com vistas, possivelmente, a aumentar a audiência do programa. Embora tenha mantido o enfoque na *brasilidade*, ela passa a subsumir diferentes perspectivas, alargando seu âmbito espacial de atuação ao abarcar elementos

constituintes da identidade brasileira, próprios de outras regiões e estados do país: artes plásticas, literatura, danças folclóricas e regionais, heranças culturais advindas de países europeus e latino-americanos, etc.

A diversidade de temas abordados impôs uma permanente reconfiguração do cenário do programa – elementos cenográficos, figurativos e decorativos –, especialmente nos anos de 2013, 2014 e no primeiro semestre de 2015;

- O **Esquenta!**, ao longo de sua trajetória, quanto à sua organização narrativa/discursiva, embora continue privilegiando como tema e tom gerais a *brasilidade*, foi ampliando, em relação à sua proposta inicial, o âmbito de abrangência dessa *brasilidade*, ao incorporar, para além do samba, novos ritmos e estilos musicais, característicos de outras regiões brasileiras que não o Rio de Janeiro, dando espaço e voz a compositores, cantores, músicos, bandas advindos de outros lugares;
- O **Esquenta!**, ao longo de sua trajetória, quanto à sua organização narrativa/discursiva, ao ampliar os estilos e ritmos apresentados pelo programa, conferiu uma configuração mais ampla ao público telespectador visado pelo programa: ao reunir, em um só palco, representantes de diferentes gêneros musicais, passou a convocar um público telespectador mais abrangente, apreciador da música em geral;
- O **Esquenta!**, ao longo de sua trajetória, agregou, quanto à sua organização narrativa/discursiva, do ponto de vista actorial, novos participantes fixos: os compositores/cantores Péricles e Xande de Pilares que se uniram na roda de samba a Arlindo Cruz e Leandro Sapucahy; os assistentes de palco Mumuzinho e Douglas Silva que, a partir da segunda temporada, ganham papel de destaque e prestígio, ao longo das emissões; a cantora Preta Gil e a atriz Carolina Dieckmann, presentes em praticamente todas as emissões das temporadas; as representantes do Morro do Cantagalo, Camila e Maira, participantes fixas da segunda temporada; a estudante cega Nathália Rodrigues, participante fixa desde a segunda temporada, presente em praticamente todas as emissões; o humorista Victor Sarro, presente em praticamente todas as emissões da terceira temporada; o humorista Luis Lobiando, que substituiu Fábio Porchat, quando o programa já estava inserido na

grade fixa; a comentarista Luane Dias, que passa a integrar o elenco fixo no ano de 2013 (terceira temporada); os colaboradores Alê Youssef, Ronaldo Lemos e José Marcelo Zacchi, participantes fixos desde a inserção do programa na grade regular de programação;

- O **Esquenta!**, ao longo de sua trajetória, vem alternando, quanto à sua organização narrativa/discursiva, do ponto de vista espacial, o cenário do programa que, embora contenha sempre uma estrutura palco/arquibancada/camarote, ganhou outros elementos, ao longo das fases – na primeira temporada, o cenário contava com três palcos, interligados por rampas que formavam uma espécie de tablado, para o qual eram convocados aqueles que recebiam direito à voz; na segunda temporada, havia um único palco, destinado aos convidados eventuais e aos participantes fixos; na terceira temporada, também só havia um palco, no entanto, nessa fase, é inserida a *piscina do Esquenta!* – recuperada nos anos de 2013, 2014, 2015.

O programa recorreu, em apenas uma de suas emissões (01.11.2015), a um outro espaço que não o estúdio para a gravação, um centro oncológico. Nesse caso, a emissão teve a apresentação inicial feita em estúdio, com vistas a explicar ao telespectador a dinâmica adotada, desenrolando-se, posteriormente, a partir da alteração de imagens do Centro Infantil Boldrini e do cenário do estúdio;

- O **Esquenta!**, ao longo de sua trajetória, enquanto produto ligado ao subgênero programa de auditório, acrescentou, de forma explícita, a função de caráter promocional publicitário, ao abrir espaço para a inserção de *merchandisings* comerciais, fazendo a divulgação de marcas/empresas/produtos externos à televisão (Coleston, Downy, Garnier-Nutrisse, LG, Raid, Schin, Ypê), que passaram a figurar como premiação de concursos, brindes distribuídos aos convidados eventuais e à plateia, entre outros.

Esses dois movimentos permitiram compreender, tomando como parâmetro a trajetória do **Esquenta!**, as soluções estratégicas por ele encontradas, no decorrer desses seus anos de atuação no mercado televisual, para a sua manutenção no ar. Sugere-se a adoção, dentre as estratégias que seguem, daquelas que se julgarem mais adequadas:

- **Tentativa prévia de testagem da aceitação do produto televisual a ser veiculado.** O **Esquenta!** fez isso quando do lançamento do programa, inicialmente concebido para ser apresentado apenas no período de férias de 2011, com vistas a ocupar um espaço liberado em virtude da suspensão da grade fixa, só se encaminhando para uma segunda temporada porque sua aceitação ficou dentro das expectativas da RGT. Ocorre que, nessa primeira temporada, o **Esquenta!** foi lançado com a função de *marketing* social, para responder a um contexto situacional específico: a ocupação dos morros e favelas do Rio de Janeiro pelas UPP's, numa tentativa de pacificação dessas comunidades, e, nesse contexto, ele foi muito bem recebido pelos telespectadores do país inteiro, que, de modo geral, estavam bastante mobilizados com esse tipo de atuação policial. No entanto, essa situação mudou, o processo de ocupação passou a apresentar sérios problemas, inclusive com a morte acidental de um dos dançarinos do **Esquenta!**, o que levou o programa a buscar uma diversificação e ampliação temática. E é, nesse processo de diversificação, que, desde então, ele não tem deixado de ensaiar.

- **Alteração do estatuto do programa em relação à sua forma de inserção na grade de programação.** O **Esquenta!**, após a ampla aceitação da primeira temporada, por parte do público, ensaiou a inserção do programa sob a forma de especial de São João, o *Esquentão!*, exibido no mês de junho de 2011 e de 2012, mantendo, além disso, a exibição do programa por temporadas. E, embora da primeira para a segunda temporada, não tenha havido um aumento significativo de audiência, a RGT apostou, a partir da terceira temporada, na inserção do programa na grade fixa da programação. E a verdade é que hoje o **Esquenta!**, em que pesem suas alterações de estatuto, já está no ar há mais de cinco anos.

- **Testagem da audiência com vistas à definição do horário mais adequado para a exibição do programa.** O **Esquenta!**, ao longo das temporadas, foi realizando diferentes tentativas com vistas à verificação do melhor horário para sua exibição (primeira temporada, veiculada no horário das 13h30min; segunda temporada, veiculada no horário das 12h; terceira temporada, veiculada no horário das 12h30min e, posteriormente, no horário das 14h15min), o que demonstra as dificuldades por ele enfrentadas para a mobilização dos telespectadores, possivelmente em virtude de interesses contraditórios e/ou incompatíveis entre emissora e audiência, além da ocorrência de eventos exteriores, sobre os quais a RGT não detém o controle, mas com os quais está comprometida com a transmissão. Após seu ingresso na grade regular, o

Esquentá! vem oscilando quanto a um horário preciso de veiculação, que vem se dando entre a faixa das 12h30min e a das 15h (12h30min, 12h55min, 14h30min, 15h).

- **Testagem de audiência com vistas à definição do tempo total mais adequado para a duração das emissões.** O **Esquentá!**, ao longo de suas diferentes fases, vem realizando diversas tentativas com vistas à definição do tempo total de duração de suas emissões, que tem apresentado variações entre 45min e 1h20min.

- **Experimentação concernente à modalidade mais adequada de gravação/exibição do programa.** O **Esquentá!**, durante o seu período de veiculação por temporadas, recorreu sempre à gravação e edição das emissões para posterior exibição. No entanto, a partir de sua inserção na grade fixa, foram realizadas tentativas, que não deram certo, de gravação ao vivo, e transmissão em tempo real. Um primeiro esforço, com essa finalidade, ocorreu durante o período da Copa do Mundo, realizada no Brasil, em 2014, quando cinco emissões do programa foram ao ar (exibidas nos horários das 12h55min e das 15h), antecedendo ou sucedendo o horário dos jogos, como forma de contextualização das partidas: contavam com a presença de torcedores, jogadores e técnicos de futebol de diferentes seleções. Nesse período, o tempo de exibição das emissões também foi variável (entre 45min e 1h40min), tendo em vista o ritmo dos jogos e a cobertura esportiva, ocorrida antes e depois de cada partida. No decorrer do ano de 2015 também houve diferentes tentativas de definição do modo de gravação e exibição do programa – ao vivo, em tempo real, e/ou previamente gravado e editado. Mas, a gravação ao vivo, com transmissão em tempo real, acabou sendo deixada de lado, possivelmente em virtude da própria dinâmica do programa, uma vez que muitos dos participantes não teriam como adequar suas atividades e comportamentos aos horários e à sequencialidade estabelecidos pelo roteiro do programa.

- **Experimentação quanto à definição do foco temático central mais adequado ao programa e seu âmbito de atuação.** O **Esquentá!**, quando de seu lançamento, tinha como foco temático e tom gerais uma *brasilidade* restrita à carioquice, configurada, do ponto musical, pela presença das rodas de samba, e, do ponto de vista figurativo, pela presença massiva de habitantes dos morros e favelas do Rio de Janeiro na composição de sua plateia e de outras imagens veiculadas. Esse foco temático foi se ampliando não só em direção a outras regiões e comunidades do território nacional, como às suas diferentes manifestações artísticas e culturais. Mais ainda, embora essa temática geral permaneça, desde sua inserção na grade fixa da RGT, o

foco temático vem se alterando a cada emissão. Essa alteração, que significa investimentos bastante expressivos, aliás, se por um lado indica o cuidado da emissora com vistas à manutenção do programa na grade e sua preocupação permanente com a atualização desses temas, por outro lado aponta para uma oscilação nos índices de audiência.

- **Verificação quanto à seleção e configuração dos participantes fixos e convidados eventuais mais adequada aos temas do programa como um todo e às emissões em particular.** O **Esquenta!**, desde o início, conta com a presença de Regina Casé como apresentadora/conduutora, de Arlindo Cruz e Leandro Sapucahy como condutores da roda de samba, o que demonstra sua adequação e aceitação por parte do público. Mais ainda, ao longo de sua trajetória, inseriu outros representantes do samba, a exemplo de Péricles, Xande de Pilares, Mumuzinho e Douglas Silva, que também passaram a ocupar um lugar cativo no **Esquenta!**. Mas, a diversidade temática e musical levou o programa a investir em uma participação ainda mais diversificada. Embora tenha continuado extremamente musical, passou a dar espaço e voz a conjuntos musicais de outras vertentes: o sertanejo de raiz e o sertanejo universitário, o arrocha, o *funk*, o *rock*. Marca bem essa passagem em direção a uma maior diversidade a exclusão, do cenário do programa, do botequim e da cozinha, tão característicos das rodas de samba, bem como a convocação de convidados eventuais de distintas classes econômicas e níveis sociais, para discutirem os assuntos abordados e se apresentarem no palco do programa. Aliás, a permanência de Regina Casé e desses participantes fixos responsáveis pela identidade inicial do programa e pela imagem de *brasilidade*, sustentada por traços de *alegria*, *bom humor*, *malandragem*, *descontração*, *criatividade*, *entusiasmo*, com o *juntar e misturar*, de certa forma, alterou-se, pois a ampliação do foco temático e musical quebrou, em parte, essa configuração tão bem definida inicialmente.

- **Verificação quanto à seleção e configuração mais adequada dos participantes da plateia aos temas abordados pelo programa.** O **Esquenta!** inicialmente interpelava, prioritariamente, os moradores dos morros e favelas do Rio de Janeiro para comporem sua plateia, o que estava em perfeita sintonia com os propósitos e objetivos do programa. Mas, na medida em que o **Esquenta!** foi abandonando, ao menos em parte, sua proposta inicial, com vistas a uma ampliação e maior abrangência de seu foco temático, essa perfeita compatibilidade entre proposta do programa e plateia foi se rompendo. Tanto isso é verdade que, no ano de 2015, o **Esquenta!** passou a convocar, via *internet #esquenta*, um público mais diverso, inclusive para

compor sua plateia, com vistas a uma melhor adequação desses participantes aos seus propósitos: a apresentação de diferentes estilos e ritmos musicais, a discussão de temas específicos e a escolha de convidados especialistas para deles falar nas entrevistas veiculadas pelo programa estão na base da nova proposta de *juntar e misturar*. Aliás, a referência a esses valores se dá, de modo direto, por meio das bandeiras levantadas e defendidas pelo programa: *Xô preconceito; O que o mundo separa o Esquentá junta*, aludindo ao respeito ao próximo e à consideração aos diferentes gostos e interesses, não só no que concerne à música, como a tudo que envolve as diferentes manifestações artísticas e culturais do povo brasileiro.

- **Verificação da aceitação e adequação dos quadros apresentados pelo programa, alterando-os de forma criativa quando necessário.** O *Esquentá!* optou pela manutenção dos quadros musicais, de dança, concursos e entrevistas, bastante característicos do subgênero programa de auditório. As alterações por ele efetuadas restringiram-se à adequação desses quadros aos temas privilegiados pelas diferentes emissões.

- **Verificação da adequação da conformação dos cenários aos propósitos do programa, que podem se alterar no decorrer de sua trajetória.** O *Esquentá!* operou inúmeras transformações e reestruturações de seu cenário, dentre as quais se destacam, sem dúvida, aquelas que envolvem uma compatibilização entre a temática privilegiada para a emissão e a composição do cenário. Deve-se ter presente, não obstante, que transformar semanalmente o palco de um programa, remodelando seus elementos decorativos e figurativos, não é tarefa fácil: envolve tempo, pesquisa, planejamento, organização, investimento financeiro e, principalmente, adequação. E o *Esquentá!* fez isso inicialmente de uma temporada à outra e, posteriormente, nos anos de 2013, 2014 e primeiro semestre de 2015, quando passou a modificar quase semanalmente o cenário do programa, adaptando-o ao contexto temático de cada emissão.

- **Testagem da adequação de ações autopromocionais da ordem do *marketing social*, verificando não só sua aceitação por parte do público telespectador, como seu prazo de validade.** O *Esquentá!*, quando do lançamento do programa, arrogou para si o desempenho da função autopromocional indireta de caráter social, centrando sua atenção no contexto de ocupação dos morros e favelas pelas UPP's, nos valores atualizados por membros dessas comunidades, o que, com o correr dos anos e das temporadas, foi perdendo o sentido, pois, com os inúmeros problemas ocorridos nessas ocupações, esse tema deixou de conferir prestígio tanto à RGT, como ao próprio programa.

- **Exame do espaço e dimensão adequados a serem conferidos às ações autopromocionais diretas da emissora.** O **Esquenta!**, embora tenha contado, em todas as emissões, com a presença, com finalidade autopromocional, de profissionais da RGT – diretores, roteiristas, atores, músicos – que participavam na ocasião de produtos televisuais da emissora em fase de lançamento ou de exibição, teve o cuidado de não exagerar no uso desta estratégia autopromocional que, por vezes, cansa e/ou irrita o público telespectador.

A observação dessas estratégias aponta para outra, ainda mais ampla, que perpassa as demais e acaba, inclusive, estabelecendo a função prioritária do **Esquenta!**, no que concerne à sua inserção na grade de programação da RGT. Trata-se de uma estratégia comunicativa da emissora e do próprio programa, que consiste na **experimentação**.

Esse caráter de experimentação acabou por redefinir, através de diferentes testagens, a função do **Esquenta!**: se, por um lado, identificam-se as funções de entretenimento, informação e educação, bem como aquela subjacente, de caráter autopromocional (tanto indireto, via *marketing* social, quanto direto, via convite a participantes fixos da emissora e referência a produtos da RGT), por outro, observa-se de maneira bastante expressiva a composição de um produto destinado a servir como espaço de inovação – no que concerne à abordagem temática, aos sujeitos convocados, ao público a que se dirige. E essa se torna a função prioritária do programa: constituir-se como um espaço de possibilidade e teste da emissora. Obviamente, em virtude da natureza comercial das emissoras de televisão no Brasil, essa experimentação é bastante planejada pela RGT, tendo seus riscos avaliados previamente, de modo que não comprometam os objetivos da empresa.

Em um cenário permeado por regras específicas de atuação – que interferem, inclusive, na própria liberdade expressiva – o direito à experimentação torna-se a principal estratégia do **Esquenta!**, pois permite reiterar todos os elementos envolvidos em torno desse produto: a RGT (que aposta em inovação e tecnologia em prol da qualidade), o grupo de produtores (considerados vanguardistas e preocupados com o social), os próprios atores em cena (que reforçam os efeitos de sentido de pertencimento às classes mais baixas – e, dessa forma, agregam aqueles sujeitos geralmente excluídos da grande mídia).

Nesse contexto, a estratégia de experimentação aponta na direção daquilo que há de mais inovador na proposta do programa: **Experimentação como vetor de inclusão social midiática**.

O **Esquenta!** surge como um programa de verão, de aquecimento para o Carnaval – que, aliás, é um produto bastante importante da RGT, haja vista a cobertura e transmissão direta realizada anualmente. A música tema indica, inclusive, a intenção de o programa estar no ar apenas nos meses de férias (“*Regina de janeiro, fevereiro e março*”). No entanto, em virtude do caráter social que assume, deixa de ser sazonal e passa a garantir espaço fixo na grade regular da programação. Ao voltar-se às camadas mais pobres da população, de menor renda e poder aquisitivo, o **Esquenta!** objetiva alcançar uma audiência que, até então, localizava-se nas demais emissoras de televisão, especialmente SBT e Record.

Ocorre que, embora o **Esquenta!** se proponha a ser um produto voltado à periferia, às classes mais baixas, à população com menor poder econômico, isso não significa, todavia, que esses sujeitos possuem voz ativa no programa. O que se percebe, através da análise, é a recorrência a relatos e depoimentos, muitos deles pré-selecionados, que buscam ilustrar a participação desses sujeitos – na maioria das vezes, inclusive, o próprio cotidiano da favela é apresentado pela perspectiva do outro (da apresentadora/condutora, de convidados, etc).

A estruturação do programa permite identificar, de um lado, uma tentativa de inclusão social midiática e, de outro, os esforços empregados pela emissora de televisão para manter para si o domínio daquilo que deve/pode ser dito: o próprio processo de composição do texto televisual, gravado e editado, tende a facilitar esse controle, através de mecanismos simples de edição.

Há, nesse sentido, a tentativa de construção de um protagonismo que é, contudo, silenciado por outras vozes e que acaba sendo reduzido à possibilidade de *se fazer presente* no texto do programa: os assistentes de palco e dançarinos do **Esquenta!** exemplificam bem esse protagonismo silenciado, pois, apesar de serem eles os verdadeiros representantes dos morros e favelas, pertencentes às parcelas mais pobres da população, sua participação é reduzida (na maioria das vezes, não se manifestam verbalmente) à conferência do tom do programa – *festivo, alegre, descontraído* – e à convocação da plateia, cuja participação também se limita a acompanhar o andamento do programa através de palmas, gritos, assobios, dança (há pouca ou nenhuma manifestação verbal desses sujeitos).

Nessa direção, o palco do programa configura-se como um espaço de simulação constante, que tenta responder ao desejo de pertencimento, de inclusão e participação de uma parcela da população geralmente marginalizada pela grande mídia. No entanto, nem a RGT

consegue se inserir realmente no ambiente dos morros e favelas, nem seus moradores conseguem ocupar verdadeiramente um lugar relevante nos produtos por ela disponibilizados – na maioria das vezes, o que se percebe é a perpetuação de estereótipos, que acabam mantendo os menos favorecidos (o pobre, o preto, o trabalhador desempregado, etc) em situações depreciativas e de submissão.

É, entretanto, justamente essa intenção de incluir (ou, conforme a proposta do programa, “*juntar e misturar*”), de tentar agradar àqueles que não se sentem representados *na e pela* televisão brasileira, que acaba por conformar a identidade do **Esquenta!**: mesmo que o processo de experimentação venha a descaracterizar o programa, lançando, constantemente, novos quadros, novas formas de composição do texto televisual, de tratamento dos temas, de organização dos cenários, a manutenção do telespectador visado, representado pelo público presente, ou seja, pela plateia, conforma a identidade do **Esquenta!** como um produto voltado aos sujeitos de classes econômicas mais baixas, que encontram sentido nas temáticas abordadas, nos quadros e nas atrações musicais, apresentadas no palco do programa.

É na proposta de ser popular, agregando e misturando diferentes sujeitos e suas distintas realidades, que o **Esquenta!** constrói sua identidade, através da projeção de uma imagem de programa eclético, diversificado, inclusivo, de um programa que não tolera preconceitos e que se propõe ser para todos.

7 Dos apontamentos finais

O tempo de vida de um programa televisual é bastante variável, e essa variabilidade está ligada a fatores de diferentes e diversas ordens, tais como seu estatuto de gênero/subgênero, sua forma de inserção na grade de programação, sua aceitação por parte do público telespectador, o interesse da rede ou emissora de televisão na sua permanência, o que, diga-se de passagem, muitas vezes se altera ao longo do tempo. Alguns produtos são realizados para ser presença constante na programação; há, não obstante, aqueles com data prevista para encerramento e/ou exclusão; existem outros também que, após longos anos de exibição, são obrigados a serem retirados do ar, porque o envelhecimento do elenco faz com que os atores não correspondam mais aos personagens que devem representar; alguns, ainda, permanecem sendo veiculados indefinidamente, enquanto contarem com um público significativo; outros há, ainda, que são excluídos quase que imediatamente após seu lançamento, em virtude da não afinação, aceitação e empatia com o público telespectador.

Mas uma coisa é certa: o objetivo primeiro, quando do lançamento de um produto televisual, é que ele permaneça tanto tempo quanto o possível na grade de programação. Essa permanência no ar é relevante para a rede e/ou emissora de televisão do ponto de vista **econômico**, pois ela representa uma economia em termos de investimentos, já que o lançamento de um novo programa em substituição ao que sai tem um custo bastante alto; **comercial**, pois ela diz de sua aceitação e audiência por parte dos telespectadores, agregando valor aos espaços comerciais que disponibiliza ao mercado; **profissional**, pois interfere na vida da equipe de produção mobilizada – atores, diretores, roteiristas, figurinistas, cinegrafistas, editores, etc –, que de sua realização retira o sustento; **do consumo**, pois os telespectadores se apegam aos produtos, gostam de se sentir familiarizados com o programa, elenco e horário de ocupação na grade de programação; **publicitário**, pois o fato de um produto televisual permanecer no ar dá às empresas/marcas anunciantes garantia de que seu investimento na compra desses espaços comerciais não será em vão – suas publicidades contarão com a assistência de um bom público. Desse modo, tanto a empresa midiática, quanto os profissionais envolvidos estão dispostos a realizar permanentes transformações e ajustamentos para que o programa continue sendo veiculado.

Nessa perspectiva, a presente investigação propôs-se a examinar a trajetória de produtos televisuais, em particular dos programas de auditório, que não têm, de antemão, data prevista para término, ou seja, para sua exclusão da grade de programação, conferindo especial atenção às alterações de percurso por eles efetuadas com vistas à sua permanência no ar, indagando-se sobre *quando, como e por que* são operadas transformações de caráter estrutural em um produto televisual, modificando suas funções, proposta e trajetória na programação de uma emissora. Mais ainda, de que forma essas alterações incidem sobre a identidade do programa e da própria imagem e marca de uma emissora de televisão. Finalmente, caberia questionar se algumas dessas alterações podem ter relação com o contexto social e histórico de exibição.

Partiu-se, assim, da hipótese de que muitos programas televisuais, dependendo do subgênero a que pertencem, na tentativa de se manterem no ar, operam, ao longo de seu percurso de existência, transformações estruturais e/ou adotam novas configurações: articulam outros contextos, propõem novas temáticas, novos quadros, alterando, se necessário, sua própria identidade na busca de construir um público telespectador mais permanente.

A escolha recaiu sobre os programas de auditório, porque eles são produtos televisuais que, em princípio, caso sejam bem realizados, interessantes e concernentes com as expectativas do público visado, deveriam ter sua permanência garantida por longos anos, e os exemplos estão aí para confirmar essa pressuposição. Além disso, é preciso lembrar que, no caso dos programas de auditório, é possível testar, quase de pronto, o êxito de alterações e novas proposições pela própria reação do público presente no auditório.

O objetivo central da presente investigação é, em analisando o **Esquentá!**, verificar que estratégias poderiam ser virtualmente empregadas por um produto televisual, ligado ao subgênero programa de auditório, para permanecer no ar, ao longo dos anos.

Como se pode ver, muitas são as estratégias passíveis de serem empregadas para que um programa permaneça na grade de programação, sendo efetivamente utilizadas com vistas a responder aos interesses da instância promotora e do público telespectador, sem desrespeitar a equipe de realização.

A mobilização dessas estratégias representa um investimento de tempo, esforço e dinheiro com vistas à manutenção de um programa de auditório no ar; pressupõe a existência de uma equipe competente, preocupada com a atualidade e interesse dos temas abordados, com a criatividade na estruturação dos quadros, com o ensaio permanente, objetivando agradar o

telespectador, ampliando, assim, sua audiência. Mas esse ensaio permanente demonstra, por outro lado, o reconhecimento de equívocos, de alterações no contexto externo ao programa ou do não atingimento pleno dos objetivos.

E, a esse respeito, o **Esquenta!** tem muito a sugerir, pois, visivelmente, pelas alterações operadas e ensaios permanentes, demonstra não ter atingido plenamente o percentual de audiência desejado pela emissora.

Os programas de auditório precisam, para tornar o telespectador cativo, adotar uma estrutura o mais fixa e permanente possível, pois a reiteração, bastante tradicional em televisão, agrada e tranquiliza o telespectador. Seria de se esperar, no caso do **Esquenta!**, que o programa, ao passar à grade fixa da RGT, alcançasse maior regularidade em muitos desses aspectos, decorrentes da utilização dessa série de estratégias. O que se percebe, no entanto, é que o programa parece imerso em um processo contínuo de ensaios, no qual alternativas e opções variadas são constantemente testadas, sendo substituídas umas pelas outras, na tentativa permanente de corresponder às expectativas do público.

Assim, apesar de se manter no subgênero programa de auditório e obedecer a certas regularidades (presença de uma apresentadora/conduutora, de um público presente, de personagens fixos e convidados eventuais, de quadros musicais, danças, entrevistas, concursos), o **Esquenta!**, ao abrir espaço para sua permanente reconfiguração, estabelece sua própria identidade enquanto programa: configura-se como um espaço de testagem e experimentação, que busca ser inclusivo, eclético e diversificado e que se propõe ser para todos os sujeitos.

Quando um programa é lançado, ele vem para responder às necessidades de um dado contexto, no qual se propõe a desempenhar funções específicas, previamente estabelecidas. Mas, ao mesmo tempo, ele deve conter em si as virtuais possibilidades de alteração de percurso, pois podem ocorrer modificações, inclusive de caráter contextual, que interfiram nas próprias funções que inicialmente arrogou para si. Com isso se quer dizer que ele precisa conter, desde sua concepção, condições para adaptar-se aos novos cenários.

Tanto isso é verdade que o **Esquenta!**, concebido como um programa de auditório com a função precípua de caracterizar-se como um *marketing* social, voltado à população das periferias, morros e favelas, do Rio de Janeiro, no período de seu lançamento, em fase de ocupação pelas UPP's, viu-se obrigado a deslocar e ampliar esse foco inicial, uma vez que passaram a ocorrer, como seria de se esperar, confrontos com a polícia, desavenças e/ou conluios entre policiais e

traficantes, sumárias execuções, tiroteios que ameaçavam a segurança da população, desaparecimentos e mortes de pessoas inocentes, como a morte de Douglas Rafael da Silva Pereira, o DG, dançarino do **Esquenta!**, que trouxe essa realidade para dentro do programa. Isso retirou da Globo o argumento que sustentava inicialmente o programa: a favela como um lugar assistido pelo Estado, com boas condições de vida e moradia, com seu povo alegre e trabalhador.

Nesse contexto, o **Esquenta!** optou por alargar seu âmbito de atuação e o próprio conceito de *brasilidade*, inicialmente ligado apenas à carioquice, mas que, no decorrer das fases, passou a contemplar outras regiões do país, subsumindo traços como *gauchidade*, *sertanidade*, *baianidade*, *nordesticidade*, e até mesmo relações com suas origens, tais como a cultura europeia, africana e latino-americana.

É, desse modo, a estratégia de experimentação aquela que mais contribui para as alterações de percurso sofridas pelo **Esquenta!**, desde seu lançamento, em 2011, por temporadas, até o momento atual, enquanto produto fixo da grade de programação da RGT.

Uma vez identificadas as estratégias passíveis de serem mobilizadas por um produto televisual, pertencente ao subgênero programa de auditório, com vistas à sua manutenção, pelo maior tempo possível, na grade de programação, e contextualizado sua utilização no **Esquenta!**, objeto empírico da presente investigação, coloca-se aqui um ponto final, acreditando haver respondido aos objetivos propostos. Naturalmente, caberiam algumas generalizações que a amplitude do tema tratado e, principalmente, a diversidade de perspectivas virtualmente possíveis de serem adotadas recomendam deixar em suspenso.

Até porque, é importante ressaltar, nunca se pretendeu aqui chegar a resultados definitivos: tem-se plena consciência de que essa é apenas uma dentre as muitas tentativas de investigação do tema, cujos resultados, espera-se, possam indicar novos caminhos e possibilidades de problematização e fomentar o desenvolvimento de outras pesquisas.

8 Referências necessárias

- ARONCHI DE SOUZA, José Carlos. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.
- BARBOSA, Florinda. **Quem não se comunica se trumbica**: biografia de Abelardo Chacrinha Barbosa / Florinda Barbosa, Lucia Rito. São Paulo: Globo, 1996.
- BARROS, Diana Luz Pessoa de. **Teoria semiótica do texto**. São Paulo: Ática, 1990.
- BARTHES, Roland. **Mitologias**. 11ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.
- BELTRÃO, Luiz. **Subsídios para uma teoria da comunicação de massa**. São Paulo: Summus, 1986.
- BLESSA, Regina. **Merchandising no ponto-de-venda**. São Paulo: Atlas, 4 ed., 2009.
- BUCCI, Eugênio. **Brasil em tempo de TV**. São Paulo: Boitempo, 2005.
- CALABRESE, Omar. **A idade neobarroca**. Lisboa: Edições 70, 1987.
- CARDOSO, João Batista Freitas. Semiótica, imagem e publicidade: conceitos, métodos e modelos aplicados. In: BRAGA, J. L.; LOPES, M.I.V. de; MARTINO, L.C. (Org.). **Pesquisa empírica em Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2010.
- CASTRO, Maria Lilia Dias de. Do gênero ao formato promocional televisual. In: **Comunicação audiovisual: gêneros e formatos**. Porto Alegre: Sulina, 2007a.
- CASTRO, Maria Lilia Dias de. Ações promocionais em televisão: formatos e estratégias. In: **Televisão: entre o mercado e a academia II**. Porto Alegre: Sulina, 2007b.
- CASTRO, Maria Lília Dias de. Práticas publicitárias: o embaralhamento do discurso promocional. In: DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO Maria Lília Dias de (Org.). **Em torno das mídias: práticas e ambiências**. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- CASTRO, Maria Lilia Dias de. Autopromocionalidade em televisão: movimentos e configurações. In: **Animus: revista interamericana de comunicação midiática**. Universidade Federal de Santa Maria, Centro de Ciências Sociais e Humanas. Vol. VIII, n, 15 (jan-jun 2009). Santa Maria: NedMídia, 2009. Disponível em: http://w3.ufsm.br/animus/animus_2009-1_art03.html.
- DUARTE, Elizabeth Bastos. Televisão: entre gêneros/formatos e produtos. In: **XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Anais da XXVI Intercom (eletrônico), Belo Horizonte 2003.
- DUARTE, Elizabeth Bastos. **Televisão: ensaios metodológicos**. Porto Alegre: Sulina, 2004a.
- DUARTE, Elizabeth Bastos. **Quando e como a TV fala de si**. (eletrônico). E-Compós (Brasília). V. 1, p. 1-0, 2004b.
- DUARTE, Elizabeth Bastos. Reflexões sobre os gêneros e formatos televisivos. In: **Televisão: entre o mercado e a academia**. Col. Estudos sobre o audiovisual. Ed. Porto Alegre: Sulina, 2006b.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Televisão: entre gêneros, formatos e tons. In: **XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Anais do XXX Intercom (eletrônico). Santos, 2007.

DUARTE, Elizabeth Bastos, CURVELLO, Vanessa. Ficção televisual: distintas formas de estruturação seriada. In: **XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Anais do XXXI Intercom (eletrônico). Natal, 2008a.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Apresentação. In: **Em torno das mídias: práticas e ambiências**. Ed. Porto Alegre: Sulina, 2008b.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Televisão: entre gêneros, formatos e tons. In: **Comunicação: novo objeto, novas teorias?** 1ª Ed. Teresina: EDUFPI, v. un, p. 95-112, 2008c.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Metadiscursividade e autorreflexividade como estratégias autopromocionais. In: **Animus: revista interamericana de comunicação midiática**. Universidade Federal de Santa Maria, Centro de Ciências Sociais e Humanas. Vol. VIII, n, 15 (jan-jun 2009). Santa Maria: NedMídia, 2009a.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Quem te viu, não te vê: disfarces da linguagem persuasiva em *merchandising* de TV. In: **Animus: Revista Interamericana de Comunicação Midiática**. Vol. 08, n.15. Santa Maria: NedMídia (Jan.-Jun.) 2009b.

DUARTE, E. B. Televisão: desafios teórico-metodológicos. In: BRAGA, J. L.; LOPES, M. I. V. de; MARTINO, L. C. (org.) **Pesquisa empírica em comunicação**. São Paulo: Paulus, 2010.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Televisão: novas modalidades de contar as narrativas. In: **XXI Encontro da Compós. Universidade Federal de Juíz de Fora, 2012. (2012a)**

DUARTE, Elizabeth Bastos. **Glossário: Projeto de Pesquisa**. Gauchidade como tom e identidade: a produção da RBS TV. Porto Alegre, 2010-jun. 2013. (2012b)

DUARTE, Elizabeth Bastos. Projeto de pesquisa. **Narrativas televisuais: as transformações em curso**. Porto Alegre, jul. 2013. (2013a)

DUARTE, Elizabeth Bastos. Como caracterizar qualidade em relação à produção da Rede Globo de Televisão? In: EMERIM, Cárilda, org. **Estudos em jornalismo e mídia**. Florianópolis: UFSC, 2013 (2013b)

DUARTE, Elizabeth Bastos. RBS TV: o tom como identidade. In: OLIVEIRA, Ana Cláudia Mei de. **As intenções sensíveis: ensaios de sociosemiótica a partir da obra de Eric Landowski**. São Paulo: PUC-SP, 2013, p.569-588. (2013c)

DUARTE, Elizabeth Bastos. Reflexões: os sentidos sociais da televisão. In: **XXIII Encontro da Compós. Universidade Federal do Pará, 2014.**

DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de. Produção midiática: o ir e vir entre teoria, metodologia e análise. In: BARICHELO, Eugenia Mariano da Rocha; RUBLESCKI, Anelise, org. **Pesquisa em comunicação: olhares e abordagens**. Santa Maria: Facos – UFSM, 2014.

ECO, Umberto. **Viagem na irrealidade cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

FECHINE, Yvana. **Grupo ou Núcleo? Guel Arraes como referência.** XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2007 (disponível em: <http://goo.gl/mZ7UUn>).

FIGUEIREDO, S. P. **Diferenciando subúrbio de periferia.** Ciência e Cultura (SBPC), São Paulo, v. 57, n.2, p. 11-11, 2005 (disponível em: <http://goo.gl/n5mC9h>. Último acesso em 11.11.2015, às 20h59min).

FLOCH, J.M. **Alguns conceitos fundamentais em Semiótica geral,** Documentos de estudo do CPS, 1 - São Paulo, CPS ed. Venda no COS-CPS, 2001.

FONTANILLE, Jacques. **Significação e visualidade: exercícios práticos.** Porto Alegre: Sulina, 2005.

GREIMAS, Algirdas Julien. **Sobre o sentido: ensaios semióticos.** Petrópolis: Vozes, 1975.

GREIMAS, Algirdas Julien. A propósito do jogo, **Verso e Reverso,** São Leopoldo, Unisinos, 1999.

GREIMAS, Algirdas Julien. As aquisições e os projetos. In: COURTÉS, Joseph. **Introdução à semiótica narrativa e discursiva.** Coimbra: Livraria Almedina, 1979.

GREIMAS, Algirdas Julien; COURTÉS, Joseph. **Dicionário de Semiótica.** São Paulo: Contexto, 2013.

HJELMSLEV, Louis. **Prolegômenos a uma teoria da linguagem.** São Paulo: Perspectiva, 2013.

JOST, François. **Compreender a televisão.** Porto Alegre: Sulina, 2007.

JOST, François. **Televisão: entre o mercado e a academia II.** Porto Alegre: Sulina, 2007.

JOST, François. **Seis lições sobre televisão.** Porto Alegre: Sulina, 2004.

LANDOWSKI, Eric. **Presenças do outro: ensaios de sociosemiótica.** São Paulo, SP: Perspectiva, 2002.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério.** São Paulo: Editora Senac, 2005.

MACHADO, Arlindo. **Os anos de chumbo.** Porto Alegre: Sulina, 2006.

MARCUSCHI, L. A.. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONISIO, A.P. et al. (org). **Gêneros textuais & ensino.** Rio de Janeiro: Lucerna, 2002, p. 19-36 (Disponível em: http://disciplinas.stoa.usp.br/pluginfile.php/133018/mod_resource/content/3/Art_Marcuschi_G%C3%AAneros_textuais_defini%C3%A7%C3%B5es_funcionalidade.pdf. Último acesso em 12.01.2014).

MATTOS, Sérgio Augusto Soares. **História da televisão brasileira – Uma visão econômica, social e política.** 5. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2010.

MIRA, Maria Celeste. **Circo eletrônico: Silvio Santos e o SBT.** São Paulo: Editora Olho D'Água, 1996.

PENTEADO, Léa. **Um instante, maestro!** Rio de Janeiro: Record, 1993. (versão digital disponível em: <http://goo.gl/arbrx9>. Último acesso em 19.02.2014, às 22h17min).

Relações de gênero na ficção televisiva: anuário Obitel 2015 / coordenadores-gerais Maria Immacolata Vassallo de Lopes e Guillermo Orozco Gómez. Porto Alegre: Sulina, 2015. Disponível em: <http://goo.gl/nhr0Tv>. Último acesso em 20.01.2016.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. **História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje**. São Paulo: Contexto, 2010.

SOUTO MAIOR, Marcel. **Almanaque da TV Globo**. São Paulo: Editora Globo, 2006.

SOUZA, Silvia Maria de. **APONTAMENTOS SOBRE O GÊNERO PROGRAMA DE AUDITÓRIO**. RUA - Revista Universitária do Audiovisual, 2009.

STRASSBURGER, Damaris. **Jogo de identidades: a configuração publicitária de anunciantes e consumidores. Dissertação de Mestrado** (2011). Dissertação de Mestrado. Centro de Ciências Sociais e Humanas, Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade Federal de Santa Maria.

TERNUS, Carline. **A construção identitária da RBSTV na campanha autopromocional comemorativa de seus 50 anos** (2013). Dissertação de Mestrado. Centro de Ciências Sociais e Humanas, Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade Federal de Santa Maria.

TORRES, C.L.C.L.. Programas de Auditório: Um Gênero Mostrando a Resistência da Expressão Popular nos Meios de Comunicação de Massa. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, 2004. Porto Alegre. Anais. São Paulo: Intercom, 2004. CD-ROM. Disponível em: <http://www2.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?option=trabalho&id=42701>, último acesso em 25.01.2014, às 02h39min.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA. **Manual de dissertações e teses da UFSM: estrutura e apresentação**. Santa Maria: Ed. da UFSM, 2015.

8.1 Outras obras consultadas

BARTHES, Roland. A mensagem publicitária. In: BARTHES, Roland. **A aventura semiológica**. Lisboa: Edições 70, 1985.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

BAUDRILLARD, Jean. **Tela total: mito-ironias da era do virtual e da imagem**. Porto Alegre: Sulina, 1997.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 7.ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.

CANCLINI, Néstor García. **A globalização imaginada**. São Paulo: Iluminuras, 2007.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2007.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Sobre os sentidos do texto publicitário. In: DUARTE, Elizabeth Bastos. **Fotos & grafias**. São Leopoldo: Unisinos, 2000a.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Considerações sobre a produção midiática. In: **Mídia e Processos de Significação**. Unisinos: São Leopoldo, 2000b.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Reflexões sobre o tom. In: **Os mundos da mídia: leituras sobre a produção de sentidos midiáticos**. 1ª Ed. João Pessoa: UFPB, p. 177-197, 2006a.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Eu sou do Sul: é só olhar pra ver... In: **XX Encontro da Compós. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2011**.

ECO, Humberto. **Tratado geral de semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2007.

FABBRI, Paolo. **El giro semiótico**. Barcelona: Editora Gedisa, 2004.

FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FIORIN, José Luiz. **Em busca do sentido: estudos discursivos**. São Paulo: Contexto, 2008.

FIORIN, José Luiz. **Elementos de análise do discurso**. 2ª edição. São Paulo: Contexto, 1990.

FLOCH, J. M. **Semiótica, marketing y comunicación: bajo los signos, las estrategias**. Barcelona: Paidós, 1993.

GREIMAS, Algirdas Julien. **Ensaio de semiótica poética**. São Paulo: Cultrix, USP, 1975.

GREIMAS, Algirdas Julien. Os atuantes, os atores e as figuras. In: **Semiótica narrativa e textual**. São Paulo: Cultrix, USP, 1977.

GREIMAS, Algirdas Julien; FONTANILLE, Jacques. **Semiótica das paixões**. São Paulo: Ática, 1993.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

IVARS, Christian Hervás. **El diseño gráfico en televisión: técnica, lenguaje y arte**. Madri: Ediciones Cátedra, 2002.

JAKOBSON, Roman. **Linguística e comunicação**. 21.ed., São Paulo: Cultrix, 2008.

JOST, François. **Do que as séries americanas são sintoma?** Porto Alegre: Sulina, 2012.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 2ª ed., Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Uma aventura epistemológica. **Matrizes**, v.2, n.2, 2009, p. 143-162. Entrevista concedida à Maria Immacolata Vassallo de Lopes (versão *online*).

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Pistas para entre-ver meios e mediações. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 2.ed., Rio de Janeiro: UFRJ, 2001. Prefácio à 5ª edição.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva**. São Paulo: Editora Senac, 2004.

RAMOS, Roberto. **Grã-finos na Globo: cultura e merchandising nas novelas**. Petrópolis: Editora Vozes, 1986.

SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e videocultura na Argentina**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2000.

SEMPRINI, A. **El marketing de la marca: una aproximación semiótica**. Barcelona, ES: Paidós, 1995.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação social e em rede**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

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

TRINDADE, Eneus. **Merchandising em telenovela: a estrutura de um discurso para o consumo**. XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom. GT 21 Ficção Televisiva Seriada. 1998. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/f0a08cd35e4f04512409b2b514a85fae.PDF>, acessado em 18.08.2013, às 11h50min.

VOLLI, Ugo. **Semiótica da publicidade: a criação do texto publicitário**. Edições 70, 2003.

ANEXO A – LETRA DA MÚSICA TEMA DO PROGRAMA

A letra é uma homenagem de Arlindo Cruz e exalta o programa *Esquenta!* E a apresentadora Regina Casé.

Esquenta (Samba da Regina)

*Alô Regina!
É tão gente fina que sabe chegar
Em qualquer esquina
Lá na cobertura, na laje ela está
É quem domina.
Porque tem a sina de ser popular... alô
Alôôôô rainha
Se vai ter churrasco, feijão, vatapá
Vai pra cozinha.
Tem coisa gostosa de todo o lugar
Traz a farinha!
O camarão seco, o jambu e o fubá
E faaaaaaz verão
E hoje é domingo
Dia que o povão... Agita!
Se liga, se encontra, faz conexão, twita
Ou pra se dar bem,
Ou pra botar alguém na fita.*

*Verããããão, calor
Na luta da vaga no sol de onde for
Bronzea
No “pega” da zaga e do goleador, na veia
E dois namorados falando de amor
Na areia.*

*Bateria arrebenta, todo mundo comenta,
Que feito pimenta, o programa domingo esquenta.
Bateria arrebenta, todo mundo comenta,
Que feito pimenta o programa domingo esquenta.*

*Regina de janeiro, fevereiro e março...
Regina de janeiro, fevereiro e março...
Alô, alô...*

*Regina de janeiro, fevereiro e março...
Regina de janeiro, fevereiro e março...
Alô, alô... Alô, alô... Alô, alô... Alô, alô...
Alô, alô... Alô, alô... Alô, alô... Alô, alô...*

ANEXO B – LETRA DA MÚSICA TEMA DO ESPECIAL DE SÃO JOÃO

Adaptação – Esquenta (Samba da Regina)

*Alô Regina!
É tão gente fina que sabe chegar
Em qualquer esquina
Lá na cobertura, na laje ela está
É quem domina.
Porque tem a sina de ser popular... alô*

*A sanfona arrebenta, todo mundo comenta,
Que pulando a fogueira, o nosso domingo esquenta.*