



**Renato Nogueira Neto**

**DO BALÉ À BOLA:  
Jornalismo e entretenimento no Fantástico**

**Dissertação de Mestrado**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação, do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio.

Orientadora: Profa. Tatiana Oliveira Siciliano

Rio de Janeiro,  
Abril de 2025



**Renato Nogueira Neto**

**DO BALÉ À BOLA:  
Jornalismo e entretenimento no Fantástico**

**Dissertação de Mestrado**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação, do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo:

**Profa. Tatiana Oliveira Siciliano**

Orientadora

Departamento de Comunicação Social – Puc-Rio

**Profa. Cláudia da Silva Pereira**

Departamento de Comunicação Social – Puc-Rio

**Profa. Ana Paula Goulart de Andrade**

Escola de Comunicação e Artes – ECA-UFF

Rio de Janeiro,  
16 de abril de 2025

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, do autor e da orientadora.

## Renato Nogueira Neto

Graduado em Comunicação Social pela Escola de Comunicação da UFRJ. Trabalhou nas redações da Tribuna da Imprensa e da sucursal carioca de O Estado de São Paulo. Iniciou na Rede Manchete, em 1988, a carreira em telejornalismo. Em 1992, mudou-se para o canal pago Sportv, onde ficou por 16 anos exercendo diversas funções: redator de programas, editor-chefe do jornal diário Sportvnews, criador de modelos de transmissão ao vivo ainda hoje seguidos, coordenador de eventos nacionais e internacionais (Olimpíadas de 1996, 2000 e 2004; Copas do Mundo de 1994, 1998 e 2002), responsável por um “núcleo de jornalismo especial” dedicado a documentários esportivos. Em 2008, transferiu-se para o programa Fantástico, da TV Globo, onde permanece como editor de texto, com experiência em todas as editorias: cultura, comportamento, ciência, investigação. Formata quadros e séries, roteiriza matérias e especializou-se em reportagens sobre grandes ou pequenas histórias humanas que exijam um tratamento especialmente respeitoso e sensível.

### Ficha Catalográfica

Nogueira Neto, Renato

Do balé à bola : jornalismo e entretenimento no Fantástico / Renato Nogueira Neto ; orientadora: Tatiana Oliveira Siciliano. – 2025.

123 f. : il. color. ; 30 cm

Dissertação (mestrado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, 2025.

Inclui bibliografia

1. Comunicação Social – Teses. 2. Fantástico. 3. Jornalismo. 4. Entretenimento. 5. Televisão. I. Siciliano, Tatiana Oliveira. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Comunicação Social. III. Título.

CDD: 302.23

*À Claudia, que manteve o sorriso.*

## **Agradecimentos**

À Tatiana Siciliano, pela condução do começo ao fim por caminhos que eu não veria.

À minha filha Maria, pelo apoio material e imaterial.

Ao Artur Ituassu, pela gentileza revolucionária.

À Marise, da Secretaria, pela acolhida nos primeiros telefonemas; à Nathalia e à Juliana pela continuidade.

À Alessandra, por separar aqueles livros.

À Patrícia Machado, pelo cuidado quando eu me senti um imigrante.

À Andrea França, por incentivar um voo mais alto.

À Cláudia Pereira, pelo fino humor sempre.

Ao Arthur Dapieve, pela sabedoria.

Ao Luís Nachbin, pelo entusiasmo.

Ao Gustavo Vieira, pelos favores que pedi e recebi na organização da minha rotina profissional.

Aos colegas do mestrado, pela parceria.

À invencível brisa dos pilotis da PUC.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

## Resumo

Nogueira Neto, Renato; Siciliano, Tatiana Oliveira. **Do balé à bola: jornalismo e entretenimento no Fantástico**. Rio de Janeiro, 2025. 123p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

O objetivo desta pesquisa é refletir sobre o processo de produção do Fantástico (TV Globo), revista eletrônica semanal – criada em 1973 – que, nas noites de domingo, apresenta a notícia como um espetáculo, e oferece, assim, uma “experiência voyeur” ao telespectador. O estudo realizou nove entrevistas com profissionais que integraram ou integram sua produção e procura compreender como o programa transformou-se ao longo do tempo, a partir de dois quadros presentes desde seu lançamento: a abertura coreografada e o fechamento com o resultado do futebol. Tal continuidade de estrutura e de exibição, durante mais de cinco décadas, vem construindo certa memória dos acontecimentos do país e do mundo. Também são analisados três quadros – como estudos de caso – que marcaram o tom do programa, por alinhavarem temáticas ligadas à vida cotidiana com pílulas de informação: a) “Retrato Falado”, que procurava engajar o público com histórias reais de pessoas comuns”, encenadas pela atriz Denise Fraga; b) reportagens desenvolvidas pelo jornalista Eduardo Faustini, que, ao “encenar” certas situações, denunciava por meio das câmeras negociatas e crimes de corrupção, e assim trazia o público indignado e ávido por “justiça” para o lugar do repórter policial; c) “Bola Cheia, Bola Murcha”, que mostrava vídeos amadores no mesmo bloco em que as notícias sobre o futebol profissional encerravam a programação da noite. O quadro inaugurou um tempo de convergência no programa, por incentivar a colaboração do público e tornar o espectador também produtor de conteúdo.

## Palavras-chave:

Fantástico, jornalismo, entretenimento, televisão

## **Abstract**

Nogueira Neto, Renato; Siciliano, Tatiana Oliveira (Advisor). **From ballet to football: journalism and entertainment on Fantástico**. Rio de Janeiro, 2025. 123p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

This research's goal is to reflect about Fantástico (TV Globo) process of production, a weekly electronic magazine – release in 1973 – that presents on Sunday nights the news as a spectacle, and offers, then, a “voyeur experience” to the telespectator. The study held nine interviews with professionals that integrated or integrate its production and looks to comprehend how the show transformed itself throughout the time, from two segments present since its launch: the choreographed opening and the closing with the football scores. Said structure and exhibition continuity, during more than five decades, has been constructing certain memory about the country and world events. Three segments that defined the show's tone are also analyzed - as case studies - for basting tematics related to the day-to-day life with pills of information: a) “Retrato Falado” that looked to engage the public with true stories of “common people”, staged by the actress Denise Fraga; b) news stories developed by journalist Eduardo Faustini, who staged certain situations and reported through cameras on clandestine deals and corruption crimes, and thus placed the public, indignant and eager for “justice” in the shoes of the police reporter; c) “Bola Cheia, Bola Murcha” that showed amateur clips on the same segment in which news about professional football closed the evening schedule. The segment launched a time of convergence on the show, by encouraging the public's collaboration and making the viewer also a content creator.

## **Keywords:**

Fantástico, journalism, entertainment, television

## Sumário

Introdução .....	12
Capítulo 1. O balé da vida e a contradança da nostalgia. ....	13
1.1: Um herói por acaso.....	20
1.2: A capa da revista eletrônica.....	22
1.3: A dança do presente .....	31
Capítulo 2: O voyeur e o detetive .....	36
Capítulo 2.1. Como o voyeur se tornou justiceiro. ....	49
2.2: O encontro. ....	54
2.3: Como a matéria que vai ao ar é construída. ....	87
2.4: O lugar do voyeur e a chegada do justiceiro. ....	90
2.5: O que o espectador vê na tela da TV.....	92
Capítulo 3. Sísifo em uma redação de TV.....	99
3.1: O locutor sai do pedestal. ....	102
3.2: Um consultório aberto a todos. ....	105
3.3: A torcida invade o campo.....	109
Considerações finais .....	118
Referências bibliográficas .....	121

## Lista de Figuras

Figura 1: Cena do musical Pippin.....	17
Figura 2: Rita Lee e Tutti Frutti em 1973.....	18
Figura 3: Abertura exibida em abril de 1974, a mesma do programa de estreia, que se perdeu em um incêndio na TV Globo, em 1976. ....	19
Figura 4: A capa do disco “Secos & Molhados”, de 1973.....	20
Figura 5: A capa de “Araçá Azul”, de Caetano Veloso, lançado em 1973.....	21
Figura 6: O disco “Índia”, de Gal Costa, também de 1973. ....	21
Figura 7: Cena da abertura do Fantástico de 1987 (1).....	22
Figura 8: Cena da abertura do Fantástico de 1987 (2).....	22
Figura 9: Cenas de Blade Runner, de 1982 (1).....	23
Figura 10: Cenas de Blade Runner, de 1982 (2).....	24
Figura 11: Cena de Armação Ilimitada, exibido de 1985 a 1988.....	24
Figura 12: Cena da abertura exibida até 20 de abril de 2025 .....	26
Figura 13: Cena da abertura exibida até 20 de abril de 2025 .....	26
Figura 14: Cena da abertura do Fantástico .....	28
Figura 15: As falas da personagem e da atriz dialogam .....	33
Figura 16: As falas da personagem e da atriz dialogam .....	33
Figura 17: A atriz repete uma fala do depoimento.....	34
Figura 18: Denise recorta todas as revistas da casa.....	35
Figura 19: O quadro aproveita o humor do depoimento .....	35
Figura 20: Naíse ri ao contar a história. ....	36
Figura 21: A briga com o namorado .....	36
Figura 22: Ubirajara é interpretado pelo ator Marco Ricca é o ator que interpreta Ubirajara.....	37
Figura 23: Denise/Naíse compra ingressos para o show. ....	38
Figura 24: Encenação das vezes em que Naíse estava na plateia dos shows.38	
Figura 25: A personagem real Vitória narra a cena depois encenada.....	39
Figura 26: O episódio muda de tom. ....	39
Figura 27: O tom melancólico é desfeito no final feliz. ....	40
Figura 28: Quadros do filme Janela Indiscreta. ....	42

Figura 29: Quadros do filme Janela Indiscreta. ....	42
Figura 30: Quadro de Janela Indiscreta. ....	46
Figura 31: Um empresário oferece propina. ....	50
Figura 32: O repórter explica o que será visto na reportagem ....	51
Figura 33: O clichê dos passos que o público vai seguir.....	52
Figura 34: O repórter de vídeo entra na sala das negociatas.....	53
Figura 35: O empresário demonstra receio.....	54
Figura 36: Mas logo oferece a propina.....	54
Figura 37: A gerente de uma empresa que presta serviços de jardinagem, limpeza e vigilância segue a linha “sem cerimônia”.....	55
Figura 38: Ela começa oferecendo dez por cento do valor do contrato. ....	56
Figura 39: Em outra negociação, o gerente das ambulâncias aumenta a propina.....	56
Figura 40: Os donos de uma empresa de coleta de lixo hospitalar propõem vinte por cento.....	57
Figura 41: O empresário pede uma proposta.....	58
Figura 42: O empresário explica a manobra. ....	59
Figura 43: E simula o valor desviado. ....	59
Figura 44: O empresário diz que o pagamento é imediato.....	60
Figura 45: E que o pagamento é em dinheiro vivo. ....	61
Figura 46: Na moeda que o suposto gestor escolher.....	61
Figura 47: A gerente brinca. ....	62
Figura 48: Os empresários explicam o disfarce. ....	63
Figura 49: E o tranquilizam o gestor dizendo que sabem como fazer.....	63
Figura 50: A gerente brinca. ....	64
Figura 51: O especialista explica as regras das licitações emergenciais. ....	65
Figura 52: Artes facilitam o entendimento do público.....	66
Figura 53: O gerente da empresa de ambulâncias adianta que fará uma proposta de 280 mil reais. ....	67
Figura 54: O empresário revela uma informação que não deveria ter. ....	68
Figura 55: A gerente confessa mais uma fraude.....	69
Figura 56: As empresas que entram para perder levam seus representantes. ....	70
Figura 57: A reportagem mostra a mesma encenação na escolha da empresa para coleta de lixo hospitalar.....	70

Figura 58: E também a farsa na licitação para o aluguel de ambulâncias. ....	71
Figura 59: A gerente chama de “troca de favores” o esquema fraudulento. ....	72
Figura 60: Na imagem seguinte, a frase é dita por um dos donos da empresa de coleta hospitalar. ....	73
Figura 61: O empresário diz que faz o mesmo.....	74
Figura 62: O empresário confirma o esquema. ....	75
Figura 63: E tenta fazer graça... ..	75
Figura 64: Diz que, às vezes, nem fica sabendo que a empresa dele está em alguma disputa. ....	76
Figura 65: “É a ética do mercado”.....	77
Figura 66: O dono da empresa de ambulâncias tenta pescar valores morais no lamaçal da corrupção. ....	78
Figura 67: Ele diz que ensina os filhos a protegerem quem contrata ilicitamente a sua empresa.....	78
Figura 68: O dono da empresa de serviços chama de “corretas” as pessoas que participam da fraude.....	79
Figura 69: Vigaristas são sempre os outros. ....	79
Figura 70: Missão cumprida. ....	80
Figura 71: O ladrão na hora do roubo. ....	88
Figura 72: Quadro de “Janela Indiscreta”.....	89
Figura 73: Crime e castigo. ....	91
Figura 74: Drauzio Varella tirou a medicina do nicho científico. ....	106
Figura 75: Espera e esperança .....	107
Figura 76: A edição trabalha na chave da urgência .....	108
Figura 77: Dos campinhos mais característicos, surgiram anônimos craques e pernas de pau .....	109
Figura 78: Noel Gallagher, líder do grupo Oasis e fanático por futebol, foi julgado.....	110
Figura 79: Noite de decisão!.....	112
Figura 80: A entrega dos prêmios ao Bola Cheia e ao Bola Murcha na CBF. ....	112
Figura 81: Peladeiros de todo o Brasil invadem o Maracanã. ....	113
Figura 82: O jogo foi exibido em forma de matéria jornalística com duração de oito minutos.....	114
Figura 83: Luiz Roberto e Renato Marsiglia. ....	114

Figura 84: Em uma noite de sonho no verão, o Maraca foi do público!.....	115
Figura 85: A Zebrinha da loteria e os cavalinhos do Tadeu. ....	117

## Introdução

*Quando tinha 30 anos, tentei usar lentes de contato. Mas, mesmo quando usava, procurava meus óculos. Sentia falta do enquadramento. Acho que a visão fica mais seletiva, temos mais consciência do que vemos de fato.*  
(Wim Wenders)

O objetivo desta pesquisa é refletir sobre as construções estéticas e narrativas que sustentam a permanência e a relevância do programa *Fantástico*, da *TV Globo*, desde a estreia em 1973 até o presente. Exibido nas noites de domingo, tradicionalmente a faixa horária de maior disputa por audiência na televisão brasileira, o *Fantástico* mantém a liderança enfrentando os produtos mais competitivos dos veículos concorrentes - já incluídos nesse histórico os canais de streaming que vêm transformando a forma de o público consumir audiovisual. Preso à grade de programação, na contramão da liberdade de escolha que o streaming proporciona, o *Fantástico* atingiu em média, em 2024, 18 pontos de audiência. Segundo a empresa aferidora Kantar Ibope, esse número corresponde a cerca de cinco milhões de domicílios, com total estimado de 15 milhões de espectadores. A premissa usada na pesquisa é a de que a principal sustentação do programa está embutida no seu nome completo: *Fantástico, o show da vida*. O que vai tentar demonstrar é que, ao tratar a vida real em formato de show, o *Fantástico* produziu (e produz) memória, permanecendo relevante através de uma chave emocional.

Diante da amplitude do tema, foi preciso definir com presteza um enquadramento para o estudo. E a procura por esse enquadramento me remeteu, muitas vezes, à lembrança mais antiga e afetiva que tenho como espectador do programa. De 1974 a 1978, o artista plástico Juarez Machado teve um quadro no *Fantástico*. O tema musical foi composto especialmente pelo maestro Júlio Medaglia, músico ligado à vanguarda do século XX, arranjador da canção “Tropicália”, de Caetano Veloso. Machado, por sua vez, era conhecido pela exploração de uma estética nonsense em suas obras. Para a TV, criou um personagem chapliniano - engraçado e melancólico a um só tempo - que entrava em um cenário onde, a princípio, nada se via. Até que o personagem começasse a desenhar nesse cenário objetos com os quais passava a interagir. Eu tinha 11 anos em 1974. Na minha

lembrança mais límpida, ele desenha uma porta na parede aparentemente intransponível. E depois abre a porta, que de fato estava lá, só precisava ser revelada. Então o personagem querido vai embora pelo caminho agora aberto. Em uma analogia com as vinhetas nonsense de Juarez Machado, a afinação do enquadramento por onde esta pesquisa seguiu foi como um cuidadoso desenho de uma “porta” naquela “parede” de quando todo o processo começou.

E aqui peço licença para comentar o fator biográfico que me trouxe a um mestrado - e que me faz comparar a uma parede minhas primeiras impressões relativas ao curso. Sou um profissional do mercado. Comecei em 1988, na *Rede Manchete*. Em 1992, fiz parte da equipe que criou o canal pago *Sportv*, onde fiquei durante 16 anos. E, desde 2008, sou um dos editores de texto do *Fantástico*. Em toda essa trajetória, sempre tive o desejo de refletir sobre o trabalho. Mas, na pragmática rotina das redações de TV, não sobra espaço mental para reflexões subjetivas. Guardei o desejo, sem nunca me esquecer dele. Até que veio a pandemia. Antes da vacina, quando podíamos morrer a qualquer momento, comecei uma busca angustiada por algo vago, mas fundamental àquela altura: o sentido da vida. Foi o que me trouxe a este mestrado. Com ele, satisfação finalmente a antiga vontade de jogar luz acadêmica sobre os meus quase 40 anos de profissão, e tento encontrar um sentido no que já fiz.

A escolha do objeto da pesquisa, portanto, foi natural: estudar um tema ligado ao meu trabalho vigente pareceu, desde o início, o melhor caminho para enfrentar com alguma segurança a falta de prática acadêmica. Com a sequência das disciplinas cursadas, o início da orientação e as primeiras entrevistas gravadas, um recorte se impôs: a mistura de informação com entretenimento seria a distinção primordial entre o *Fantástico* e qualquer telejornal. Leonel Azevedo de Aguiar (2008) explica que essa mistura é usada sempre que se quer provocar emoções e envolver o público através delas. Apostando na emoção, o *Fantástico* teria ocupado seu lugar na Central Globo de Jornalismo fazendo uma “revista eletrônica”, conceito que permitiu ao programa tratar a vida como show. Em seguida, o segundo recorte da pesquisa foi exatamente a consequência dessa espetacularização da realidade: a abertura de um novo “espaço” a ser ocupado na relação entre a televisão e o telespectador. Este estudo investigou então as maneiras com que o *Fantástico*, valendo-se da espetacularização, atraiu seu público a “dar um passo à frente” e a “entrar” nas histórias contadas, movendo-se da posição passiva dos espectadores de telejornais. Os exemplos de construção estética analisados aqui foram escolhidos pelo potencial de demonstrar esta hipótese: tornando a vida um show, o *Fantástico* abriu

espaço para o voyeurismo do telespectador. Este era o enquadramento buscado: o enquadramento do voyeur. Com ele estabelecido, eu finalmente segui pela porta que Juarez Machado deixou aberta.

No percurso metodológico, também procurei me equilibrar no chão firme da experiência profissional. Desde o início, se mostrou inequívoco que a estrutura do pensamento aqui defendido deveria estar fincada nas entrevistas com quem construiu o que o programa é hoje. Entrando no meu décimo-sétimo ano de *Fantástico*, pude contar com a disponibilidade de todos os nomes cogitados. Mais até do que disponibilidade: paixão. Os convites foram aceitos com o entusiasmo mantido depois na gravação dos depoimentos. A seguir, uma breve apresentação desses entrevistados, na ordem cronológica em que as entrevistas foram feitas.

No dia 27 de fevereiro de 2024, o repórter Eduardo Faustini deu entrevista on-line de uma hora e vinte minutos. Faustini trabalhou no *Fantástico* durante 27 anos e desenvolveu um método próprio de gravar suas reportagens mais importantes, como será exposto adiante.

No dia 5 de março de 2024, o telejornalista Luiz Nascimento deu entrevista presencial de 54 minutos. Nascimento dirigiu o programa durante 25 anos, período em que se experimentaram mais inovações, incluindo-se os exemplos analisados na pesquisa.

No dia 13 de março de 2024, o atual diretor, Bruno Bernardes, deu entrevista presencial de 59 minutos. Bernardes substituiu Nascimento em 2018 com o desafio de manter o conceito de “revista eletrônica” no atual contexto de intensa disputa por audiência.

No dia 17 de maio de 2024, a telejornalista Maju Coutinho deu entrevista presencial de 53 minutos. Coutinho apresenta o *Fantástico* desde novembro de 2021, em uma escolha simbólica da necessidade perene de o programa se atualizar com os valores da sociedade.

No dia 27 de maio de 2024, o telejornalista Tadeu Schmidt deu entrevista presencial de 52 minutos. Schmidt recriou a maneira de o *Fantástico* falar de futebol, como será exposto.

No dia 11 de setembro de 2024, o médico Drauzio Varella deu entrevista presencial de 44 minutos. Varella é médico e, com a visão de especialista, foi encarregado de “traduzir” para o público geral os assuntos da ciência, como também será exposto.

No dia 29 de novembro de 2024, a atriz Denise Fraga deu entrevista on-line de uma hora e nove minutos. Durante oito anos, Fraga esteve à frente do quadro “Retrato Falado”, exemplo literal da vida transformada em show, e analisado na pesquisa.

No mesmo dia 29 de novembro, o músico Guto Graça Mello deu entrevista on-line de uma hora e três minutos. Graça Mello é o compositor do tema de abertura do *Fantástico*, um dos principais vetores na produção da memória coletiva ligada ao programa.

E, no dia 11 de dezembro de 2024, o diretor artístico Jorge Espírito Santo deu entrevista on-line de 32 minutos. De 2014 a 2023, ele foi o responsável pelas renovações visuais do programa, inclusive das aberturas.

São profissionais de diferentes funções e gerações, mas igualmente importantes na história do *Fantástico*, e pelo mesmo motivo: estão ligados a construções narrativas que, em seus momentos, inovaram a linguagem do programa. Essa constante busca de inovação indicou para a pesquisa um dos possíveis motivos da permanência do *Fantástico*: a “permanência pela mudança”. Novidades de formato são criadas para que se realmente a essência: mobilizar o público através da emoção.

Outra das hipóteses que a pesquisa se propôs a investigar é a de que as aberturas do *Fantástico* teriam captado o espírito do tempo em que foram exibidas, tornando-se “objetos de memória”, como definidos por Marialva Barbosa (2019). O capítulo inicial deste trabalho partiu da primeira abertura do programa, no fundo da ditadura. Ao estudo dessa se somaram a mais icônica das aberturas, a da redemocratização, com a atriz Isadora Ribeiro emergindo de um lago, e também a abertura exibida até abril de 2025, que tenta se alinhar às lutas inclusivas presentes na sociedade. O que se tentará demonstrar é como as aberturas, ao captarem o espírito do tempo, construíram uma sensação de “familiaridade” com o público, proporcionando-se, com essa relação de confiança, o convite ao voyeur: “Olhe bem, preste atenção” - que é o primeiro verso da música tema.

O quadro “Retrato Falado”, analisado no segundo capítulo, fez um elogio a esse voyeurismo. Ao contar artisticamente histórias cotidianas de pessoas anônimas, estava inserido no propósito do *Fantástico*, o *show da vida* desde a sua criação, em 1973: o de ser um lugar no qual entretenimento e informação se encontram amalgamados. Para Dominique Wolton, os produtos de comunicação de massa possibilitam um compartilhamento de ideias que gera “laços sociais” (1996). A intenção do “Retrato Falado” era imprimir cumplicidade com o espectador, como se fosse uma “conversa de

vila” sobre a vida dos outros. A atriz Denise Fraga, estrela da companhia, vê no quadro “uma homenagem às pessoas comuns”.

No mesmo capítulo, o espectador voyeur avança mais um pouco, sente-se como que participando da ação exibida e se põe no lugar de “detetive”. O movimento é provocado por um formato de reportagem, desenvolvido por Eduardo Faustini, que “convoca” o público a entrar com ele na cena do crime. Faustini criava situações-armadilha e atraía para elas empresários investigados por corrupção. A chave que abriu os ambientes até então privados e tornou espetáculo o conteúdo revelado foi a câmera de vigilância - usada de maneira nova pelo repórter: em ambientes controlados. Em uma sala de 50 metros quadrados, três delas apontavam para as cadeiras em que os empresários suspeitos se sentaram. A aparência de não interferência humana que esse tipo de imagem conota gerava a impressão de que tudo ali “realmente aconteceu” (ANDRADE, 2008). E a mutação do observador em vingador se completava pela emoção de ver o corrupto ser desmascarado (POLYDORO, 2020).

Por fim, no capítulo 3, o espectador chega ao paroxismo do conceito anunciado no aposto *show da vida*: ele próprio se põe no papel de protagonista e produz o conteúdo que vai ao ar. O caso estudado é o quadro “Bola Cheia, Bola Murcha”, que era exibido no bloco do futebol profissional, mas feito pelo público, com vídeos amadores, em um exemplo de interação entre o meio de comunicação de massa (TV) e o ambiente digital (internet) nunca mais repetida tão plenamente no programa. Para Jenkins, experiências como a do “Bola Cheia, Bola Murcha” florescem no interior da cultura de convergência hoje vigente (2006, p 340). Em seu encerramento, a pesquisa reencontra o seu início tentando perceber nos “cavalinhos torcedores” as características necessárias para produzir memória (como as aberturas do programa produziram). Isso se daria, conforme reflexão de Ana Paula Goulart sobre nostalgia (2018), porque os cavalinhos guardam signos de uma experiência comunitária. Antes mesmo de serem licenciados, os bonecos já estavam em versões piratas nos estádios e sinais de trânsito. Goulart escreve: “O passado é acionado de forma alusiva, como elemento de produção de familiaridade, conexão emocional e identificação do consumidor com os produtos” (p 3).

Tratando o futebol como show, os cavalinhos proporcionam uma experiência comunitária baseada na emoção - e talvez estejam produzindo futuras memórias do *Fantástico*. Assim se manteria o ciclo inaugurado em 1973: ao captar o espírito do tempo, as aberturas produziram memórias compartilhadas com o público; a relação de confiança formada com isso atraiu o espectador para o lugar do voyeur, explorado em produtos

como o “Retrato Falado”; essa “intimidade” acentuou-se com as câmeras de vigilância abrindo ambientes antes proibidos e levando o voyeur ao lugar de “detetive” em reportagens especiais; e a “parceria” entre programa e público se completou quando o público fez o programa, caso do quadro “Bola Cheia, Bola Murcha”.

Esta dissertação é um convite para que o leitor percorra alguns dos aspectos narrativos que fazem a realidade emergir no *Fantástico* como *o show da vida*.

## Capítulo 1. O balé da vida e a contradança da nostalgia.

*Eu quero é botar meu bloco na rua, gingar  
pra dar e vender...  
(Sérgio Sampaio)*

Para abrir esta dissertação, proponho justamente uma análise das aberturas do programa. A escolha das três aberturas que serão tratadas neste capítulo teve como critério a força com que cada uma delas expressa o espírito do tempo em que foi exibida. Assim, a soma das três acaba resumindo a cronologia dos 51 anos do *Fantástico*: o início, durante a ditadura; o meio, na redemocratização; e o fim, no enfrentamento das questões do presente. A análise terá como método entrevistas com profissionais que trabalharam nessas aberturas e bibliografia sobre os enquadramentos da memória que o programa produziu e produz.

Das três aberturas analisadas, duas representam o que chamei de “contradança da nostalgia”, categorização por mim realizada para destacar a função da nostalgia no resgate dos signos que identificam determinado período de tempo, conforme discussão a seguir. Essas duas aberturas levam o olhar para o passado. A primeira de todas, ainda em preto e branco, libertária e ousada, foi ao ar em 1973. A mais lembrada das aberturas do *Fantástico*, em que a atriz Isadora Ribeiro emerge de um lago para um mundo de neons e cores ácidas, estreou em 1987. No terceiro caso estudado, o olhar se volta para o presente e para a “dança da vida” que se lê no título do capítulo: é a concepção atual, inclusiva e desafiadora, simbolizada por bailarinos que não se encaixam nos padrões físicos esperados de um corpo de baile. O *zeitgeist* em 2024 é o da inclusão. De certo modo, o oposto do espírito do tempo no começo desta história, durante a ditadura militar.

Talvez como show a vida pudesse passar na TV em 1973. Em *A Ditadura Escancarada* (2003), o jornalista e pesquisador Elio Gaspari conta - para ficarmos só em 1973 - alguns exemplos: eram tantas as supressões de notícias que o jornal *O Estado de São Paulo* chegou a ocupar os espaços vazios com trechos d’*Os Lusíadas*, de Luís de Camões. Recomendava-se mesmo não ir muito além da ironia ao protestar. Em abril de 1973, o Exército fechou uma lista de 51 possíveis colaboradores da guerrilha no Araguaia<sup>1</sup>. Em outubro, os 43 que tinham sido presos foram executados. Gaspari completa: “Pelo menos dois cadáveres foram deixados insepultos na floresta” (p 459).

---

<sup>1</sup> A Guerrilha do Araguaia foi um movimento armado contra a ditadura estabelecido na Amazônia.

Pois bem, às oito horas da noite do dia 5 de agosto daquele ano terrível, um balé de estética hippie, meio *Hair*<sup>2</sup>, meio Carnaval de Veneza, subverteu a apatia dominical dos programas de auditório. O primeiro *Fantástico* estreou. Depois da abertura musical, foi oferecida ao público uma mistura de jornalismo e entretenimento àquela época inédita na televisão mundial, segundo o idealizador do projeto, José Bonifácio Sobrinho (2011, p 304). O programa de estreia exibiu uma entrevista com o cirurgião plástico Ivo Pitanguy; um acrobata pendurado na asa de um avião; uma reportagem sobre a vida do músico brasileiro Sérgio Mendes em Nova York; o furo jornalístico que registrou o jogador Tostão, craque da seleção brasileira campeã da Copa anterior, em 1970, recebendo o laudo médico que encerrou precocemente sua carreira; um musical de Carmen Miranda interpretada por Marília Pêra; um esquete com Sandra Bréa inspirado em Marilyn Monroe; e uma reportagem especial sobre criogenia: método científico para preservar pacientes terminais até que a cura de suas doenças fosse descoberta. Nem só *Jornal Nacional*, nem só novela - exibidos de segunda a sábado na mesma faixa horária, mas sem se misturarem. Aos domingos, realidade e dramaturgia estariam no mesmo programa, juntas para sempre. “Quando o *Fantástico* entrou no ar, foi para toda a vida”, vaticinou Homero Icara Sanchez, então diretor de pesquisas da emissora. Estava aberta uma interseção entre as editorias, o espaço para que matérias jornalísticas pudessem ser pensadas e realizadas como espetáculo.

Meio século depois, há até um neologismo para esse formato: infotenimento (informação mais entretenimento). A leitura do artigo “Entretenimento: valor-notícia fundamental”, de Leonel Azevedo de Aguiar, sobre jornalismo impresso, parece se encaixar em uma análise sobre telejornalismo. O autor explica que a intenção por trás de um produto de infotenimento é provocar emoções e assim envolver o leitor (no nosso caso, o telespectador): “Ao elaborar um produto baseado na lógica das sensações, cumpre uma função educativa - desperta o público para assuntos da comunidade - e uma função de lazer” (2008, p 6). Aguiar localiza o infotenimento numa escala que começa no século XIX, com o sensacionalismo da *penny press* (jornais baratos e populares) nos Estados Unidos. E, às críticas que essa proximidade causa, pondera que há nelas uma “incompreensão histórica” de um modelo que redefiniu o que é público e o que é privado. O autor arremata: “Infotenimento, essa mistura de informação com entretenimento, cria

---

<sup>2</sup> *Hair* é um musical de 1967 adaptado para o cinema em 1979 pelo diretor Milos Forman.

técnicas para apresentar a notícia como se um segredo fosse revelado ao leitor” (p 8). Talvez como entretenimento, a informação pudesse ser dada na TV, no Brasil de 1973. Mas nem isso era garantido.

Em entrevista exibida nas comemorações dos 50 anos do *Fantástico*, em 2023<sup>3</sup>, o historiador Carlos Fico afirmou que a *TV Globo* teve muito material que não foi ao ar: “Era uma época de renovação na cultura, de rock and roll, etc. E havia também uma preocupação da ditadura com essas manifestações mais libertárias”. A MPB mais combativa também era alvo da censura, a ponto de o compositor Chico Buarque criar o pseudônimo Julinho da Adelaide para assinar suas músicas, uma tentativa de passar despercebido pelos censores. E mesmo criações menos engajadas politicamente foram proibidas. No artigo “Censura e ditadura no Brasil, do golpe à transição democrática”, Marcelo Ridenti cita uma canção que fez muito sucesso antes e depois do veto: “Foi o caso da canção, de 1973, ‘Uma vida só’, mais conhecida como ‘Pare de tomar a pílula’, na qual Odair José ousava pedir para a namorada deixar de usar contraceptivos num momento em que o governo fazia campanha para o controle da natalidade” (p 9).

### **1.1: Um herói por acaso.**

Guto Graça Mello é um violonista, compositor e arranjador reverenciado no mercado de televisão. Naquele início de década de 1970, de espaçonaves, guerrilhas e Cardinales bonitas, era apenas um rapaz latino-americano sem dinheiro no banco. Mas com amigos importantes. Aos 24 anos de idade, formado em música pela Pró-Arte, do Rio de Janeiro, Graça Mello tinha composto a trilha sonora de um filme obscuro (*Missão: Matar*, de 1972) com um protagonista famoso, o ator Tarcísio Meira, e um produtor poderoso, Walter Clark, à época diretor-geral da *TV Globo*. E era cunhado da atriz Marília Pêra. Naquele mesmo ano, ele chegou à emissora. Em dezembro, *A Buzina do Chacrinha*, programa de auditório exibido nas noites de domingo, mudou-se para a *TV Tupi*.<sup>4</sup> Oito meses e algumas atrações provisórias depois, o vazio na grade de programação da *TV Globo* viria a ser ocupado por um produto nunca antes visto na televisão brasileira.

Em entrevista para o site *Memória Globo*, o diretor de programação à época, José Bonifácio Sobrinho, explica que a ideia original foi a de um programa que misturasse, em

---

<sup>3</sup> Documentário sobre os 50 anos do *Fantástico*, disponibilizado no GloboPlay em 6 de agosto de 2023.

<sup>4</sup> A *Tupi* foi a primeira emissora a operar no Brasil, em 1950, e saiu do ar em 1980.

duas horas, tudo que a *TV Globo* já oferecia ao público: “Eu quero um pouco do que ela tem de novela, eu quero um pouco do que ela tem de humor, eu quero que tenha um pouco de jornalismo, entretenimento, diversão, eu quero circo, eu quero tudo”. Na autobiografia *O Livro do Boni* (2011), ele conta que convocou todas as centrais de produção para participarem da elaboração da novidade (p 304). Guto Graça Mello foi um dos convocados: “O Boni não disse o que era. E lá fui eu. Eu estava na famosa reunião de criação do *Fantástico*”<sup>5</sup>. Em entrevista para esta pesquisa<sup>6</sup>, Graça Mello repete as palavras com que Boni teria aberto o encontro: “Eu vou descrever para vocês um programa que a *TV Globo* vai estreiar. Aliás eu não vou descrever, eu vou mostrar”. O compositor revela que o diretor de programação pegou uma revista - “Que eu não lembro se era *O Cruzeiro* ou *Manchete*”<sup>7</sup> - e começou a folhear. Todos os participantes ficaram olhando, ainda sem entender do que se tratava. Graça Mello repete as palavras de Boni: “O programa é isto aqui. Começa pela capa. Virou para a página seguinte: um índice. Nós temos que fazer. Logicamente enfeitado, mas é o índice. Virou. Uma página com o grande acontecimento da semana ou uma página política. Virou. Uma coluna social”. E seguiu assim. Surge então o conceito de “revista eletrônica”. Segundo seu criador, Boni, o *Fantástico* foi o primeiro a segui-lo em todo o mundo: “O formato e o título foram vendidos para mais de sessenta países” (2011, p 304).

Graça Mello puxa mais da memória. Cita a empolgação ao redor dele e o incômodo interior que sentiu naqueles minutos, pensando: “O que eu estou fazendo aqui?” Até Boni virar-se para ele e determinar: “Você vai compor a música de abertura”.

---

<sup>5</sup> Também estavam na reunião: João Loredo, o primeiro diretor do programa; Borjalo, diretor da Central Globo de Produção; Armando Nogueira e Alice-Maria, pela Central Globo de Jornalismo; Daniel Filho, diretor geral de dramaturgia; Paulo Gil Soares, da Divisão de Reportagens Especiais; os jornalistas José-Itamar de Freitas, Luiz Lobo e Luiz Edgar de Andrade; os diretores Manoel Carlos, Augusto César Vannucci, Nilton Travesso e Maurício Sherman; o autor de telenovelas Walter Jorge Durst; e os produtores musicais Luiz Carlos Miele e Ronaldo Bôscoli.

<sup>6</sup> Entrevista concedida em 29 de novembro de 2024, gerando um arquivo de áudio com uma hora e três minutos.

<sup>7</sup> *O Cruzeiro* e *Manchete* foram revistas importantes no Brasil na virada dos anos 1960 para os 1970.

## 1.2: A capa da revista eletrônica.

“A *Globo* nessa época era a do Radamés Gnattali<sup>8</sup>, só tinha fera de arranjo”, Graça Mello relembra na entrevista. “Os melhores músicos do país estavam lá, e eu ainda chegando”. Revisitando aquela reunião, ele ecoa a ordem que recebeu de Boni - “A música vai determinar a cara do programa!” - e confessa que entrou em pânico na hora de botar mãos às cordas: “Não vinha nada, nada, nada. Vinha uma coisa meio bossa nova, mas não era essa a cara do programa. E aí tem a história da maternidade”.

Uma das filhas do compositor nasceu na noite de 22 de dezembro de 1972. Apavorado com o bloqueio criativo e com o prazo dado por Boni, Graça Mello não queria se afastar do violão. Levou o instrumento para o hospital e o escondeu debaixo da cama. Ele considera “mágico” o que se seguiu: “Às dez horas da noite, mais ou menos, levaram a minha filha para o bercinho do quarto. Meia-noite e pouco, uma hora da manhã, eu puxei o violão e, olhando para ela, aquela parte inicial toda (cantarola) nasceu... Eu saí tocando! Foi mágico, mágico!” Ligou para Boni: “Eu tenho um conceito para mostrar!” Levou o violão para a emissora, cantarolou ainda sem letra. Segundo ele, o diretor exclamou que era exatamente o que tinha imaginado e decidiu na mesma hora que a letra seria dele, Boni. E que a concepção visual da primeira abertura do *Fantástico* seguiria a música de Guto Graça Mello.

A primeira logomarca do programa foi criada e desenvolvida pelos designers Nilton Nunes e Cyro Del Nero. Na abertura, dirigida por Augusto Cesar Vannucci, a inspiração visual foi o musical *Pippin*, que havia estreado em Nova York em outubro de 1972. Vivia-se o auge da estética hippie, que valorizava escolhas individuais e improvisadas no modo de se vestir, pregando uma espécie de “desuniformização” coerente com o discurso libertário do movimento. A identidade visual coletiva se fazia na soma dessas identidades visuais individuais, como demonstrado na figura 1.

---

<sup>8</sup> Prestigiado arranjador gaúcho, trabalhou durante 11 anos na *TV Globo*.

Figura 1: Cena do musical Pippin.

Fonte: MTI SHOWS<sup>9</sup>

Se na Europa e nos Estados Unidos os jovens queriam se libertar de um modo de vida herdado dos pais, no Brasil a rejeição era à ditadura. Na figura 2, um exemplo de 1973: Rita Lee, o grupo Tutti Frutti e a estética hippie como afirmação da liberdade naqueles anos.

Figura 2: Rita Lee e Tutti Frutti em 1973.

Fonte RITA LEE & TUTTI FRUTTI. Foto publicada no Facebook.<sup>10</sup>

<sup>9</sup> MTI SHOWS. 50 Years Later: Original Pippin Cast Members Look Back. Disponível em: <https://www.mtishows.com/news/50-years-later-original-pippin-cast-members-look-back>.

<sup>10</sup> RITA LEE & TUTTI FRUTTI. Foto publicada no Facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/ritalee.tuttifrutti/photos/a.280846328661369/280846345328034/?type=3>

A primeira abertura do Fantástico era uma expressão visual do *zeitgeist* quando o programa estreou, como demonstram as imagens da figura 3.

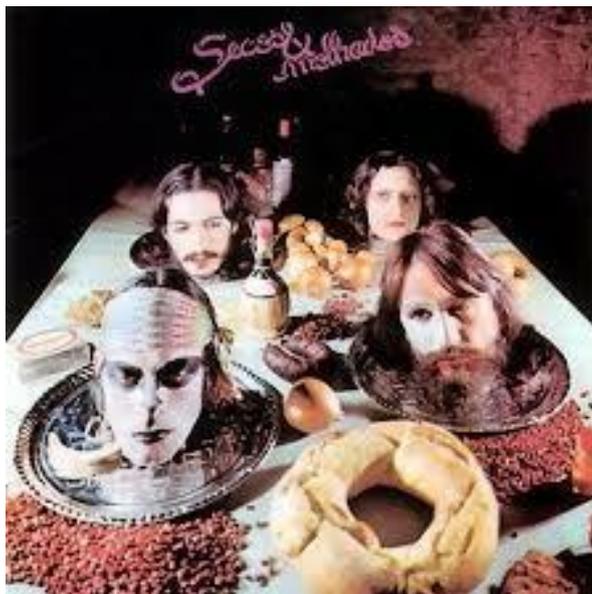
Figura 3: Abertura exibida em abril de 1974, a mesma do programa de estreia, que se perdeu em um incêndio na TV Globo, em 1976.



Fonte: Acervo TV Globo

Mas a missão de Graça Mello para o programa de estreia não estava cumprida. O compositor da trilha de abertura seria o responsável, também, pela escolha dos clipes musicais que viriam a marcar quase 20 anos do *Fantástico*. O primeiro de todos foi escolhido pela capa do disco: Secos & Molhados, um grupo que misturava livremente rock e MPB, um sinal daqueles tempos de rebeldia e imaginação. Graça Mello conta que não precisou nem ouvir a música: “Eu só vi aquela coisa da mesa e das cabeças. Pensei: ‘Se a música for ruim, que seja. Mas a capa está revelando uma ideia’. A capa, nos anos 60 e 70, correspondia a um conceito”, ele disse na entrevista. Na figura 4, a capa do disco “Secos & Molhados”, de 1973, anuncia a novidade que se ouve nas canções dentro dela.

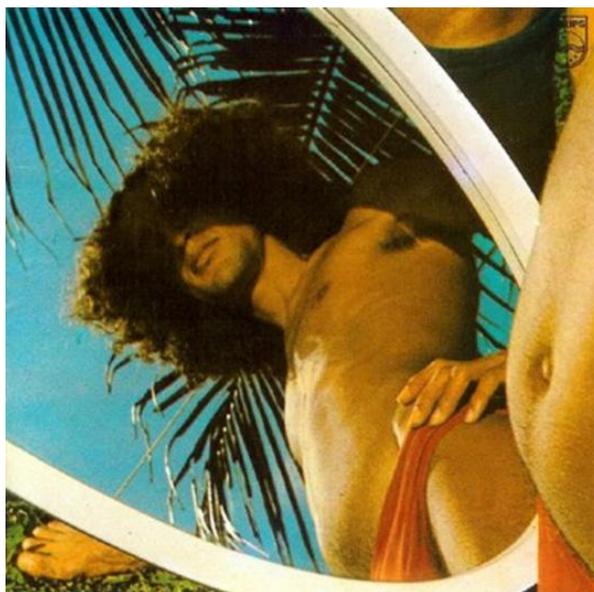
Figura 4: A capa do disco “Secos & Molhados”, de 1973.



Fonte: Acervo TV Globo

A capa do “Secos & Molhados era um sinal dos tempos – tempos captados também por artistas como Caetano Veloso e Gal Costa. Em seus discos de 1973, as capas eram provocativas como as músicas compostas para eles, como demonstrado nas figuras 5 e 6. O álbum “Índia”, de Gal Costa, chegou a ter capa e contracapa censuradas pela exposição do corpo da cantora. Só podia ser comercializado dentro de um envelope plástico azul.

Figura 5: A capa de “Araçá Azul”, de Caetano Veloso, lançado em 1973.



Fonte: WIKIPÉDIA<sup>11</sup>

Figura 6: O disco “Índia”, de Gal Costa, também de 1973.



Fonte: RIMAS E BATIDAS<sup>12</sup>

As capas com que Graça Mello se deparou diariamente como diretor musical do *Fantástico* faziam uma mediação entre a gravadora, o artista e o público em uma escala

<sup>11</sup> WIKIPÉDIA. Araçá Azul. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Araçá\\_Azul](https://pt.wikipedia.org/wiki/Araçá_Azul)

<sup>12</sup> RIMAS E BATIDAS. **Notas de contracapa #6: Fragmentos do universo Gal Costa.** Disponível em: <https://www.rimasebatidas.pt/notas-de-contracapa-6-fragmentos-do-universo-gal-costa/>

de produção incrementada enormemente com a exposição na TV<sup>13</sup>. Essa escala está bem demonstrada no artigo “Memória Visual e Representação do Rock e da Jovem Guarda nas Capas de Discos” (2020). Os autores Herom Vargas e Mozahir Bruck afirmam: “Como mediadora, a capa é um espaço simbólico de negociação entre interesses comerciais, projetos estéticos do rock, gostos e comportamentos” (p 3). Uma analogia com as “capas” de uma “revista eletrônica” parece viável quando sustentada pela ideia de que tanto as capas dos velhos discos de vinil compartilhados entre amigos quanto às aberturas do *Fantástico* assistidas semanalmente em família são “objetos de memória” como definidos por Marialva Barbosa. Em “Comunicação, História e Memória: Diálogos Possíveis” (2019) ela escreve que objetos de memória duram no tempo sob a forma de signos que transportam do passado para o presente a experiência comunitária que ativavam: “É o ato comunicacional que instaura a concomitância capaz de transportar do passado para o presente vestígios duradouros que só perduraram por serem atos de comunicação” (p 14). É assim que as aberturas do *Fantástico* analisadas neste trabalho transportam para o presente o espírito do tempo de quando foram exibidas. Nas figuras 7 e 8, a abertura mais lembrada celebra o futuro que parecia ter chegado.

Figura 7: Cena da abertura do Fantástico de 1987 (1)



Fonte: Acervo TV Globo

---

<sup>13</sup> O jornalista Ernesto Rodrigues conta, no livro *A Globo - 1965 a 1984* (2024), que a gravadora Continental tinha imprimido 1.500 cópias do “Secos & Molhados”. Depois da exibição do clipe no *Fantástico*, a gravadora precisou derreter discos de outros artistas para reusar o vinil em um milhão de novas cópias do grupo.

Figura 8: Cena da abertura do Fantástico de 1987 (2)



Fonte: Acervo TV Globo

Em 1987, o Brasil começava a viver a redemocratização do país, estabelecida em 1985 depois de 21 anos de ditadura. Foi um processo arrastado, com avanços e recuos, desde que o general Ernesto Geisel anunciou em 1974, em sua posse como presidente escolhido pelo regime, que faria uma abertura “lenta, gradual e segura”. Foi sucedido por outro general, João Figueiredo, em 1979. Em 1984, a população tomou as ruas para pedir eleições diretas para presidente. No ano seguinte, os civis Tancredo Neves e seu vice, José Sarney, foram eleitos pelo colégio eleitoral do Congresso. Ao fim dessa eleição, ainda que indireta, o espírito do tempo era de deslumbramento e esperança. Fora daqui, o filme *Blade Runner, o caçador de Androides* (1982) havia popularizado dilemas existenciais que estariam por vir e concebido a nova identidade visual do mundo que nos aguardava, habitado por seres replicantes, meio gente, meio robôs. Parafraseando o próprio tema de abertura do *Fantástico*, a trajetória do programa desde a estreia até aquele ponto de virada foi “dos anos de chumbo ao homem de plástico”<sup>14</sup>. O filme massificou a estética *dark*: escura, pálida, deprimida – como demonstram as figuras 9 e 10.

---

<sup>14</sup> O verso é “Da idade da pedra ao homem de plástico”, do tema composto por Guto Graça Mello e José Bonifácio Sobrinho.

Figura 9: Cenas de Blade Runner, de 1982 (1)



Fonte: Site Flim

Figura 10: Cenas de Blade Runner, de 1982 (2)



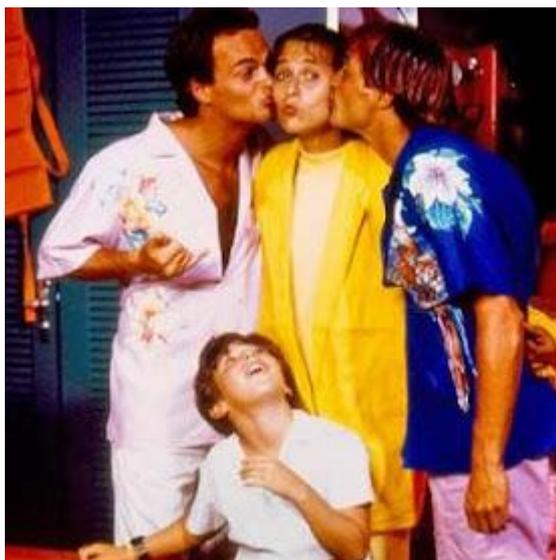
Fonte: Site Flim

No filme, chove o tempo todo. Mas, por aqui, a distopia dark de *Blade Runner* pegou o sol da liberdade. Foram muitos raios fúlgidos: o rock brasileiro sonorizou o grito de uma geração que podia, enfim, falar o que quisesse; o novo humor do *TV Pirata*<sup>15</sup> ganhou horário nobre na grade de programação; o seriado *Armação Ilimitada*, protagonizado por um trisal muito antes de essa palavra existir, absorvia outras linguagens, de quadrinhos a Filmes B, para pregar a liberdade sexual. Como na figura 11.

---

<sup>15</sup> O programa estreou em 1988 levando ao público um formato sem bordões nem claque, inspirado principalmente no grupo inglês *Monty Python*. O elenco da primeira temporada era composto por artistas com carreira no teatro: Débora Bloch, Louise Cardoso, Cristina Pereira, Regina Casé, Guilherme Karan, Ney Latorraca, Luís Fernando Guimarães, Diogo Vilela. Os autores vinham também da literatura e de revistas de humor: Luís Fernando Veríssimo, Pedro Cardoso, Bussunda, Cláudio Manoel, Marcelo Madureira, entre outros. A direção geral era de Guel Arraes.

Figura 11: Cena de Armação Ilimitada, exibido de 1985 a 1988.



Fonte: Acervo TV Globo

A capa do *Fantástico* precisava acompanhar o novo *zeitgeist*, e o responsável pela imagem da *TV Globo* à época era o alemão Hans Donner, estudioso do uso de novas tecnologias em seu estilo como designer. Donner desenvolveu como principal ferramenta a computação gráfica. São dele criações que ficaram na memória coletiva brasileira, como as aberturas dos humorísticos *Planeta dos Homens* (1976)<sup>16</sup> e *Viva o Gordo* (1982)<sup>17</sup>. Em 1987, ele fez uma atualização radical da abertura do *Fantástico*. Na primeira cena, a atriz Isadora Ribeiro e o bailarino Ciro Barcelos emergem meio replicantes, mas solares, em trajes futuristas, das águas do lago Mono Lake, na Califórnia. Foi a década do exagero. Tudo brilhava.

Guto Graça Mello continuava a ser o responsável pelas modificações no arranjo da música a cada renovação visual pelas quais as aberturas passaram: “Esse da Isadora foi o último de que eu participei”. Ele trabalhava, então, com o maestro Lincoln Olivetti. Boni tinha dado o prazo de uma semana para que eles entregassem a versão nova. Tempo curto, segundo Graça Mello: “Eu fui para a casa do Lincoln, me lembro bem, numa sexta-feira, por volta de meio-dia, e trabalhamos direto, sem dormir, sexta, sábado e domingo. Segunda-feira estava pronto, gravado e mixado. Eu voltei para a minha casa segunda de manhã. Quando cheguei, suando frio, jurei nunca mais trabalhar daquele jeito. Eu parei

<sup>16</sup> Com uso de computação gráfica, a bailarina Wilma Dias surge dentro de uma banana descascada por um ator caracterizado como no filme *Planeta dos Macacos* (1968).

<sup>17</sup> Também com uso de computação gráfica, Jô Soares interagiu com personalidades da época: Gorbachev, Reagan, Princesa Diana, Ulysses Guimarães, Margaret Thatcher e Maradona.

ali”. Revisitar, pela nostalgia, as duas aberturas estudadas até aqui trouxe à tona períodos de tempo mergulhados na memória coletiva. A questão que se impõe a partir de agora é a da ressignificação atual desses dois pedaços do passado.

### 1.3: A dança do presente

*A memória é uma ilha de edição... Onde e como armazenar a cor de cada instante?*  
(Waly Salomão)

O que a abertura de 1973, com sua ousadia estética, e a abertura de 1987, com seu futurismo ingênuo, podem transferir para as questões do presente quando são resgatadas do passado? Sabendo-se que essa conexão com a memória é principalmente emocional (RIBEIRO, 2018), a recuperação do vigor do que já foi presente talvez se dê através da longa construção de familiaridade do público com o *Fantástico*. Em “Mercado da Nostalgia e Narrativas Audiovisuais”, Ana Paula Goulart Ribeiro aponta: “Imagens, sons, cheiros e sabores evocam memórias pessoais e desejo de reviver sensorialidades e emoções de outrora” (2018, p 4). A depender do recorte geracional, as imagens e os sons das aberturas do *Fantástico* estarão ligadas aos anos de formação dos indivíduos. O nosso mal-estar com a velocidade do tempo, ainda segundo Ribeiro, nos leva ao abrigo desse passado formador, encerrado, sem mais surpresas - e, de acordo com Michael Pollak, sempre ressignificado no presente. Pollak escreve em *Memória, Esquecimento, Silêncio* (1989): “O trabalho de enquadramento da memória se alimenta do material fornecido pela história (...) Esse trabalho reinterpreta incessantemente o passado em função dos combates do presente e do futuro” (p 7). Entre os combates do presente brasileiro, está a luta do movimento negro, estabelecida no mundo inteiro e ainda mais significativa no último país a abolir a escravidão. Nas figuras 12 e 13, bailarinos profissionais de diversas etnias, idades e tamanhos, seguem uma “coreografia da inclusão”.

Figura 12: Cena da abertura exibida até 20 de abril de 2025



Fonte: Acervo TV Globo

Figura 13: Cena da abertura exibida até 20 de abril de 2025



Fonte: Acervo TV Globo

O jornalista Jorge Espírito Santo, de 61 anos, com passagem pelos principais jornais do Rio e de São Paulo, estreou em televisão na *MTV*. Foi para a *TV Globo* no ano dois mil. No *Fantástico*, trabalhou como diretor artístico de 2014 a 2023. Jorge Espírito Santo é negro. Ele é o responsável pela abertura que ficou no ar até abril de 2025. Na entrevista dada para esta pesquisa, em 11 de dezembro de 2024, chamou atenção para uma consequência do recrudescimento na briga pela audiência: “O *Fantástico* é um dos poucos programas que ainda têm capa, nesse sentido de abertura. Ninguém mais faz abertura, as novelas quase não fazem mais. E o *Fantástico* ainda investe muito na capa”. O motivo desse quase fim das aberturas é o medo do *zapping* durante uma apresentação mais longa e lenta, o medo de que o espectador fuja dali e vá espiar a programação das emissoras concorrentes. Ele dá um exemplo de como o programa resiste: “Aquele abertura tem duas versões. Uma versão de um minuto e uma versão de 30 segundos. A de 30 segundos nunca foi ao ar”. Isso porque nunca foi detectada perda de audiência durante a abertura de um minuto. Ele conclui: “Ela é tão icônica naquele espaço que aquele minuto não incomoda. Ao contrário: ela é familiar. Você fica envolvido na música, na dança, à espera do que virá a seguir”.

Jorge Espírito Santo dirigiu cinco aberturas. De uma delas, excessivamente tecnológica, ele não gosta: “Ela perdeu o lado humano. As aberturas sempre foram fundamentalmente humanas, tinha sempre a pessoa”. Foi o *turning point*. Na abertura seguinte, tinha uma bailarina que usava prótese na perna - “E a gente voltou a incluir pessoas”. O ex-diretor artístico diz que a ousadia de 1973 e a esperança de 1987 desembocaram naturalmente na diversidade de 2024: “O *Fantástico* sempre está atento aos movimentos da sociedade, o *Fantástico* é uma fonte de inovação desde a capa”. Cinquenta e um anos depois da inovação inicial, o programa é apresentado por duas mulheres, Poliana Abritta e Maju Coutinho - e Maju Coutinho é negra. Na figura 14, a “capa” do *Fantástico* em tempos de reparação histórica.

Figura 14: Cena da abertura do Fantástico



Fonte: Acervo TV Globo

Em *Crítica da Razão Negra* (2014), o filósofo e historiador camaronês Achille Mbembe se põe a nos fazer ver que a exuberância do período em que a civilização europeia se desdobrou em direção às Américas se sustentava vergonhosamente no escravagismo: “Quando tem início a conquista das terras da América, afroibéricos e escravos africanos integram tripulações marítimas, postos comerciais, plantações e centros urbanos (...) Estão no centro das novas dinâmicas” (p 32). Mas era uma espécie de “centro periférico”. Ao escrever sobre as incessantes idas e vindas de uma margem a outra do Atlântico, o autor escolhe a palavra “crioulização” para o intenso tráfego de religiões, tecnologias e culturas. E nos lembra de que nunca estiveram na lógica do colonizador a intenção de estabelecer relações de trabalho que mereçam esse nome ou a disponibilidade para se enamorar dos repertórios culturais africanos. Pelo contrário, foi preciso esconder no porão da História a importância dessas populações - estratégia que

Mbembe viria a chamar de “altericídio”, ou seja: a negação do outro. Se o nosso *zeitgeist* é o oposto disso, se o espírito do tempo, hoje, é o da afirmação do outro, a escolha de Maju Coutinho para a apresentação do programa vem a satisfazer uma cobrança social já em curso.

“A gente criou as nossas estratégias, a nossa capoeira, a gente vai pelas beiradas”, disse Coutinho logo no início da entrevista gravada no dia 17 de maio de 2024, com 51 minutos de duração. Ela é uma mulher negra, paulistana, de classe média. Tem 46 anos. Chegou à *TV Globo* em 2007 e apresenta o *Fantástico* desde 2021. Pergunto se estar à frente do programa é romper o “altericídio” e ela responde que sim. Mas tem cautela: “De repente eu estou em um dos programas de maior audiência de uma emissora que agora vem acordando para a visibilidade desse povo negro na telinha. Mas isso não garante que uma menina mais pobre vá romper também”. Depois, riu diante da pergunta sobre já ter sido vista alguma vez como uma ameaça para a sociedade: “Sempre!” E se lembrou de um pequeno acontecimento triste, de quando era criança na escola e o estojo de uma colega sumiu: “Ela falou que eu tinha pegado o estojo”. Com o sucesso na profissão, ela continuou a ser “ameaça”? Coutinho acha que sim: “Estou roubando esse lugar que não era para ser meu”.

Com ela, editei reportagens que deram - para uma audiência de 15 milhões de brasileiros - a citada visibilidade do povo negro na telinha. Logo no primeiro ano, pautamos a diferença entre os conselhos ouvidos em famílias pretas e famílias brancas. O garoto branco pega a bicicleta e vai dar uma volta no bairro; o garoto preto pega a bicicleta e o documento da bicicleta, e só então vai passear. No ano seguinte, 2022, um jovem de 18 anos, preto, que respondia em liberdade por tráfico de drogas, foi flagrado com pequena quantidade de maconha na zona leste de São Paulo. Um policial da PM o algemou à moto da corporação, subiu nela e acelerou, obrigando o jovem detido a correr e tropeçar na tentativa torturante de não ser arrastado. “Uma performance do castigo”, afirmou um dos entrevistados à época, o filósofo Sílvio Almeida. A reportagem ganhou o prêmio Vladimir Herzog. Em um exemplo mais recente, de 2024, o *Fantástico* foi o único veículo a abrir câmera e microfone para a família da acusada no caso do cadeirante morto em uma agência bancária.<sup>18</sup> Ela tinha sido jogada na fogueira das redes sociais e do jornalismo apressado: “Culpada!” O que 15 milhões de pessoas viram naquele

---

<sup>18</sup> Em abril de 2024, Erika Nunes levou o tio dela, Paulo Braga, a uma agência bancária, no Rio de Janeiro, para que ele fizesse um empréstimo de 17 mil reais. Paulo morreu na agência. Erika foi acusada de levar o tio já morto para o banco. Ela responde em liberdade por estelionato e vilipêndio de cadáver.

domingo foi a dignidade de uma família preta, na casa dela, na brutalizada zona oeste do Rio de Janeiro, tomada por milícias. Maju foi decisiva nas reuniões que definiram a estrutura da pauta: “Esse é o jogo, um jogo de empurra, de pressão. Assim você vai abrindo caminhos, vai estrategicamente conseguindo inserir esses assuntos”, conta ela, que atua também para que a equipe do programa tenha cada vez mais profissionais negros.

O atual diretor do *Fantástico*, Bruno Bernardes, também em entrevista para a pesquisa<sup>19</sup>, confirma que a escolha de Maju Coutinho foi natural. Ele considera que o programa sempre foi o lugar das discussões comportamentais o mais avançadas possível dentro dos limites da televisão. E disse: “Ao convidar a Maju, eu não fui bruscamente nessa direção. Na verdade, eu só tinha essa direção para seguir - porque era o caminho da sociedade. Mas, acima de tudo, a Maju é uma estrela”.

Diretor de um programa chamado *Show da vida*, Bernardes conduz a pesquisa para o próximo objeto dela: a relação emocional com o público: “A abordagem de uma matéria do *Fantástico* não pode ter a mesma concepção de uma matéria do *Jornal Nacional*. A gente precisa ter a emoção como elemento que aglutina as histórias”. É a estratégia de negócio de um veículo que precisa falar, de maneira inédita, de assuntos exibidos a semana toda em outros veículos. Transformando a realidade em show, o *Fantástico* incita o público através da empatia com os personagens das histórias contadas. E abre-se, com essa aproximação entre palco e plateia, o lugar do voyeurismo.

---

<sup>19</sup> Entrevista gravada no dia 13 de março, com 59 minutos de duração.

## Capítulo 2: O voyeur e o detetive

Uma das aplicações mais literais da transformação da vida em show, proposta já no nome do programa, foi o quadro “Retrato Falado”. De 2000 a 2007, a atriz Denise Fraga encenou histórias reais, enviadas pelo público, que abordavam situações passíveis de acontecer a qualquer um. O quadro fechava a semana anterior e, por embalar artisticamente a vida como ela se apresenta, conferia uma certa leveza ao domingo, geralmente invadido pelo sentimento de ansiedade para enfrentar a dura rotina semanal. “Retrato Falado” estava inserido no propósito do *Fantástico, o show da vida*, desde a sua criação em 1973, o de ser um lugar no qual entretenimento e informação se encontram amalgamados visando ganhar a atenção de um público heterogêneo. Nas palavras de José Bonifácio Sobrinho, um dos criadores do programa, “quando me pediram (...) para definir em duas ou três linhas a essência do *Fantástico*, preferi dizer em uma única palavra: esperança”<sup>20</sup>. Para Boni, é a mensagem mais reconfortante que se pode dar em um domingo à noite - e que mitiga a sensação de solidão por unir vários telespectadores em um “laço social” (WOLTON, 1996).

Para Dominique Wolton, os programas que circulam nos meios de comunicação de massa, onde a *TV Globo* se situa como televisão aberta, possuem a capacidade de criar um espaço para o compartilhamento de ideias, e, por tal motivo, acabam produzindo “laços sociais”. A intenção do quadro “Retrato Falado” era imprimir uma cumplicidade com o espectador, como se fosse uma conversa na calçada ou no sofá da sala sobre as coisas da vida. Assim, em todo o Brasil, pessoas que não se conheciam poderiam se sentir próximas pelos assuntos pautados no programa.

A estreia do quadro é anterior à chegada dos reality shows ao Brasil<sup>21</sup>, tendo sido, assim, a primeira vez em que pessoas anônimas apareceram na TV brasileira com tamanho protagonismo. A vida cotidiana de homens e mulheres comuns sempre foi de grande inspiração para as artes, mas, neste tipo específico de representação, em que se joga luz diretamente sobre as histórias contadas, sem transformá-las, está a complexidade deste capítulo. No dia 11 de dezembro de 2024, Denise Fraga deu para a pesquisa uma

---

<sup>20</sup> Documentário sobre os 50 anos do *Fantástico*, disponibilizado no GloboPlay em 6 de agosto de 2023.

<sup>21</sup> O Big Brother Brasil estreou em janeiro de 2002.

entrevista de uma hora e nove minutos de duração, entre viagens, filmagens e a atuação em duas peças de teatro. Uma delas, *Eu de Você*, é um desdobramento, no palco, do quadro criado para a TV. No programa da peça, está escrito: “Pedacos da vida embalados pela arte”. Na entrevista, ela se aprofundou na função que considera haver na arte: “Eu acho que a arte cria um camarote sobre a existência, um pequeno camarote para se olhar de fora a vida e, portanto, ter mais capacidade analítica sobre a imperfeição humana e, portanto, ser mais feliz, por ter uma maleabilidade maior”. Ela conta que era perceptível nas cartas e e-mails que a equipe recebia essa possibilidade de “se ver de fora”: “Alguém que conseguia escrever para mim uma história, e que tinha sofrido nessa história, essa pessoa contava com um olho externo”.

É recente o prestígio midiático desses relatos - individuais, anônimos - que privilegiam as pessoas comuns e a vida privada. Vera Figueiredo o localiza no fim do século XX, quando as micronarrativas passam a ser vistas como instrumento de autodefesa diante da experiência cotidiana de fragmentação e dispersão (FIGUEIREDO, 2011). No artigo “Encenação da realidade: fim ou apogeu da ficção?”, ela descreve o processo desse empoderamento das histórias individuais: “As micronarrativas passam a ser consideradas também como um recurso utilizado pelo indivíduo, em sua solidão existencial, para se conectar com o outro” (2011, p 4). A impressão de realidade que esses relatos ganharam no século XXI vem, de acordo com Figueiredo, da característica de “autorreferencialidade”: “Abre-se espaço, então, para a auto ficção, que mantém o elo com o real em função do seu atrelamento à voz que narra, de sua autorreferencialidade” (p 8). No artigo, é citado como exemplo o filme *Jogo de Cena* (2007), de Eduardo Coutinho.

No filme, há uma troca de vozes entre atrizes (algumas conhecidas do grande público, mas outras não) e não atrizes - e as histórias contadas mudam de “dona”, como resumido por Figueiredo: “A autoria dos relatos deixa de ser um esteio para o espectador: não se sabe ao certo a quem atribuir as vidas narradas” (p 10). A consequência é uma diluição do limite entre depoimento e interpretação. Ela conclui: “Coloca-se em pauta a relação entre diferentes tipos de imaginário, bem como a redução da distância entre espectador e ator - o indivíduo comum está, então, colocado no palco” (p 11). A reflexão de Figueiredo sobre o filme parece ser afim ao processo de trabalho do “Retrato Falado” se pensarmos na consequência de um e outro: o indivíduo comum se ver no palco.

O quadro criado por Denise Fraga e pelo diretor Luiz Villaça se assemelha ao jogo narrativo proposto, depois, por Eduardo Coutinho em *Jogo de Cena*. O formato do

“Retrato Falado” misturava as falas dos personagens reais com a encenação dessas falas - fazia-se da vida comum um show. E havia, como premissa, a mesma confiança na autorreferencialidade das histórias, citada por Figueiredo. Fraga afirma: “A gente, por princípio, não alterava a história. A gente não mudava o final, a gente não alterava o curso. A gente não mentia. A história era real”. Para ilustração do objeto da pesquisa neste ponto, o episódio estudado é o de Naíse Canuto, exibido em 2004. A alagoana Naíse escreveu para o quadro narrando o seu amor por Roberto Carlos. A idolatria havia afetado o relacionamento com namorados, causando preocupação na família e criado uma obsessão na vida dela: conhecer o Rei. O episódio, com 16 minutos de duração, é exemplar do estilo de Denise Fraga em qualquer veículo: o humor e a dor são entrelaçados com simplicidade e poder de comunicação.

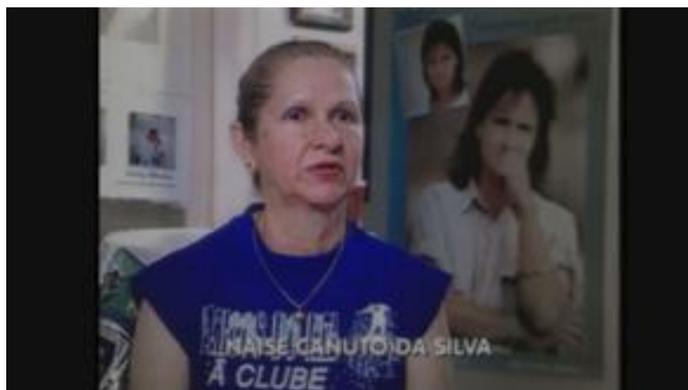
Logo na primeira cena, Denise Fraga está caracterizada como Naíse Canuto, ainda menina, quando conheceu Roberto Carlos em um programa de TV. Na imagem seguinte, Naíse aparece no vídeo e começa a contar a história. Esse “trançamento” entre a personagem real e atriz sustentam a estrutura do roteiro. As figuras 15 e 16 são exemplos.

Figura 15: As falas da personagem e da atriz dialogam



Fonte: Acervo TV Globo

Figura 16: As falas da personagem e da atriz dialogam



Fonte: Acervo TV Globo

Logo depois de Naíse contar que vivia sonhando, “um dia eu chego perto dele”, há um corte para Denise, na encenação, repetindo literalmente: “Um dia eu chego perto dele”. A fidelidade à história contada é reforçada por este tipo de edição, conforme a figura 17.

Figura 17: A atriz repete uma fala do depoimento



Fonte: Acervo TV Globo

Além da fidelidade à história original, outra premissa era evitar o distanciamento crítico. O humor, por exemplo, não poderia soar como uma espécie de “comentário” feito de “fora” pela equipe do “Retrato Falado”. O ponto de vista da encenação tinha que ser de “dentro”, o ponto de vista da personagem. A atriz explicou assim: “Eu falava muito,

nas reuniões de roteiro<sup>22</sup>, que a gente tinha que ter o cuidado de não rir ‘da’ personagem, mas rir ‘com’ ela, o cuidado de nunca rir do que ela não riu. Se a gente achasse outra coisa engraçada, mas se ela não tivesse apontado aquilo como graça, a gente não podia rir”.

O episódio com Naíse começa leve e bem-humorado como o tom do depoimento gravado com ela. Em determinado momento, Denise encena o que Naíse acabara de contar sobre recortar e colar todas as fotos de Roberto Carlos publicadas em revistas. É que a figura 18 ilustra.

Figura 18: Denise recorta todas as revistas da casa.



Fonte: Acervo TV Globo

Em seguida, Naíse ri ao contar que, distraída com as revistas, deixou uma panela pegar fogo – como na figura 19.

---

<sup>22</sup> A equipe de roteiristas contava com profissionais experientes: José Roberto Torero, Lícia Manzo, Marcus Aurelius Pimenta, Mariana Veríssimo e Maurício Arruda. A direção era de Luiz Villaça.

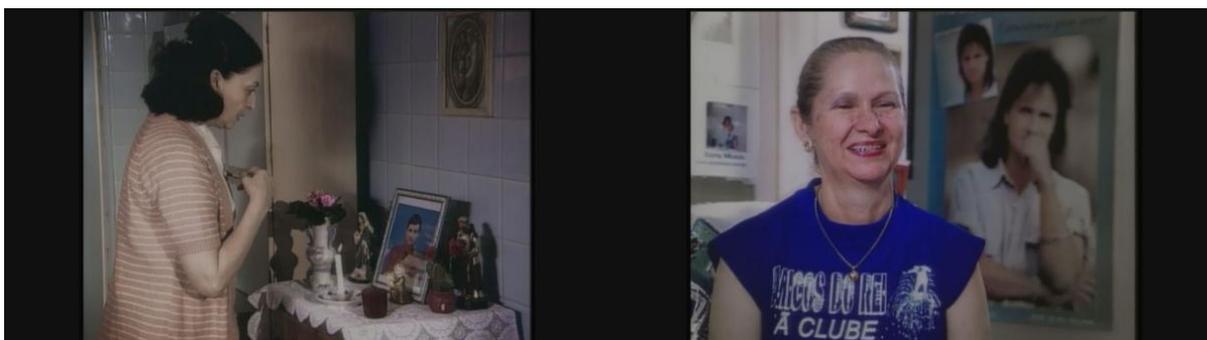
Figura 19: O quadro aproveita o humor do depoimento



Fonte: Acervo TV Globo

Na encenação, a mãe de Naíse, interpretada por Ana Lúcia Torre, descobre uma foto de Roberto Carlos no pequeno altar da casa. Em seguida, Naíse ri, no depoimento, ao relembrar a história. Como nas imagens da figura 20.

Figura 20: Naíse ri ao contar a história.



Fonte: Acervo TV Globo

A chave do humor, permitida pelo depoimento de Naíse, é usada inclusive em momentos mais tensos. Neste momento, Denise encena com hilaridade o fim de um namoro quando o namorado de Naíse pediu que ela tirasse as fotos de Roberto Carlos que decoravam toda a casa. É a ação nas imagens da figura 21.

Figura 21: A briga com o namorado



Fonte: Acervo TV Globo

Entra então o depoimento de Ubirajara Bezerra, marido de Naíse, também bem-humorado, sobre dividir o amor dela com Roberto Carlos: “Eu durmo todo dia com ele na minha cabeça”, ri Ubirajara. Na imagem seguinte, é encenada a vez em que ela mostrou a casa cheia de retratos. É essa a ação nas imagens da figura 22.

Figura 22: Ubirajara é interpretado pelo ator Marco Ricca é o ator que interpreta Ubirajara.



Fonte: Acervo TV Globo

Além da fidelidade total aos relatos e da espera pela “autorização” para rir, Fraga revelou também, na entrevista, uma terceira diretriz no modo de fazer o “Retrato Falado”: a aceitação da dúvida como elemento genuíno de qualquer história contada, a adoção da dúvida como elemento que estabelece um faz de conta entre o emissor e o receptor da mensagem. Ela definiu assim essa percepção: “A dúvida do que é verdade ou mentira, esse lusco-fusco entre a autoficção, a memória e a própria vida, esse buraco que existe aí no meio talvez seja a coisa mais potente quando você se propõe a trabalhar com a vida cotidiana, expondo a vida cotidiana na sua arte como a coisa principal”. Depois, riu de si mesma ao concluir: “Nessa minha especialização como ‘atriz de histórias cotidianas’ (ri), chega uma hora em que não interessa mais o que é verdade e o que é mentira. O que se imaginou... é!” Ela acredita que isso se dá por uma espécie de contágio, inconsciente, durante a enunciação da história: “Tem uma hora em que a sua imaginação, a sua vida, as suas memórias, elas vão criando um amalgamento ali que uma atinge a outra”.

No roteiro do “Retrato Falado”, a trajetória de Naíse se aproxima do clímax quando Roberto Carlos vai fazer um show em Maceió, onde ela morava. O sonho parecia ficar mais concreto. Como mostra a figura 23.

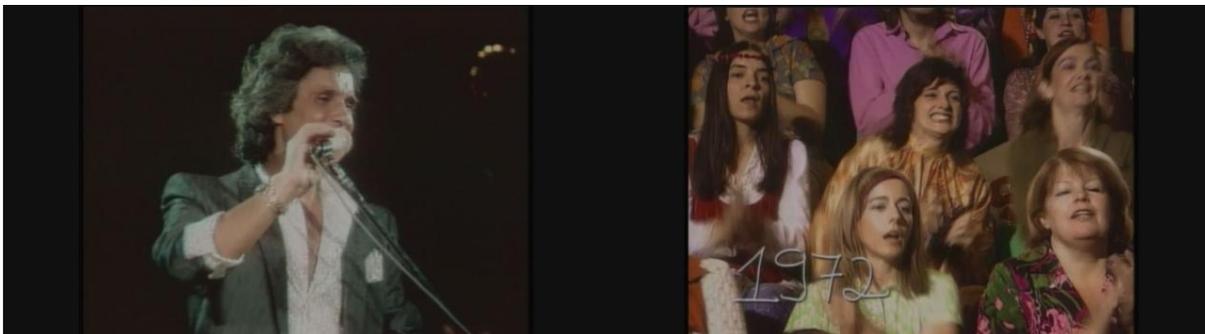
Figura 23: Denise/Naíse compra ingressos para o show.



Fonte: Acervo TV Globo

As imagens seguintes intercalam acervo de shows de Roberto Carlos e simulação de Naíse na plateia desses shows - a que, de fato, ela foi.

Figura 24: Encenação das vezes em que Naíse estava na plateia dos shows.



Fonte: Acervo TV Globo

Entra o depoimento da amiga Vitória, que se engajou no sonho de Naíse: conhecer Roberto Carlos. Vitória era cadeirante, condição que lhe permitia visitar o camarim depois do show. Quando Roberto Carlos fez um show em Maceió, Vitória convidou Naíse para ser sua acompanhante. Em seguida, vem a encenação da tentativa, frustrada porque, na confusão formada no acesso ao camarim, outra mulher empurrou a cadeira de rodas e Naíse ficou para trás. Graziella Moretto interpretou Vitória. É o que se demonstra nas imagens da figura 25.

Figura 25: A personagem real Vitória narra a cena depois encenada.



Fonte: Acervo TV Globo

A desilusão real de Naíse, encenada por Denise, muda o tom da encenação, que se torna entristecida.

Figura 26: O episódio muda de tom.



Fonte: Acervo TV Globo

Um ano depois, segunda tentativa e segunda decepção: as regras mudaram e os acompanhantes não entram mais no camarim. Os seguranças passam a empurrar as cadeiras. Mas a amiga Vitória não se conforma, explica a situação para Roberto Carlos e Naíse pode, enfim, realizar o sonho de uma vida inteira.

Figura 27: O tom melancólico é desfeito no final feliz.



Fonte: Acervo TV Globo

Denise Fraga vê no quadro por ela criado e, durante oito anos, encenado, uma homenagem às pessoas comuns: “Eu tenho isso desde pequena. Minha avó falava para mim: ‘Você vai à padaria e volta com uma história’. Eu lembro de uma amiga da escola que dizia: ‘Você tem muito mais história do que eu’. A gente passava pela mesma coisa juntas e eu ficava contando depois. Eu já tinha isso desde menina. Eu sempre achei que uma pessoa é uma riqueza”.

Na opinião da atriz, a vida se assemelha a um filme, e o artista pode mostrar a “vida da gente” como se olha pela janela do ônibus. Uma mistura de voyeurismo e busca pela emoção. Em suas palavras: “Na verdade, a minha generosidade talvez seja eu querer que a pessoa veja comigo que a vida, apesar de ser tão dura e sofrida, ainda é legal”. Afinal, “todo mundo quer olhar a janela do vizinho, e o ‘Retrato Falado’ fez isso pela ótica da beleza. A autorização para falar da vida dos outros é o amor”.

No fim da entrevista, ela ofereceu para a pesquisa uma pequena crônica que tinha escrito fazia pouco tempo, chamada “Mosaico Humano”:

Pegue seu filho no colo. Vá até a janela. Mostre pra ele as outras janelas. Fale pra ele do casal que está jantando lá embaixo, do bebê chorando na cozinha do prédio ao lado, da moça no computador, do homem que fuma na janela olhando o celular, da família que ainda janta junto na sala, da outra moça que vê televisão. Conte pra ele essas histórias de vida. Faça ele ver o mosaico humano que é o prédio em frente. Peça pra ele imaginar o dia a dia dessas pessoas, o que elas pensam, o que elas sentem. Pequenas historinhas da vida cotidiana pra ele aprender o gosto de ver a vida enquanto ela passa, fora dos stories. Pra ele aprender a imaginar, a supor, a tentar adivinhar sem ver. Fale pra ele que o homem do cigarro está triste porque a pessoa que ele ama foi embora, que ele está fumando porque ficou nervoso e que agora está tentando falar com ela pelo whatsapp pra contar das coisas boas que eles faziam juntos. Fale também pro seu pequeno que o homem triste nem imagina que, no apartamento embaixo dele, o casal que janta junto também está triste porque acabou de brigar. Amanhã eles vão se encontrar no elevador e vão dar bom-dia. Talvez sorrindo. E nunca saberão do seu ponto em comum. Mas você e seu filho saberão. Saberão que a vida não é bolinho pra ninguém, que os prédios são cheios de tristezas, alegrias, trabalho, cansaço, tédio e prazer.

Espere um pouco antes de sair da janela. Fique ali, com ele no colo, só olhando. Se conseguir, tente fazer silêncio. Deixe ele imaginar. Depois, cante uma música que fale de gente. “Gente”, do Raul Seixas, é uma boa opção. Nessa hora você vai se dar conta de que também se esqueceu de quem estava embaixo de vocês. Talvez alguém, num prédio distante, já estivesse há tempos olhando você ali, a moça na janela com o filho no colo apontando pro prédio em frente em cima daquela outra, que agora tenta dar papinha pro seu filho, que insiste em jogar o prato no chão. E aí, você, que estava se achando a rainha da cocada preta observando a humanidade, vai ampliar ainda mais o seu mosaico com o seu pertencimento. Vai inserir no seu desenho a moça da papinha, o observador do prédio distante e você mesma, ali, com seu pequeno no colo. Este pequeno que você tenta, dia após dia, criar forte e lúcido pra que ele faça parte dessa roda da melhor maneira possível.

Esse olhar para o outro a partir do nosso lugar é central na estrutura narrativa do filme “Janela Indiscreta” (1954), de Alfred Hitchcock. A primeira imagem é um passeio de câmera pela fachada de pequenos prédios em frente à janela do observador. Quem olha para o mosaico humano é o personagem L.B. Jeffries (James Stewart), um fotógrafo de expedições e aventuras que quebrou a perna no último trabalho e, agora, engessado em uma cadeira de rodas, passa o tempo bisbilhotando a vida comum dos outros: uma dançarina namoradeira, um pianista festeiro, um casal fogoso recém-casado, um casal mais velho e entediado, um vendedor de joias, sua esposa acamada.

Nas figuras abaixo, L.B. Jeffries se compadece de uma vizinha solitária que prepara a casa para um jantar a dois que só existe na fantasia dela. A mulher brinda a um homem imaginário e o protagonista oferece a ela um brinde que ela não verá.

Figura 28: Quadros do filme *Janela Indiscreta*.

Fonte: Site Flim

Uma noite, ele ouve um grito de mulher. A partir dali, não vê mais a esposa do vendedor de joias e se dedica a elucidar o que acredita ter sido um assassinato. Por tudo isso, *Janela Indiscreta* será citado no próximo subcapítulo da pesquisa. Através de um formato de reportagem desenvolvido no *Fantástico*, o espectador voyeur se transforma em detetive e “justiceiro”. A analogia se expressa nas figuras abaixo. Ao desconfiar do marido da vítima, L.B. Jeffries se comove, leva para a janela a sua câmera fotográfica profissional, se “aproxima” da cena do crime e ocupa o lugar de voyeur.

Figura 29: Quadros do filme *Janela Indiscreta*.

Fonte: Site Flim

## Capítulo 2.1. Como o voyeur se tornou justiceiro.

*That sugarcane that tasted good,  
that's cinnamon, that's  
Hollywood...  
(R.E.M.)*

No dia 17 de fevereiro de 2024, Eduardo Faustini deu entrevista para esta pesquisa. Foi o primeiro dos nove entrevistados. Os três arquivos de áudio gerados na conversa somam uma hora e 20 minutos. À época, eu ainda não pensava em usar o *Janela Indiscreta* no texto da dissertação. Mas, logo no começo da entrevista, Faustini falou de um hábito pessoal muito parecido com o do personagem L.B. Jeffries no filme de Hitchcock. Nas horas de espera pela pauta do dia nos jornais em que trabalhou como fotógrafo, Faustini se aproximava de uma janela da redação e apontava a câmera fotográfica para a rua: “Eu ficava fotografando o cotidiano, as pessoas indo pra lá e pra cá, pegava assaltos, encontros, abraços...” Outro repórter, Geneton Moraes Neto, viria a criar mais tarde uma frase sempre citada nos corredores da *TV Globo*: “Todo repórter deve ser devoto de Nossa Senhora do Perpétuo Espanto”. Faustini teve devoção à notícia desde o início da carreira.

Trabalhava na revista *O Cruzeiro*, na redação da rua Senador Dantas, no centro do Rio de Janeiro, quando as obras do metrô começaram na cidade, na década de 1970. Uma vez, saindo de uma festa com amigos, resolveu entrar em um canteiro de obras, de madrugada. Os operários, assustados, foram se deixando seduzir pela conversa do repórter fotográfico e as histórias apareceram. Na entrevista, Faustini se empolgou ao relembrar: “Era um do Maranhão, outro da Paraíba, vinham de todo lugar, boias-frias, dormindo naquele canteirinho. Eu fiquei apaixonado pelas histórias, queria contar todas elas!” Quando estava de fato trabalhando, Faustini não se limitava a fotografar o que o repórter de texto apurava: “Às vezes ele achava que já estava bom e eu conseguia fazer o repórter avançar mais um pouco e entender que tinha uma maneira melhor de contar a história”.

Naquele fim dos anos 1970, chegou ao mercado o sistema VHS de vídeos caseiros<sup>23</sup>, com câmeras mais leves do que os modelos profissionais da época. Faustini comprou uma VHS e passou a levá-la para as reportagens. Ligava a câmera num tripé e

---

<sup>23</sup> VHS é a sigla para o nome em inglês “video home system”, ferramenta tecnológica japonesa de fácil manuseio.

se dedicava ao trabalho propriamente dito, ainda com a máquina fotográfica. Depois, recolhia o equipamento e guardava em casa as fitas VHS: “Foi isso que me levou para o *Documento Especial*”, ele disse na entrevista.

O *Documento Especial* foi um programa de jornalismo criado, em 1989, pelo documentarista Nelson Hoyneff, na extinta *Rede Manchete*<sup>24</sup>. Se o *Fantástico* tem como aposto *O Show da Vida*, o *Documento Especial* também tinha o dele: *Televisão Verdade*. Os primeiros anos da redemocratização, iniciada em 1985, devolviam à população o direito de ver a vida como ela era. Com pautas acessíveis (às vezes apelativas) e linguagem coloquial, o programa estreou no dia 2 de agosto de 1989 - com uma reportagem sobre prostituição masculina.

Os dias eram assim. No *SBT*<sup>25</sup>, o programa *Aqui Agora* estreou em 1991 inaugurando o que se poderia chamar de “jornalismo ofegante”: o repórter corria, literalmente, atrás da notícia em matérias que iam ao ar praticamente sem edição - exatamente como a vida é: sem edição. Nua e crua, a realidade pedia passagem depois da ditadura. No mesmo ano de 1991, Eduardo Faustini era editor-chefe de fotografia do jornal *O Povo*, um dos veículos homenageados pelo humor carioca: “Se espremer, sai sangue”, os leitores diziam. Na capa desses jornais, eram publicadas fotos despudoradas de crimes violentos. E os fotógrafos responsáveis pela transfusão de sangue da cidade para as bancas foram tema de um episódio do *Documento Especial*. Entre eles, Eduardo Faustini. Na gravação para Nelson Hoyneff, ele comentou sobre as dezenas de fitas VHS guardadas em casa. Para esta pesquisa, Faustini contou que os dois passaram o resto da tarde assistindo ao material. E que, na despedida, Hoyneff o convidou para se juntar à equipe do *Documento*. Faustini explicou assim a importância do encontro com Hoyneff: “Ele tinha uma sensibilidade absurda para fazer televisão diretamente para quem está do outro lado da telinha. Ele entendia essa relação como ninguém”. Essa reverência que Faustini faz à capacidade de se comunicar com o público seria fundamentalmente importante no processo de criação da sua maneira de trabalhar, desenvolvida nos anos seguintes.

Antes, ainda no *Documento Especial*, Faustini fez a sua primeira reportagem em vídeo. Passou quinze dias filmando assaltos a turistas nas avenidas Atlântica e Vieira

---

<sup>24</sup> A *Rede Manchete* foi uma emissora do Grupo Bloch, fundado em 1922 e especializado em editoração: outros exemplos de revistas bem-sucedidas, além da *Manchete*, são *Fatos & Fotos*, *Pais & Filhos* e *Ele & Ela*. A TV ficou no ar de 1983 a 1999.

<sup>25</sup> O *Sistema Brasileiro de Televisão* foi fundado em 1981 pelo apresentador e empresário Sílvio Santos e mantém suas atividades.

Souto, cartões postais das praias cariocas. O fotógrafo ficara pelo caminho, mas o repórter continuava protegido atrás das câmeras, agora as de televisão. Em um jogo de palavras, Eduardo Faustini era “a cara do repórter sem rosto”. Ele explica a necessidade de não aparecer no vídeo: “Eu podia chegar nos lugares sem ser reconhecido”. Era uma condição básica para se infiltrar em ambientes corrompidos aos quais ele não teria acesso de outra maneira. Mas só nesses casos, como faz questão de enfatizar: “Eu me perguntava: ‘Posso fazer isso que estou fazendo sem me apresentar como jornalista, escondendo a câmera?’”. O cuidado se alinha com o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. No artigo 11 do documento, o texto se posiciona contra a estratégia, mas reconhece as exceções: “O jornalista não pode divulgar informações obtidas de maneira inadequada, por exemplo, com o uso de identidades falsas, câmeras escondidas ou microfones ocultos, salvo em casos de incontestável interesse público, e quando esgotadas todas as outras possibilidades de apuração”. Mas a questão ética, já amplamente discutida no campo da Comunicação, não é central nesta pesquisa. É como fenômeno estético que o método desenvolvido pelo repórter Eduardo Faustini injeta paixão na proposta de se refletir sobre o tratamento de show dado à notícia. A perspectiva usada parte do produto gerado e aponta para o que acontece “fora” dele, para o que acontece quando a mensagem alcança o receptor e o envolve pela emoção. É assim que um estudo sobre o “Método Faustini” se encaixa coerentemente em uma pesquisa que mira, nos outros estudos de caso, as mesmas questões estéticas: Do que é feita esta imagem? O que constitui esta imagem? Qual é o poder desta imagem sobre o público?

Não é de hoje o voyeurismo do público diante de reportagens policiais<sup>26</sup>. A interseção entre jornalismo e segurança pública serviu, por exemplo, ao romance *Engraçadinha*, de Nelson Rodrigues. Nele, o personagem Amado Ribeiro brada repetidamente: “No Brasil, é a imprensa quem descobre os crimes. A imprensa, compreendeu?” *Engraçadinha* foi publicado pela primeira vez em 112 capítulos diários no jornal carioca *Última Hora*<sup>27</sup> entre 1959 e 1960. A trama de morte, sexo, paixão e filosofia suburbana tomou as ruas, os bondes e os cafés da então capital federal. Os leitores ansiavam pelo capítulo seguinte, quando poriam de novo os olhos no buraco da fechadura. Para que o romance fosse bem-sucedido na mistura de show e vida, contribuiu

---

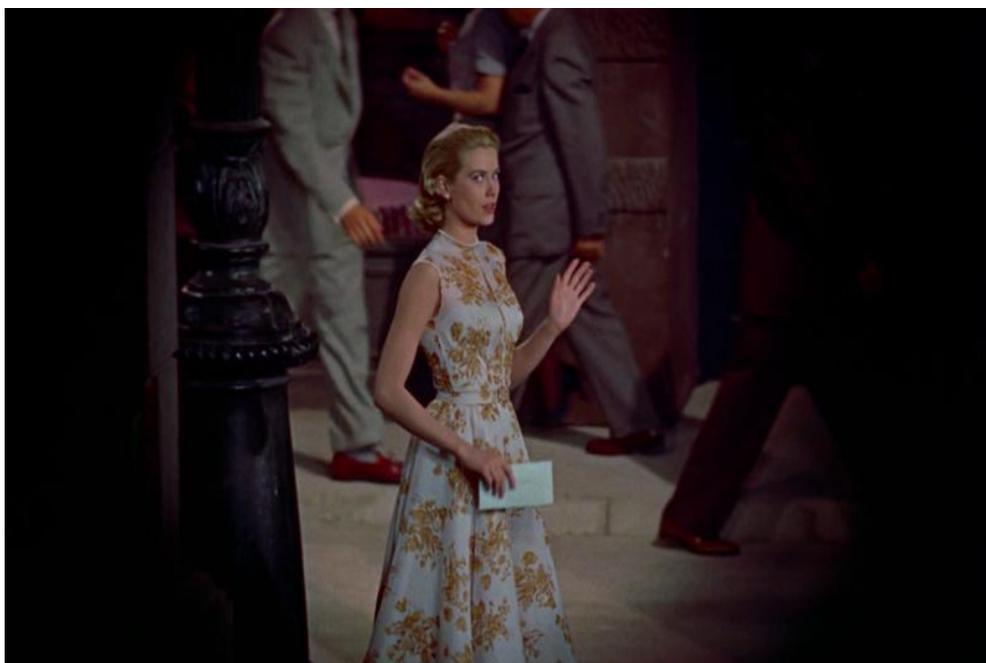
<sup>26</sup> O poeta e tradutor Geraldo Carneiro, membro da Academia Brasileira de Letras, em reportagem feita por mim para o jornal *Tribuna da Imprensa* em 1988, brincou: “Toda boa história é policial. *Hamlet* poderia se chamar “Quem matou papai?”.

<sup>27</sup> Jornal fundado por Samuel Wainer em 1951; circulou até 1971.

o fato de o repórter policial Amado Ribeiro ter realmente existido. Nelson Rodrigues o inseriu na ficção<sup>28</sup>. Como em um jogo de espelhos, Eduardo Faustini fez o inverso: inseriu um personagem fictício em ambientes reais. É essa construção estética o objeto da pesquisa.

Na analogia entre essa narrativa e o filme “Janela Indiscreta”, destaca-se o momento em que namorada do fotógrafo se insere na cena do crime e, de lá, faz um aceno para ele. Do lugar de observadora, ela avança para o espaço observado – como demonstrado na figura 30.

Figura 30: Quadro de Janela Indiscreta.



Fonte: Site Flim

Esteticamente, Faustini avançou uma casa no trabalho camaleônico do repórter que se insere na situação investigada, método que teve expoentes antes dele, mais notadamente o repórter Tim Lopes<sup>29</sup>, também da *TV Globo*. Com Faustini, perderam protagonismo as microcâmeras escondidas nas roupas do repórter, de enquadramentos imprecisos, fugazes, e expostas aos barulhos impremeditados de qualquer cidade: o trânsito, o comércio, o transporte público, as feiras, as aglomerações, o falatório. As

<sup>28</sup> Há outros personagens reais no romance *Engraçadinha*, como o crítico musical José Ramos Tinhorão, o poeta Augusto Frederico Schmidt e a atriz Ema D'Ávila.

<sup>29</sup> Comumente, Lopes se disfarçava para denunciar situações a que, de outro modo, não teria acesso. Morreu em 2002, no Rio de Janeiro, assassinado por traficantes que descobriram a câmera escondida que ele usava ao investigar a cooptação de menores de idade na venda de drogas e de sexo em bailes funk.

imagens passaram a ser captadas em ambientes controlados pela emissora de TV. Ele relembra: “Assistindo a uma matéria sobre o FBI<sup>30</sup>, eu vi o trabalho que eles chamavam de ‘ação controlada’. O FBI prepara o ambiente. No caso, era para flagrar um prefeito com uma prostituta. Na hora eu anotei a ideia”. A adaptação daquele método para a TV foi fruto de uma parceria iniciada em 1995, quando Faustini deixou o *Documento Especial* e chegou ao *Fantástico*, convidado pelo então diretor Luiz Nascimento.

Nascimento havia ganhado prestígio na *TV Globo* como editor-chefe do programa *Esporte Espetacular*<sup>31</sup> e assumiu a direção do *Fantástico* em 1993, apenas dois anos antes da chegada de Eduardo Faustini. Em entrevista de 53 minutos, no dia 5 de março de 2024, ele lembrou o motivo da mudança feita por José Bonifácio Sobrinho, o Boni, que continuava como diretor de programação da emissora. Segundo Nascimento, Boni, ao convocá-lo, disse que o *Fantástico* tinha perdido a identidade depois de vinte anos no ar. Mas que identidade era essa? Ao responder, Nascimento resgatou o conceito criado em 1973, quando o programa estreou: “Ser uma revista; misturar jornalismo e entretenimento. O programa estava muito atrelado ao noticiário do dia a dia, ao noticiário policial principalmente. E o Boni, zeloso pelo filho, achava que tinha que dar um passo atrás nessa evolução errônea, segundo ele”.

Nascimento conta que o desafio proposto a ele foi o de ajustar esse conceito original para 1993. Ele explicou, na entrevista, que não bastaria, como bastou nos primeiros anos, intercalar entretenimento (principalmente os musicais que estreavam no programa) com reportagens do jornalismo. Com a inauguração da *MTV Brasil*<sup>32</sup>, em 1990, o *Fantástico* já não tinha primazia nos lançamentos musicais. Para recuperar, em 1993, o conceito original de ser uma revista de variedades seria necessário mais do que equilibrar o “espelho” do programa, ou seja, a ordem de exibição das matérias, dando o mesmo espaço para o jornalismo e o entretenimento. Claro que sempre haverá produtos que trazem só a informação e outros que são apenas entretenimento. Mas o desafio em 1993 era aproveitar todas as oportunidades de aprofundar a mistura de jornalismo e entretenimento “dentro” das matérias, desde a concepção até a edição final de cada uma. Nas palavras de Nascimento: “Era preciso dar aos temas jornalísticos um tratamento na linha ‘seriedade não é chatice’”. Para isso, foi necessário criar novos formatos.

---

<sup>30</sup> Sigla de Federal Bureau of Investigation, principal departamento de polícia nos Estados Unidos.

<sup>31</sup> Programa esportivo semanal nos moldes de “revista eletrônica”, com reportagens maiores e mais variadas do que a cobertura factual dos telejornais. O *EE* também foi criado em 1973.

<sup>32</sup> Canal de entretenimento, baseado em Nova York, dirigido ao público jovem e principal divulgador mundial de clipes musicais.

Nascimento deu este exemplo: “Eu lembro que a Leilane Neubarth era repórter do *Fantástico*. A gente foi fazer uma matéria sobre os problemas do verão, os problemas de saúde que o verão provoca. Na condução normal, óbvia e imediata, seria o seguinte: ‘Vem aí o sol, tome cuidado com o câncer de pele’ e não sei o quê. A gente fez o contrário: ‘Vem aí o verão, curta o verão adoidado, se divirta, mas, poxa, tome cuidado com o sol, passe protetor’. E aí aparecia a Leilane fantasiada de camarão!”

## 2.2: O encontro.

*Criar não é imaginação; é correr  
o grande risco de se ter a  
realidade.*  
(Clarice Lispector)

Quando Eduardo Faustini chegou ao *Fantástico*, dedicou-se, ainda, ao uso padrão da nova (à época) tecnologia: com uma câmera escondida na roupa, ele ia ao local suspeito. Hoje acha graça das dificuldades que enfrentou: “Você chega lá, a televisão está ligada. Eu tinha que dizer que era meio surdo e pedir para desligarem a TV. Aí entrava o sol por uma janela e eu tinha que mudar a minha posição para obrigar o cara a mudar a dele e não ficar contra a luz. Se você me perguntar se alguém me ensinou, não, eu fui me desenvolvendo sozinho”.

Até que, em 2002, Faustini e Nascimento deram forma ao estilo de reportagem baseado na “ação controlada”. Faustini criava situações-armadilha e atraía para elas empresários suspeitos já investigados por algum tipo de corrupção. Provocava assim uma espécie de “crime de proveta”, em que o cenário da reportagem era uma reprodução o mais fiel possível da realidade e o crime que “nascia” ali era, de fato, crime. Em um jogo de palavras, “fake gerava news”. Em uma sala de 50 metros quadrados, três câmeras escondidas apontavam para as cadeiras em que se sentaram os empresários convidados. Dois canais de áudio, também camuflados, eram postos na mesa em que o repórter se acomodava. A interferência do sol foi anulada pela arrumação dos móveis, a qualidade de áudio e vídeo estava garantida. Na estreia do formato, uma reportagem com 22 minutos de duração, Faustini se fez passar por secretário de planejamento de São Gonçalo, município do Rio de Janeiro. Durante um mês, ele gravou as ofertas de desvio de dinheiro público feitas pelos fornecedores. O material colhido foi entregue ao Ministério Público.

A reportagem ganhou os prêmios Esso e Líbero Badaró. E ainda era uma aprendizagem. Faustini lembra que, como quase tudo que é feito em televisão, esse estilo de trabalho se estabeleceu em um processo de tentativa e erro: “Eu na mesa de secretário, duas cadeiras na minha frente e dois eixos de câmeras pegando as cadeiras. O que acontecia às vezes é que chegava um picareta desses ‘espaçosos’, se sentava na cadeira e fazia assim (Faustini imita o gesto de deslizar a cadeira para trás, movimento que fazia o interlocutor sair de quadro). Aí o cinegrafista (que estava em outra sala acompanhando os monitores) me ligava: ‘Ele está fora do eixo’. Eu falava no telefone: ‘Não, amor, não precisa me esperar para o jantar’. Aí me levantava e falava para o cara: ‘Cuidado com essa cadeira porque ela caiu semana passada’. Puxava a cadeira, botava no eixo. O cara se sentava de novo e o cinegrafista ligava: ‘Está no eixo!’ E eu: ‘Tchau, amor. Não posso falar agora. Já te ligo’”.

Ele explica que a criação de ambientes controlados, com áudio e vídeo planejados, permitiu juntar muita gente no mesmo lugar e entrar em assuntos mais complexos. “Como nós fizemos no hospital”, ele citou na entrevista. Dez anos depois da estreia, o ápice do formato deveu-se a uma reportagem intitulada “A Cara da Corrupção”, editada por mim em 2012. A última vez em que Faustini usou o método. Durante dois meses, ele se fez passar por gestor de compras do Hospital do Fundão, no Rio de Janeiro, unidade de saúde mantida com dinheiro público. Só o diretor do hospital sabia da reportagem, nenhum outro funcionário foi avisado. O repórter ocupou um gabinete no prédio e, como sempre, escondeu nele três microcâmeras, mas agora a colocação delas “varria” o ambiente de modo a evitar que os interlocutores acabassem, sem querer, escapando de todas elas – uma de cada lado da mesa de trabalho colocadas em diagonal para as cadeiras e a terceira, num velho aparelho de telefone e fax, apontada diretamente para os convidados do repórter. Dois microfones foram fixados embaixo da mesa. O técnico de som monitorava tudo em outra sala, a dez metros de distância do suposto escritório do suposto gestor de compras. Também nessa sala afastada, as imagens eram gravadas em disco óptico, a mídia principal no jornalismo da *TV Globo* em 2012. Foram usados três gravadores para essas imagens, um para cada câmera. A troca dos discos já cheios por novos discos – necessária a cada 60 minutos – jamais era feita ao mesmo tempo. No caso de um instante decisivo ocorrer exatamente durante uma troca de disco, os outros dois discos garantiriam o registro.

Faustini, então, convidou empresários de setores terceirizados – higiene, alimentação, ambulâncias – todos, à época, investigados pelo Ministério Público. Apesar

da boa qualidade do áudio gravado, as conversas foram ao ar legendadas, para que não restasse nenhum risco de o público perder alguma informação importante. São essas legendas que aparecem na seleção de frames abaixo. Como os empresários mostrados na reportagem já cumpriram o que a Justiça determinou à época, terão a imagem protegida nesta pesquisa, treze anos depois.

Como costuma ser feito em reportagens longas, a edição começa com um “teaser” feito de frases soltas. Em uma delas, um empresário explica que a propina oferecida ao suposto gestor é de dez por cento do valor de um contrato. Chama atenção o contraste entre a forma tecnocrata (“O mercado pratica...”) e o conteúdo criminoso. Conforme a imagem a seguir.

Figura 31: Um empresário oferece propina.



Fonte: Acervo TV Globo

Depois do teaser com a função de chamar atenção, a edição de um material bruto tão denso precisa diminuir a marcha, para não assustar o público. A mudança de ritmo pretende passar uma mensagem: o que será visto não é corriqueiro, mas será contado com calma. É necessário explicar os critérios editoriais que sustentaram a reportagem. Uma

narração em off não seria suficiente para atrair a atenção total do público. Optamos pela presença de um experiente repórter de vídeo, André Luiz Azevedo. Tão importante quanto a autoridade passada pelo jornalista conhecido foram as locações em que ele gravou as “passagens”: trechos em que o repórter fala em “on” diretamente para a câmera. As locações foram escolhidas para ilustrar uma aproximação da “cena do crime”. O repórter, assim, conduz o público para dentro do hospital, conforme as próximas figuras.

Figura 32: O repórter explica o que será visto na reportagem



Fonte: Acervo TV Globo

Em um trecho seguinte, usamos o recurso narrativo dos passos na escada, símbolo popular de ações detetivescas, propondo ao espectador um papel de “justiceiro”. O texto aqui diz: “As negociações foram levadas até o último momento antes da liberação do pagamento. Evidentemente, nenhum negócio foi concretizado. Somente o tempo dos corruptos é que foi gasto. E eles, agora, vão ser desmascarados”.

Figura 33: O clichê dos passos que o público vai seguir



Fonte: Acervo TV Globo

Já “calçando” os sapatos de detetive, o espectador chega à mesa em que aconteceu tudo que será mostrado na reportagem. André Luiz Azevedo diz: “Com autorização da direção do hospital, o repórter Eduardo Faustini convocou licitações em regime emergencial. Elas são feitas por convite, são fechadas ao público, o gestor convida quem ele quiser. Nestas cadeiras, sentaram-se diretores e donos de empresas”.

Figura 34: O repórter de vídeo entra na sala das negociatas.



Fonte: Acervo TV Globo

Conquistada a confiança do público através de um repórter conhecido e de um texto didático, inicia-se um trecho de aproximação entre o programa e o espectador. As primeiras imagens do oferecimento de propina têm algo de segredos que uma pessoa conta para outra em quem confia. Esse é o momento das próximas imagens. Na figura 35, demonstrando nervosismo, o gerente de uma empresa de aluguel de ambulâncias brinca com o próprio temor diante de um interlocutor desconhecido. Na figura 36, ele rapidamente ele se entrega à sorte e propõe o pagamento de propina para ficar com o contrato.

Figura 35: O empresário demonstra receio



Fonte: Acervo TV Globo

Figura 36: Mas logo oferece a propina



Fonte: Acervo TV Globo

O passo seguinte é começar a delegar às imagens a condução da história. Elas passam a “falar por si”, as interferências do texto em off ficam mais espaçadas. A fórmula

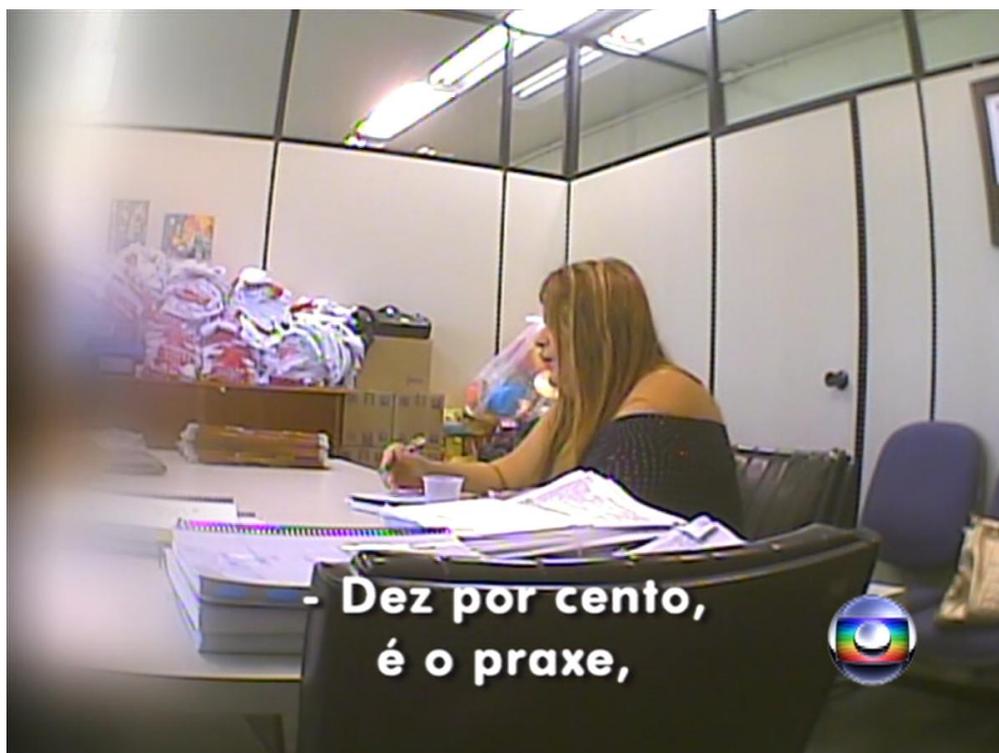
básica desse tipo de edição é a combinação de vozes variadas falando sobre o mesmo assunto. Isso demonstra duas características principais do material exibido: a amplitude do problema (muitas vozes) e a contaminação recorrente das relações entre serviço público e mercado (repetição do assunto). As cenas a seguir são exemplos.

Figura 37: A gerente de uma empresa que presta serviços de jardinagem, limpeza e vigilância segue a linha “sem cerimônia”.



Fonte: Acervo TV Globo

Figura 38: Ela começa oferecendo dez por cento do valor do contrato.



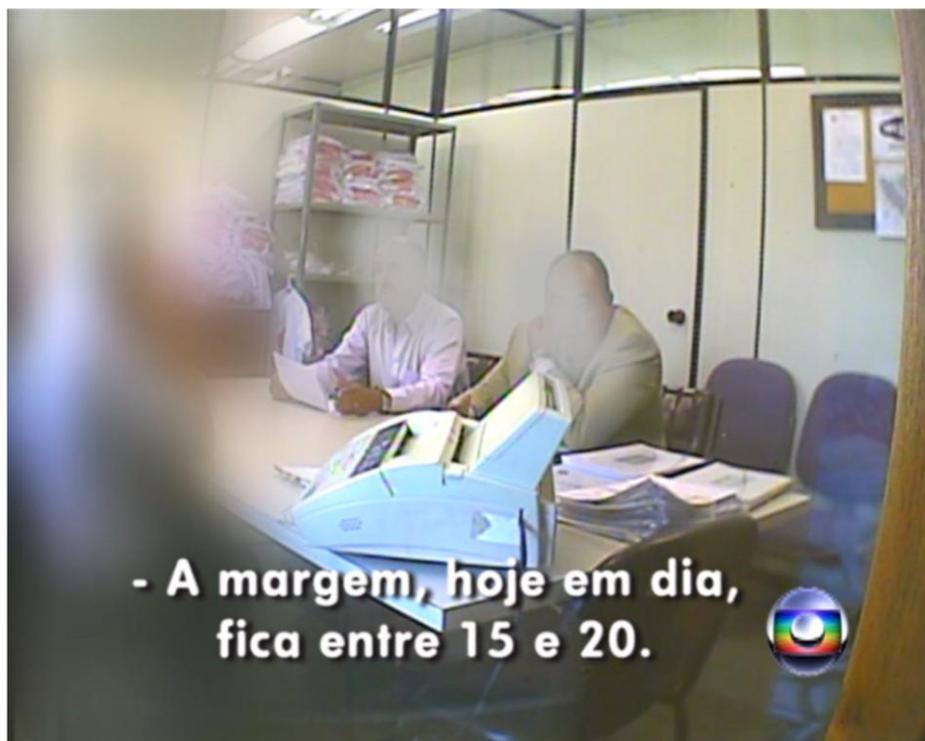
Fonte: Acervo TV Globo

Figura 39: Em outra negociação, o gerente das ambulâncias aumenta a propina



Fonte: Acervo TV Globo

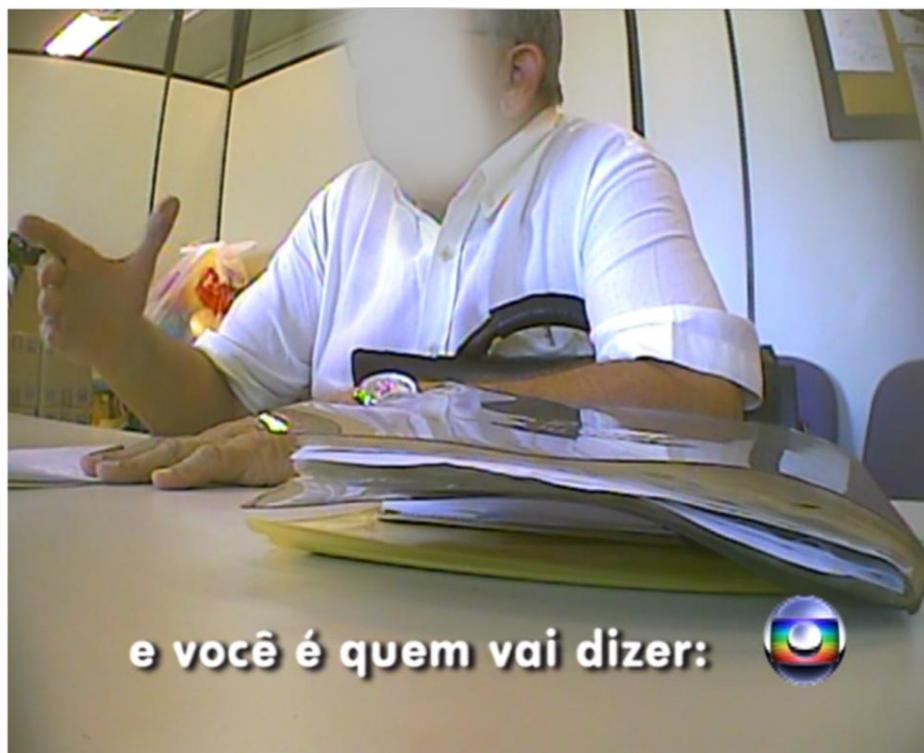
Figura 40: Os donos de uma empresa de coleta de lixo hospitalar propõem vinte por cento.



Fonte: Acervo TV Globo

O dono de uma empresa que fornece quentinhas para hospitais ensina outro caminho da corrupção: em vez de um percentual do valor total do contrato, ele oferece ao suposto gestor o acréscimo de um valor bruto em cada unidade contratada. É a ação nas imagens seguintes.

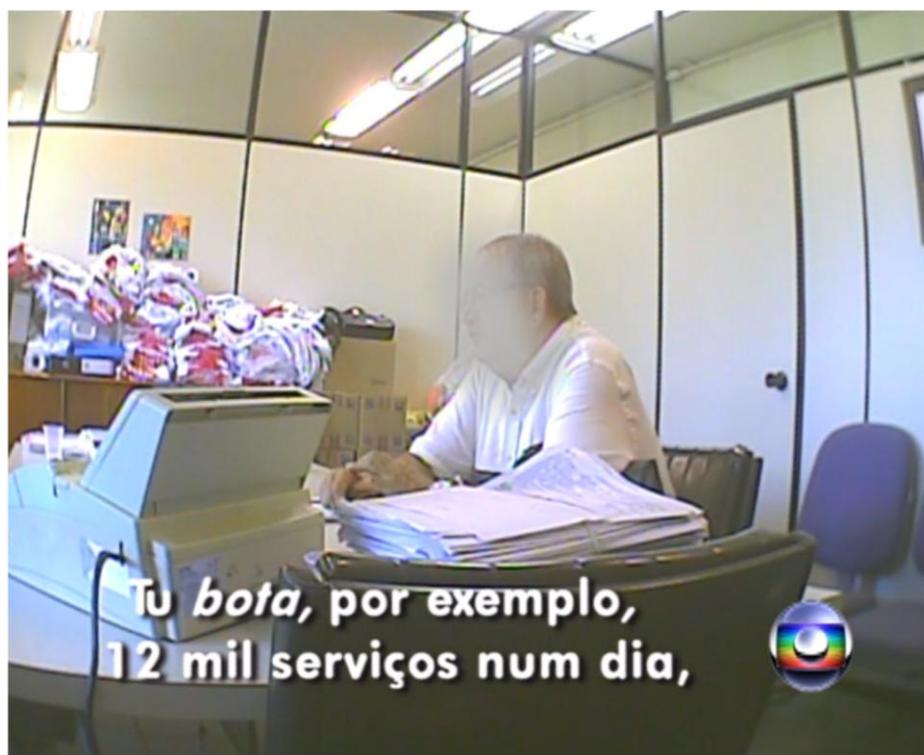
Figura 41: O empresário pede uma proposta.



Fonte: Acervo TV Globo

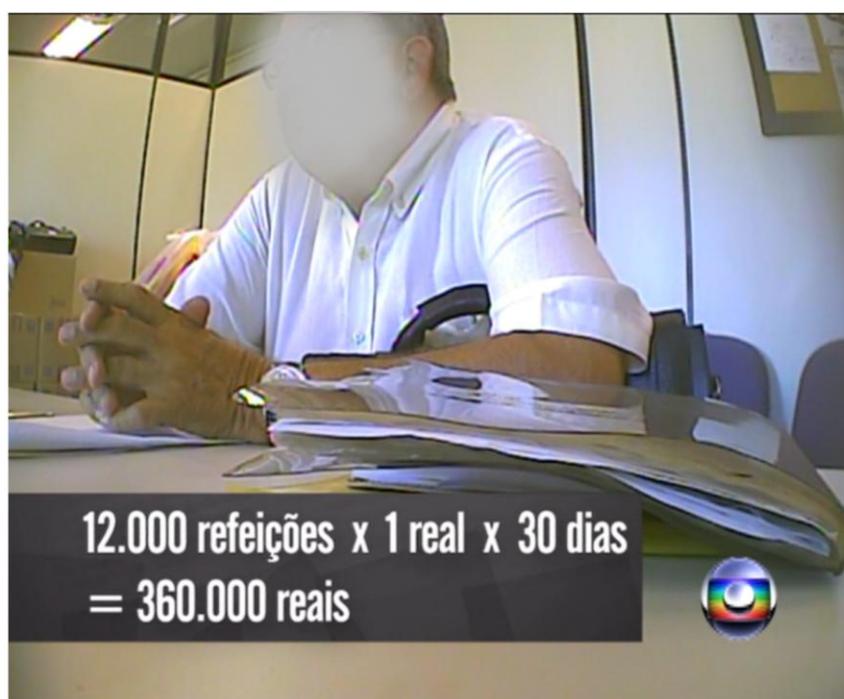
O repórter finge não entender e o empresário dá como exemplo o acréscimo de um real em cada uma das 12 mil refeições diárias que estavam sendo negociadas. Optamos pelo uso de arte para ajudar a compreensão do cálculo: o desvio seria de 360 mil reais por mês. Por causa da arte, não sobrou espaço no vídeo para a legenda da frase com que o empresário fechou o assunto: “Aí é o diabo, né?”

Figura 42: O empresário explica a manobra.



Fonte: Acervo TV Globo

Figura 43: E simula o valor desviado.



Fonte: Acervo TV Globo

A aproximação com o público se aprofunda na sequência de negociações com o erário. O objetivo da edição é que, a esta altura, esteja estabelecida uma parceria: o “nosso

lado” em oposição ao “lado dos empresários” nas situações reveladas a seguir. O segundo trecho da reportagem trata das formas clandestinas de pagamento da propina. A desfaçatez dos empresários tem potencial para aumentar a indignação do público. É o que se demonstra nas próximas figuras.

Figura 44: O empresário diz que o pagamento é imediato.



Fonte: Acervo TV Globo

Figura 45: E que o pagamento é em dinheiro vivo.



Fonte: Acervo TV Globo

Figura 46: Na moeda que o suposto gestor escolher.



Fonte: Acervo TV Globo

A gerente da empresa de serviços mantém o tom informal na conversa sobre desvio de dinheiro público.

Figura 47: A gerente brinca.



Fonte: Acervo TV Globo

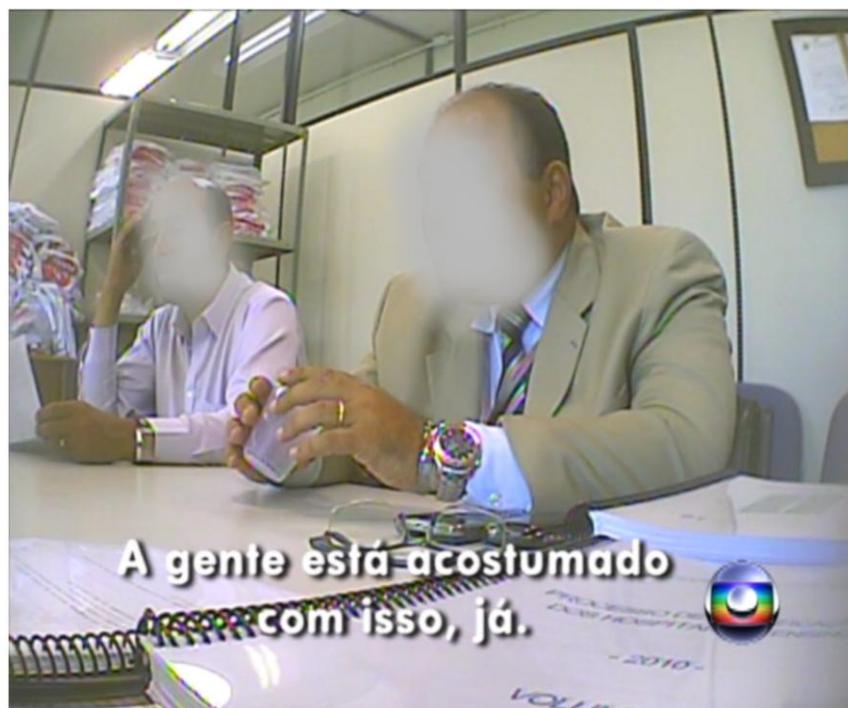
É importante assinalar que, em regra, a cronologia dos diálogos exibidos na matéria que foi ao ar foi a mesma cronologia das conversas gravadas no material bruto. Percebe-se, assim, que, com a sequência das reuniões, os empresários vão arrefecendo seus cuidados e desconfianças. A cada retorno ao gabinete do suposto gestor, parecem mais relaxados. Programa e público se veem, então, amalgamados em um sentimento de indignação diante, por exemplo, da naturalidade com que os empresários explicam os métodos de pagamento da propina. Os donos da empresa de lixo hospitalar explicam que o dinheiro chega camuflado ao suposto gestor, geralmente escondido em caixas de bebidas.

Figura 48: Os empresários explicam o disfarce.



Fonte: Acervo TV Globo

Figura 49: E o tranquilizam o gestor dizendo que sabem como fazer.



Fonte: Acervo TV Globo

A gerente diz que o pagamento não precisa ser no local de trabalho do servidor corrompido. Mantendo a aposta na descontração, ela diz que pode ser em praias, shoppings e outros lugares turísticos.

Figura 50: A gerente brinca.



Fonte: Acervo TV Globo

Aqui se mostra a importância da pausa. Em determinado momento de uma reportagem de fôlego como esta, é preciso dar ao público a chance de se restabelecer emocionalmente do que já terá sido mostrado. Isso se faz com um trecho mais “frio”, de teor apenas informativo. No exemplo abaixo, a opção escolhida foi explicar, neste ponto do roteiro, por quais brechas da lei as fraudes com dinheiro público são entranhadas. O repórter de vídeo André Luiz Azevedo entrevista o então diretor da organização *Transparência Brasil* para explicar o que são as licitações emergenciais. Será uma explicação técnica, sem um componente emocional e, por isso, deixada para depois de a revolta do espectador ser acionada na primeira parte da reportagem. Claudio Abramo explica que o gestor corrupto deixa que problemas solucionáveis cheguem, por inação, a uma situação de emergência. Sendo situação de emergência, a solução para ela precisa ser ágil, daí a autorização para o gestor convidar a empresa que ele quiser, em vez de abrir publicamente a licitação.

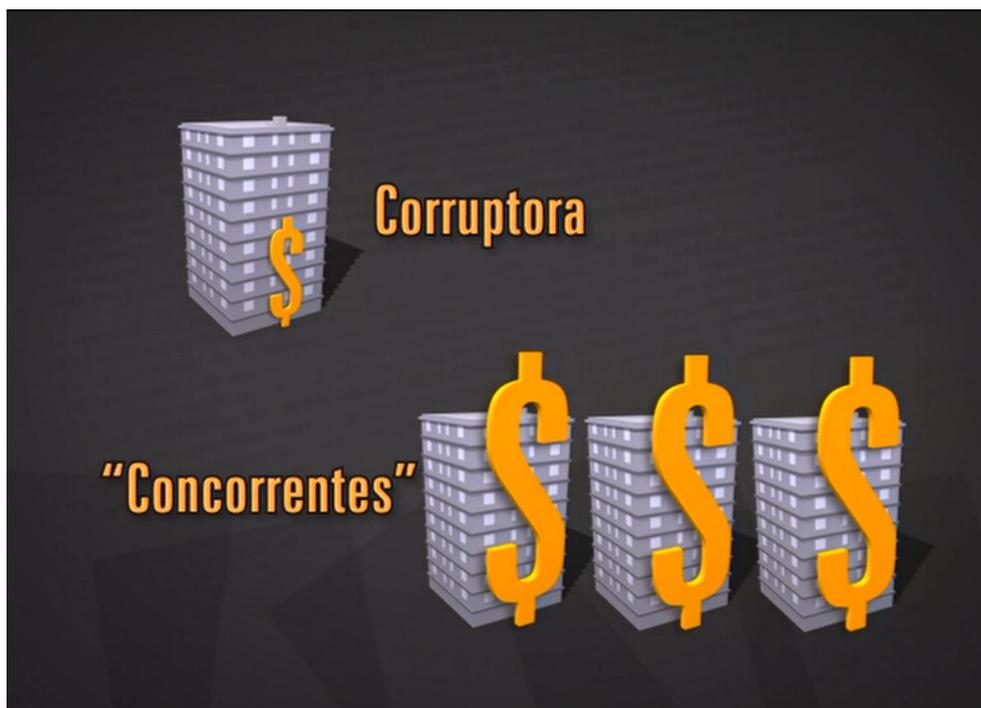
Figura 51: O especialista explica as regras das licitações emergenciais.



Fonte: Acervo TV Globo

Com o auxílio facilitador de artes gráficas, a reportagem explica o jogo de cartas marcadas: a empresa convidada faz contato com outras empresas envolvidas na fraude, as propostas são acertadas em conchavo e a primeira empresa tem a garantia de que vai oferecer a melhor proposta. Ou seja, vai ser a escolhida pelo órgão público.

Figura 52: Artes facilitam o entendimento do público.



Fonte: Acervo TV Globo

Mas logo chega a hora de fazer a roda girar de novo, antes que o público se distancie da história - a aproximação é sempre pela emoção. Voltamos ao gabinete. O espectador reconhece o ambiente; a estética da câmera escondida anuncia novas revelações do que acontece a portas fechadas. As cenas abaixo demonstram a desvirtuação das regras que acabaram de ser explicadas pelo ex-diretor da *Transparência Brasil*.

Figura 53: O gerente da empresa de ambulâncias adianta que fará uma proposta de 280 mil reais.



Fonte: Acervo TV Globo

Em seguida, ele diz de quanto serão as propostas das empresas mancomunadas. Um texto em off lido por André Luiz Azevedo lembra que, em um processo correto, ele não teria essa informação.

Figura 54: O empresário revela uma informação que não deveria ter.



Fonte: Acervo TV Globo

A edição mostra, em seguida, a gerente da empresa de serviços adiantando para o suposto gestor as propostas que chegarão a ele: “Não lacrei nada”. Pela regra, as propostas deveriam ser abertas e conhecidas apenas no pregão, como o off informa.

Figura 55: A gerente confessa mais uma fraude.



Fonte: Acervo TV Globo

Todas as ações ferem o regulamento recém-explicado das licitações emergenciais. Essa lógica de edição - primeiro a regra, depois o descumprimento dela - torna compreensíveis os exemplos que vêm a seguir. A farsa continua nos pregões que fecham as negociações.

Figura 56: As empresas que entram para perder levam seus representantes.



Fonte: Acervo TV Globo

Figura 57: A reportagem mostra a mesma encenação na escolha da empresa para coleta de lixo hospitalar.



Fonte: Acervo TV Globo

Figura 58: E também a farsa na licitação para o aluguel de ambulâncias.



Fonte: Acervo TV Globo

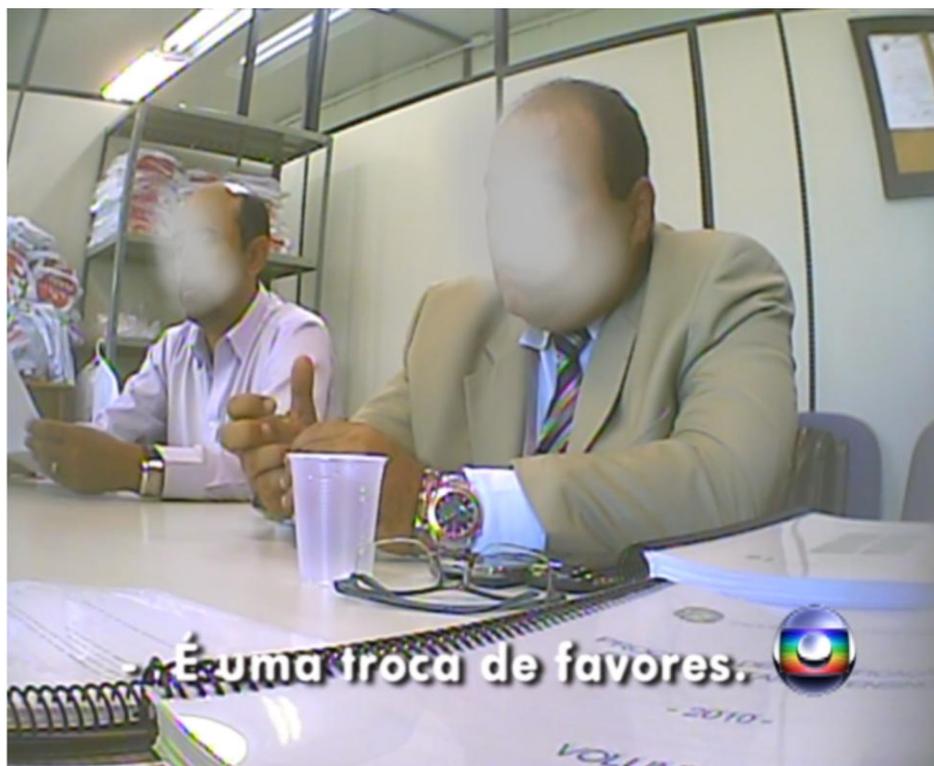
A revelação de como se negociam crimes com dinheiro público está feita. As estratégias de aproximação e cooptação, demonstradas. O repórter passa a investigar os códigos comportamentais partilhados pelos empresários. É a última “virada” no roteiro, que prioriza a construção do caminho até o ápice que fechará a matéria. Os depoimentos são tão alinhados que permitiram à edição o delicioso artifício de “colar” frases iguais ditas por pessoas diferentes - para ilustrar exatamente esse alinhamento. Aqui, fala a gerente da empresa de serviços.

Figura 59: A gerente chama de “troca de favores” o esquema fraudulento.



Fonte: Acervo TV Globo

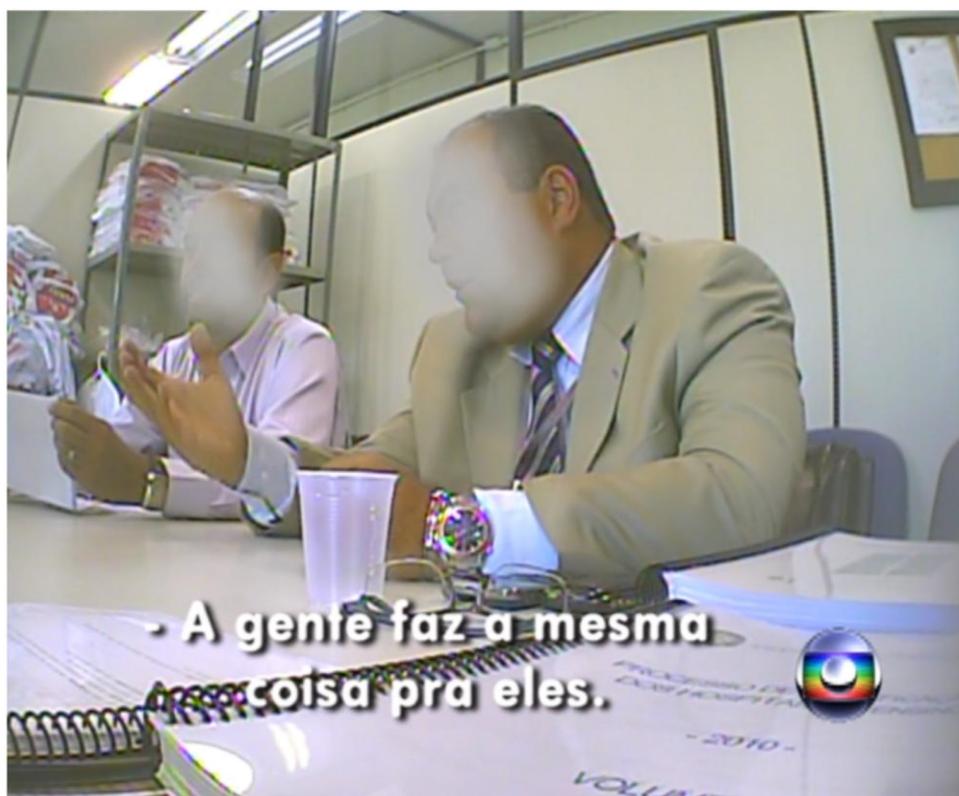
Figura 60: Na imagem seguinte, a frase é dita por um dos donos da empresa de coleta hospitalar.



Fonte: Acervo TV Globo

Eles revelam que há um revezamento entre as empresas. A vencedora de uma licitação emergencial fraudada entra para perder em outras licitações.

Figura 61: O empresário diz que faz o mesmo.



Fonte: Acervo TV Globo

O dono da empresa de serviços volta a usar uma linguagem tecnocrata para falar de corrupção. A frase começa com um desconcertante “Felizmente...”

Figura 62: O empresário confirma o esquema.



Fonte: Acervo TV Globo

Figura 63: E tenta fazer graça...



Fonte: Acervo TV Globo

Figura 64: Diz que, às vezes, nem fica sabendo que a empresa dele está em alguma disputa.



Fonte: Acervo TV Globo

E então, na chegada ao clímax, a edição reservou as mais provocativas frases ditas na suposta negociação de contratos para o Hospital do Fundão, mantido com dinheiro público no Rio de Janeiro. São as publicadas na sequência de figuras a seguir. Na primeira delas, A gerente faz um arremate à altura: “É a ética do mercado”. Essa foi a frase que mais repercutiu nos meses seguintes à exibição da matéria.

Figura 65: “É a ética do mercado”.



Fonte: Acervo TV Globo

Outros exemplos dessa “ética”.

Figura 66: O dono da empresa de ambulâncias tenta pescar valores morais no lamaçal da corrupção.



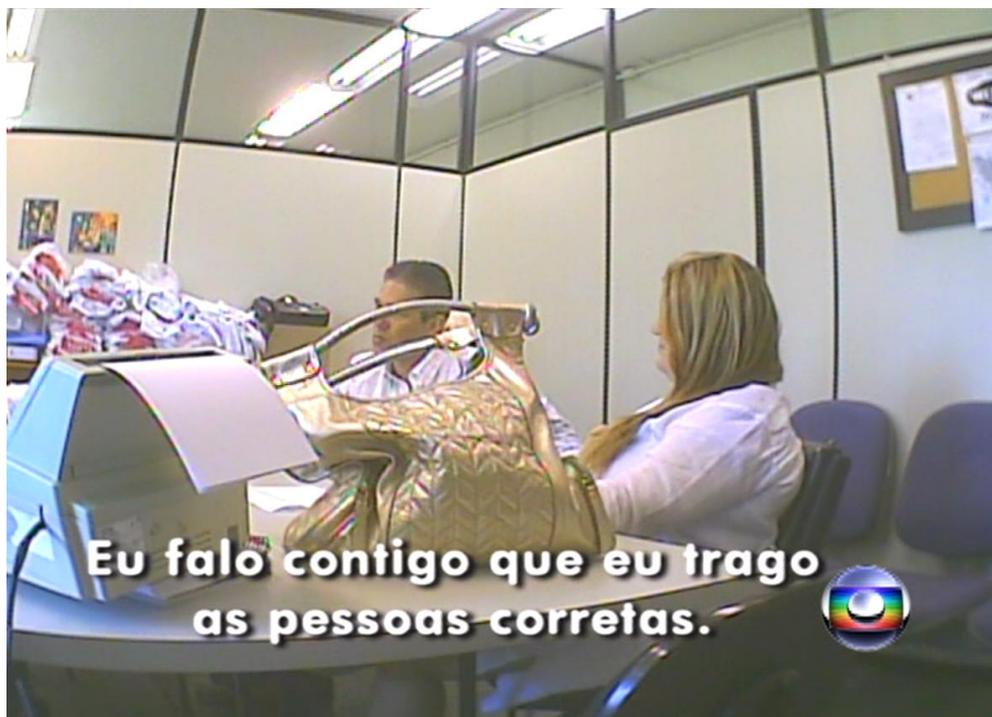
Fonte: Acervo TV Globo

Figura 67: Ele diz que ensina os filhos a protegerem quem contrata ilicitamente a sua empresa.



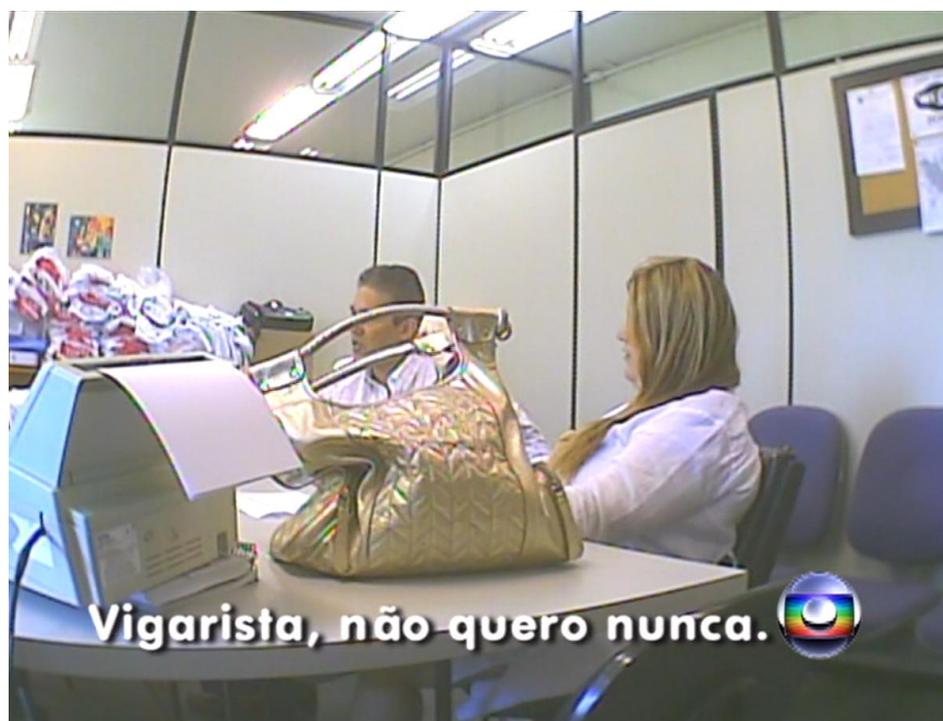
Fonte: Acervo TV Globo

Figura 68: O dono da empresa de serviços chama de “corretas” as pessoas que participam da fraude.



Fonte: Acervo TV Globo

Figura 69: Vigaristas são sempre os outros.



Fonte: Acervo TV Globo

A reportagem foi ao ar no dia 18 de março de 2012, exibida das 22h31 às 22h52, fechando o quinto bloco do *Fantástico*. O espectador teve o intervalo comercial para se refazer emocionalmente e assistir depois aos gols do domingo.

Figura 70: Missão cumprida.



Fonte: Acervo TV Globo

A matéria ganhou, entre muitos outros, o Grande Prêmio Barbosa Lima Sobrinho - Embratel, e o prêmio ETCO (Instituto Brasileiro de Ética Concorrencial). Em *O Globo*, o colunista Zuenir Ventura saudou a reportagem por produzir provas contra a corrupção, "um processo que em geral só é descoberto depois do fato consumado." E reconhecia, para tanto, o "uso de criatividade e tecnologia." Depois da veiculação da reportagem, a Polícia Federal abriu inquérito; o governo do Estado e a prefeitura do Rio cancelaram contratos que somavam 250 milhões de reais. Faustini justificou o método usado: "O que eu sempre busquei na televisão foi mostrar com áudio e vídeo aquilo que todo mundo sabe que acontece, mas nunca viu". E desafiou: "A corrupção em um hospital federal, a corrupção em uma prefeitura do Brasil... Alguém já mostrou como funciona? Na hora em que acontece? De que forma acontece?"

Não há matéria jornalística sem reportagem, mas ela não se sustenta sozinha. Para se tornar um produto publicável, o material bruto precisa passar pelo processo de edição.

### **2.3: Como a matéria que vai ao ar é construída.**

*Nós temos mágicas para fazer,  
assim é a vida, olhe pra ver...*

(Guto Graça Mello e José  
Bonifácio Sobrinho)

Neste subcapítulo, que se debruça mais do que os outros sobre o processo técnico de edição em telejornalismo, vou me permitir um longo uso da primeira pessoa no texto, para melhor expor a minha experiência profissional. Eu tinha três semanas - e isso é muito tempo na rotina do *Fantástico*. Três semanas inteiras para cuidar de apenas uma edição. Os motivos para esse “privilégio” estavam em uma caixa de papelão recém-chegada à minha mesa na redação do programa, na Rua Von Martius, 22, terceiro andar, no bairro do Jardim Botânico, Rio de Janeiro: 63 discos ópticos<sup>33</sup>. Os dois meses de trabalho do repórter Eduardo Faustini no Hospital do Fundão estavam naqueles discos, um conteúdo tratado como ouro em pó pela direção. Aquela caixa de papelão reutilizada guardava um tesouro jornalístico. Ter sido escolhido para editar esse material será sempre um dos meus maiores orgulhos na profissão.

O editor de texto, como é chamado no telejornalismo, tem uma função equivalente à do roteirista em obras de ficção, assim como o editor de imagens equivale ao montador. A diferença primordial é que, na ficção, em regra, o roteiro é o começo do processo. A filmagem tem objetivos pré-determinados por ele. Mas no jornalismo, obviamente, o roteiro depende do que repórter, cinegrafista e produtor apuraram e captaram antes. Ao editor de texto, cabe dar forma à massa disforme de informações trazida por eles. E o processo de trabalho no VT “A Cara da Corrupção” não foi exceção. Só quando tudo estava gravado, fui incluído no processo. Ao me confiar a missão, o diretor do programa, Luiz Nascimento, fez a pergunta mais repetida na rotina da redação: “Como é que a gente conta essa história”? A premissa para a resposta é dada, hoje, pelo próprio Nascimento,

---

<sup>33</sup> Unidade analógica de gravação de áudio e vídeo; principal mídia usada pelo jornalismo da *TV Globo* à época.

na entrevista para a pesquisa. O homem que autorizou a exibição das reportagens de Eduardo Faustini defende o conceito original de *Show da Vida* - a espetacularização dos assuntos - sempre que isso garantir a melhor comunicação com o público: “Tudo que você fizer para conseguir passar a mensagem, passar com clareza o que está acontecendo ali, eu acho válido”.

Essa espetacularização começa na captação e segue na decupagem do material. É assim, “decupagem”, ou “transcrição”, que é chamado nas emissoras o trabalho de gravação do material captado na reportagem. É quando o editor de texto arregança as mangas. Sessenta e três discos eram 63 horas de conversas, de gravação muito mais trabalhosa do que entrevistas-padrão com perguntas e respostas claramente alternadas. Em uma conversa, há tempos mortos, há sobreposição de vozes, há alívios cômicos, há gaguejadas, há silêncios eloquentes! Tudo isso deve estar transcrito e assinalado pelo editor de texto, e só por ele. Não se pode terceirizar a decupagem de material tão cheio de nuances, porque todas elas podem vir a ser aproveitadas no roteiro de edição. Por serem três câmeras captando a mesma ação, a transcrição palavra a palavra foi feita em um terço dos 63 discos ópticos. Nos outros dois terços, o conteúdo seria “mais do mesmo”. Sim, a rigor seria. Mas fiz questão de pelo menos assistir a todo o material; um bocejo, uma expressão de enfado, dedos batendo na mesa, sempre há mais do que palavras em uma conversa.

Já durante a transcrição deve-se marcar em negrito todas as falas que chamem atenção. É como um primeiro corte. Muito raramente um roteiro final terá usado alguma fala que não estava nos trechos em negrito. Feita essa primeira parte - transcrição/decupagem e seleção das falas -, parti para um mapeamento dos trechos marcados em negrito no longo arquivo de texto. O que é esse mapeamento e por que ele é importante? Porque a minha resposta para a pergunta sobre como contar a história começou pela proposta de se usar pouca narração em off. A melhor condução seria feita pelas falas dos personagens, elas precisavam ser autoexplicativas. Por isso o mapeamento - que eu faço a partir de cada personagem. À mão. E à lápis, porque as ideias mudam todo o tempo em um processo amplo como aquele: tirar de 63 horas de material os 21 minutos e 12 segundos que a matéria exibida acabou tendo. Escrevo o nome, Fulano, e resumo em duas palavras o teor de cada fala dele. Ao lado dessas duas palavras, um número. Então, no primeiro personagem mapeado, pode-se ler:

Fulano

medo inicial - 1

primeira proposta - 2

aumento da proposta - 3

E assim por diante. Quando outro personagem citar um assunto novo, a numeração segue de onde parou. Mas, se esse outro personagem fala, por exemplo, de “medo inicial”, teor já registrado antes, o número ao lado é o 1. Feito isso com todos os personagens, volto a trabalhar com a ferramenta de texto da empresa, e abro nela seis “balizas temáticas”.

Abertura

As propostas

O pagamento

As licitações

A fraude

A “ética do mercado”

Dentro de cada uma, ponho os trechos mapeados que correspondam àquele tema. E faço o cruzamento desses trechos utilizando os números. Por exemplo: se o personagem A, o personagem C e o personagem F deram as melhores falas sobre o item 2, “primeira proposta”, o tema será explicitado pelos três dentro da baliza “As propostas”. Na mesma baliza, entrarão em seguida as melhores falas sobre “aumento da proposta”, as que têm o número 3. No fim desse mapeamento, tenho à minha frente a argila girando, e começo a dar forma à cerâmica. Diante do mapa dos depoimentos, fica visível onde serão necessárias uma ou duas linhas de off, coadjuvantes no formato escolhido.

## 2.4: O lugar do voyeur e a chegada do justiceiro.

A priorização das falas não se deveu a algum maneirismo, à forma pela forma, até porque edições sem off já não eram novidade na televisão em 2012. No caso estudado aqui, a intenção foi preservar o lugar do público voyeur. Os offs, se usados em excesso, reduziriam a intimidade entre o observador e a cena, se tornariam um intermediário, esfriariam a relação. A conexão precisava ser direta entre a ação e o público, para que o público se visse dentro da ação. Os offs foram usados só quando necessários para o entendimento da história, sempre preparando o espectador para as falas seguintes. A função deles era chamar atenção, avisar, e sempre lembrar, que não se ouviria ali nenhuma frase corriqueira, já dita em reportagens menores sobre corrupção.

Essa função dos offs pode encontrar paralelo na arte, como no texto “Instruções para subir uma escada”, de Julio Cortázar<sup>34</sup>. A obra de Cortázar reacende o nosso pensamento sobre um movimento banal, repetitivo, que acaba por se tornar automatizado na rotina das pessoas: subir uma escada. Diz o texto em seu início, ao descrever um degrau: “Ninguém terá deixado de observar que frequentemente o chão se dobra de tal maneira que uma parte sobe em ângulo reto com o plano do chão e, logo, a parte seguinte se coloca paralela a esse plano”. A leitura nos propõe parar e pensar sobre um ato que fazemos alienadamente, sem perceber suas implicações e mecanismos. Insensibilizado pela alta frequência de notícias superficiais sobre corrupção exibidas sempre no mesmo formato pelos telejornais diários, o público, ao assistir ao *Fantástico*, é convidado a parar e “entrar” mais profundamente no assunto. Essa função dos offs na reportagem de Eduardo Faustini no Hospital do Fundão continua a encontrar eco no texto de Cortázar: “Cada um desses degraus, formados, como se vê, por dois elementos, situa-se um pouco mais acima e mais adiante do anterior, princípio que dá sentido à escada”. Era esse passo a passo detalhado que a edição precisava explicar. Ao próprio editor de texto pode ocorrer que a repetição de notícias cause um olhar desvanecido e que os seus roteiros se façam de maneira automatizada como subir uma escada. É preciso manter o perpétuo espanto do qual Geneton Moraes Neto falava. Empresários propondo suborno a gestores públicos, escondendo em caixas de uísque o pagamento da propina, fraudando licitações e dizendo que as negociatas são “a ética do mercado”! Eu tinha em mãos um material a ser trabalhado de forma vibrante e imaginativa, com potencial de reacender a consciência do

---

<sup>34</sup> Escritor franco-argentino, viveu de 1914 a 1984. “Instruções para subir uma escada” foi publicado em 1962.

público, embotada pelas pequenas corrupções do dia a dia, assim como o texto de Cortázar acende a compreensão do que é subir uma escada: “Para subir uma escada, começa-se por levantar aquela parte do corpo situada em baixo à direita, quase sempre envolvida em couro ou camurça, e que, salvo algumas exceções, cabe exatamente no degrau. Colocando no primeiro degrau essa parte, que, para simplificar, chamaremos de pé, recolhe-se a parte correspondente do lado esquerdo (também chamada pé, mas que não se deve confundir com o pé já mencionado) e, levando-se à altura do pé, faz-se que ela continue até colocá-la no segundo degrau”.

Para encontrar o melhor ritmo de edição a partir da premissa analisada acima, recorri a um conceito sempre seguro, o de ênfase e pré-ênfase. O diretor atual do *Fantástico*, Bruno Bernardes, foi entrevistado para esta pesquisa no dia 13 de março de 2024. O arquivo de áudio tem 59 minutos. Começamos por esmiuçar essa estrutura de roteiro e Bernardes explicou: “Ênfase e pré-ênfase é assim: nenhuma história bem-sucedida é feita só de clímax”. Ele diz que cada produto de telejornalismo é uma pequena narrativa fechada nela mesma. A cada uma serve uma determinada cadência interna, e essa cadência deve ser procurada sempre. De maneira geral, não se deve dar um clímax sem preparar o público para a grande aposta que vai ser feita naquele momento. Se o editor tem uma informação importante e impactante, ele deve construir o caminho que leve a ela.

Depois da subida a um clímax, precisa haver um tempo de descida. Bernardes esclarece essa necessidade: “O público precisa consumir aquela narrativa de uma forma que se parece com uma curva. Se você impactou o público emocionalmente, ele precisa de tempo para digerir aquilo, ele precisa se recompor para que você entre depois com outro impacto. Você precisa ter ‘espaços de nada’ entre as coisas, se não o público não assimila”.

Na edição do VT “A Cara da Corrupção”, o rápido teaser é sucedido pela abertura da matéria. Essa abertura, conduzida pelo repórter de vídeo, foi gravada por último. Costuma ser assim. As “passagens” do repórter são a possibilidade final de preencher lacunas percebidas no processo de roteirização. Em tom ainda morno, as explicações sobre como a reportagem foi feita e o que seria visto a partir daquele momento desembocam nas primeiras falas dos empresários. São sobre a porcentagem dos contratos desviada para as propinas. A matéria ganha novos elementos narrativos quando revela a desfaçatez das conversas sobre desvio de dinheiro público. E a temperatura aumenta quando as conversas chegam ao item “O pagamento”, sua primeira ênfase. “Pode ser na

Floresta da Tijuca! Olha aí que bacana”, diz a empresária. Depois, um pouco de “nada”, como ensinou Bernardes: “Nos intervalos você está sedimentando o conhecimento dos personagens”.

O momento dado ao público para a assimilação do que ele acabou de ver é preenchido por uma nova pré-ênfase: a explicação do que são as licitações de emergência. E uma segunda subida começa, agora em direção ao conchavo que as empresas fazem para fraudar as licitações. A nova ênfase tem carga suficiente para acender a indignação do público, e o clímax final está logo a seguir: os corruptos chamam a corrupção que praticam de “ética do mercado”. Eu queria encerrar a matéria misturando a leitura das atas forjadas. São sempre os mesmos textos, lidos de maneira monocórdia e acompanhados por comparsas entediados reunidos no gabinete onde as negociatas foram gravadas. Imaginei que sobrepor as três leituras que tínhamos criaria um efeito poderoso: uma oração cínica. Mas não funcionou na ilha de edição, porque a velocidade de leitura variava de um leitor para outro. Quando um deles estava na segunda linha, outro já tinha terminado o parágrafo. Meu trabalho está cheio dessas pequenas frustrações.

## 2.5: O que o espectador vê na tela da TV.

*Não há nada na tela, só sombras  
oscilantes. É o público que tem emoção. É  
o público que tem a paixão, as lágrimas,  
as risadas.*  
(Francis Ford Coppola)

Finalmente, que imagem é essa que surge quando construída da maneira estudada até aqui? De que maneira a nossa percepção da realidade é aguçada quando “desliza” para uma representação dela mesma, a realidade? O espectador do *Fantástico* deseja uma encenação como, por exemplo, a dos espetáculos de luta livre? Citando Roland Barthes, em seu livro *Mitologias* (2001), “o que o público quer é a imagem da paixão, e não a paixão em si. Como no teatro, no ringue também não existe o problema da verdade. Em ambos, o que é esperado é a representação inteligível de situações morais geralmente privadas” (p. 14). A chave que abriu os ambientes até então privados e tornou espetáculo o conteúdo revelado foi a câmera de vigilância. Ela sai do campo da segurança e começa a ser adotada em outros espaços, como o jornalístico. A aparência de não interferência

humana na produção da notícia, como enfatiza Ana Paula Goulart de Andrade (2008), confere a impressão de que o espectador está assistindo ao que “realmente aconteceu”.

A notícia constituída a partir de imagens de câmeras de vigilância está em acordo com o que a audiência acredita ser autêntico, se conecta ao desejo de verdade do cidadão embutido no telespectador que espera que o jornalismo cumpra com seu papel (p. 83).

Andrade vislumbra um contrato simbólico que atribui um senso de “documento” ou “prova” a esse tipo de imagem (2018, p 85). A reflexão pode ser enriquecida com o trabalho da pesquisadora Fernanda Bruno (2008), ao apontar a câmera de vigilância como herdeira tanto da sociedade disciplinar moderna, que anseia por controle, como instigada pelo prazer visual e sensorial do espetáculo e do entretenimento. A câmera de vigilância incita o voyeurismo, oferece ao espectador uma “visão sem olhar”, a chance de ver sem ser visto, de bisbilhotar a vida alheia. Dessa possibilidade iniciou-se a série de reportagens que Luiz Nascimento e Eduardo Faustini conceberam juntos, como a primeira vez em que um roubo de carro foi mostrado de dentro do carro. Faustini fez o levantamento com a Secretaria de Segurança do Rio: qual era a rua com mais ocorrências, qual era a marca mais roubada, qual a cor mais comum entre os veículos escolhidos pelo ladrão. O programa comprou o carro: um Volkswagen, modelo Gol, branco, e o estacionou na rua Conde de Bonfim, na Tijuca, numa segunda-feira. Ele conta que passou a semana inteira monitorando: “Sexta-feira, seis e meia da tarde, o ladrão apareceu”. No domingo, o público estava lá, à espera, “dentro” da cena do crime. Voltando à analogia com o cinema, é neste momento que L.B. Jeffries, o protagonista de “Janela Indiscreta”, aperta o foco da teleobjetiva. A câmera, como nas palavras de Fernanda Bruno, torna-se “um olho que vê sem ser visto, incitando o voyeurismo”. Como na figura 71.

Figura 71: O ladrão na hora do roubo.



Fonte: Acervo TV Globo

É como a câmera de L.B. Jeffries revelando o que não seria visto a olho nu: dentro de um apartamento, em outro edifício, a pequena aliança da mulher assassinada nas mãos do marido assassino.

Figura 72: Quadro de “Janela Indiscreta”.



Fonte: Site Flim

Luiz Nascimento, o ex-diretor, usa o roubo do carro como mais um exemplo do lema dele, “seriedade não é chatice”: “Fazer uma matéria sobre roubo de carro, eu podia fazer com estatísticas e tal. Agora, você testemunhar um roubo de carro era o caminho para o *Fantástico!*” Para o atual diretor, Bruno Bernardes, a diferença de uma revista eletrônica para um telejornal diário passa também pela aproximação com formas de narração encontradas fora do jornalismo: “Você consegue ver o humano, às vezes cômico, às vezes trágico, você consegue ver porque a lente que a gente bota ali é diferente”. Para Bernardes, isso permite eliminar a chatice mantendo-se a seriedade: “O formato é que vira o jogo”.

A entrevista com Bernardes também é anterior à ideia de usar o filme *Janela Indiscreta* em uma analogia com o voyeurismo do público do *Fantástico*. Mas, ao explicar por que essas reportagens abriram tão bem o espaço para o voyeur e cumpriram tão bem a intenção que está no nome *O Show da Vida*, Bernardes citou Hitchcock e um dos recursos narrativos do mestre inglês do cinema: chamar o público para ser cúmplice dele. Bernardes, na entrevista, repetiu uma frase de Hitchcock: “Quando o público sabe o que

vai acontecer, mas o personagem não sabe, o público está na nossa mão”. Para o diretor do *Fantástico*, quando Faustini se faz passar por secretário da prefeitura de São Gonçalo ou por gestor de compras do Hospital do Fundão, mas os bandidos não sabem que ele está ali infiltrado, o público está na mão: “É um recurso narrativo clássico e certeiro. É nesse sentido que você transforma um assunto mantendo toda a seriedade e toda a responsabilidade do jornalismo. Você usa um roteiro emprestado da ficção para cativar o público, que se sente representado, se sente vingado, se sente junto.”

Em “Uma Genealogia do Espectador Justiceiro” (2020), Felipe Polydoro escreve que essa mutação do observador em vingador é conduzida pela emoção. O texto jornalístico apenas informativo mantém o observador à distância dos fatos, enquanto os recursos dramáticos seduzem o público a dar um passo à frente. Nas palavras de Polydoro, “os personagens desviantes... são percebidos como um outro, habitantes de um mundo do crime ao qual o público não pertence” (p. 4). Não se assiste ao *Fantástico* do mesmo lugar de onde se assiste ao *Jornal Nacional*. Essa diferença se dá por alguns motivos principais, entre eles a construção estética desenvolvida por Eduardo Faustini. A maneira menos formal de fazer jornalismo abre mais espaços para a emoção que, segundo Polydoro, seduz o público a dar um passo à frente. No caso de uma reportagem sobre corrupção, a emoção maior é o gozo da vingança com o desmascaramento do corrupto. Em *As Estratégias Sensíveis* (2016), sobre a preponderância da estética em diversos setores da sociedade contemporânea, Muniz Sodré vai a uma tradição do pensamento hindu para escrever que o que mobiliza o público é o sentimento de inaceitação: “Toda emoção, como toda e qualquer outra entidade, nasce da recusa, da não aceitação de uma situação em que você se encontra no momento presente. Se a situação puder ser aceita, desaparece logo a emoção” (2016, p 47). Para Bruno Bernardes, a emoção é o elemento que aglutina as histórias do *Fantástico*. Ele explica que, desde a sua criação, o programa foi imaginado para suscitar as emoções das pessoas: “Podem ser emoções variadas, podem fazer rir, chorar, podem te indignar. Mas o público não pode ficar indiferente. Toda a linguagem do *Fantástico* é pensada para provocar reações do público”. Polydoro conclui, sobre a gênese do espectador justiceiro: “Além do apelo espetacular do crime desnudado pela câmera, essas imagens de vigilância - onipresentes nos telejornais - contribuem para a naturalização de um modo de atenção vigilante” (p. 16).

Na última cena da reportagem no Hospital do Fundão, depois dos créditos finais, a empresária brinca com o perigo inerente em qualquer negociação ilegal. Chama atenção o fato de ela não dizer “vou ser presa”, e sim “vou sair no *Fantástico*”.

Figura 73: Crime e castigo.



Fonte: Acervo TV Globo

“Vou sair no *Fantástico*”. Involuntariamente, ela consolidou o programa como um espaço onde realidade e fantasia se misturam. O crime que ela sabe que comete se dá na vida, mas a punição mais temida por ela é na forma de show. Com a experiência de 26 anos de *Fantástico* (de 1995 a 2021), de quase três décadas observando a repercussão das reportagens feitas a partir dessa concepção estética que espetaculariza a realidade, Faustini tenta uma explicação para o temor da empresária: “O corrupto não tem medo de processo, mas tem pavor da exposição. No domingo de manhã, ele passa pela portaria e o porteiro fala: ‘Bom dia, doutor.’ Na segunda-feira, ele passa pela portaria e o porteiro pensa: ‘Isso é um ladrão’”.

Perguntado sobre a capacidade de falar com o corrupto que está à frente dele sabendo que o público precisa entender a história com a clareza necessária, ele respondeu que obrigava o interlocutor à sua frente a repetir o que era interessante para a matéria:

“Eu dizia: ‘Isso aqui é propina?’ E ele respondia: ‘É’. Mas ‘é’ não é resposta em televisão”. Faustini, então, fingia não ter entendido: “Eu ficava me fazendo de burro até que ele se irritava e me explicava direitinho o que estava propondo. Quer dizer, explicava para o público”.

Ele deu na entrevista para esta pesquisa muitos exemplos de como o aprendizado do método foi se aprofundando a cada reportagem, “fiz trabalhos que, dois dias depois, eu estava com 40 graus de febre”. E atribui a febre ao estresse emocional de estar diante de um bandido: “Eu sei dos riscos. Já estive em um quarto de hotel na frente de um traficante de armas. Mas tenho domínio sobre o meu corpo. É uma autoproteção que você acaba construindo”. Em uma das primeiras vezes em que usou a estratégia, a reportagem era sobre um médico que usava um hospital público para consultas pagas. Faustini entregou o dinheiro cobrado, o médico não conferiu e, rapidamente, jogou o maço de notas em uma gaveta - e a imagem fundamental para a matéria não foi feita. Em reportagens seguintes, o próprio Faustini contava o dinheiro. Lentamente. No eixo da câmera escondida. “Se eu vou pagar mil, eu levo em notas de 50 e começo: ‘Cinquenta, cem, cento e cinquenta...’ Quando chega em 900, eu finjo que erro e começo de novo”.

Assim o *Fantástico* abriu espaço para o voyeurismo do público, de forma geral, e, em reportagens investigativas, para a fantasia do “justiceiro”. No próximo capítulo, o voyeur invade o lugar observado, a plateia ocupa o palco - o conteúdo exibido pela TV é feito pelo espectador.

### Capítulo 3. Sísifo em uma redação de TV.

Assim como a abertura desta dissertação foi feita com um estudo das aberturas do *Fantástico*, no encerramento dela o objeto será o encerramento do programa, a última atração do último bloco: os gols de domingo. Esses dois momentos - a vinheta de boas vindas e o futebol - sempre ocuparam as pontas: o início e o fim do “espelho”. Um trajeto “do balé à bola”, título da dissertação, além de ilustrar a variedade de assuntos que caracteriza uma “revista eletrônica”, permite a análise de um terceiro alicerce fundamental na história do *Fantástico*, no ar há 51 anos: aquilo que poderíamos chamar de “missão pop”, como se tentará categorizar a seguir.

Com as aberturas, procurou-se mostrar como o programa captou o espírito do tempo em momentos-chave do século XX no Brasil. Depois, com os estudos do quadro “Retrato Falado”, de Denise Fraga, e do método usado pelo repórter Eduardo Faustini - a atração de empresários corruptos para ambientes controlados pela emissora, onde microfones e microcâmeras foram previamente fixados em lugares estratégicos - o objeto de interesse foi a transformação da vida em show, como o próprio nome do programa anuncia. O tema agora, neste capítulo, é o desafio de levar para além dos seus nichos os assuntos tratados no programa. E a mudança na linguagem usada para falar de futebol é possivelmente o exemplo mais bem-sucedido de disseminação da informação por outros segmentos da audiência. São amplos esses segmentos; o mito do “país do futebol” não se concretiza automaticamente nos números de audiência do *Fantástico*. A perda de público quando os gols eram anunciados para o bloco seguinte foi o problema crônico que levou à mudança de linguagem. E, para essa ampliação do público consumidor, um novo formato se mostrou eficaz: o conteúdo do quadro “Bola Cheia, Bola Murcha” era totalmente fornecido pelo público, em um exemplo de interação entre o meio de comunicação de massa (TV) e o ambiente digital (internet) nunca mais repetida no programa.

Parto da premissa de que a revista eletrônica de variedades, que é o *Fantástico*, se valeu de profissionais diversos, como o médico Dráuzio Varella e o jornalista Tadeu Schmidt, aqui entrevistados, para levar a parcelas maiores do público pautas como saúde e futebol. Os nichos fazem parte da própria ideia de José Bonifácio Sobrinho ao criar um programa jornalístico de variedades com ritmo e linguagem próximos do entretenimento. A missão de quem faz o *Fantástico* é popularizar esses nichos para espectadores

heterogêneos. Como reflexão acadêmica usaram-se autores como Shirky (2011) e Jenkins (2008).

Essa tentativa está automatizada em toda a cadeia de produção das matérias exibidas. Da escolha dos assuntos às diretrizes editoriais para tratá-los, os envolvidos - produtores, repórteres, editores de texto e de imagem - seguem uma espécie de manual que não está escrito em nenhum lugar, mas que, mesmo assim, é conhecido - *habitus*<sup>35</sup> (Bourdieu, 2000) profissional de todos aqueles que atuam em um campo, como o do jornalismo televisivo.

Trata-se de um “senso de jogo” (Bourdieu, 1996) aprendido na prática - por repetição, no caso de formatos já bem-sucedidos, ou por tentativa e erro, no caso de novos formatos. Seja qual for o contexto, os responsáveis pelo produto exibido terão buscado, ainda que inconscientemente, cumprir a “missão pop” do programa: alcançar a maior audiência para cada assunto. Em uma tentativa de nomear esse processo sem nome, talvez seja possível fazer uma analogia com o conceito matemático de MDC (máximo divisor comum), que é o maior número que cabe em um conjunto estabelecido. Por exemplo: o MDC entre 2, 4 e 8 é 2. O público de televisão aberta é muito mais complexo, mas a proposta do *Fantástico* é oferecer o maior nível de qualidade que caiba, ou melhor, que seja assimilável por esse conjunto heterogêneo de espectadores. Seria como um “MDC cultural”: o máximo possível de conteúdo e de apuro formal sem que o público perca a compreensão do que está assistindo.

Tudo isso se dá no horário mais disputado da TV aberta. É no domingo à noite que os canais concorrentes e as plataformas de streaming atingem seus números mais altos de audiência. O *Fantástico*, para manter a liderança que ainda tem, precisa engajar desde espectadores menos escolarizados até interessados em matérias específicas ou em nichos como o da saúde. O programa tem a responsabilidade de fechar a semana (e “atenuar” a volta à rotina na segunda-feira) misturando variedades com um jornalismo que não seja sisudo. O diretor Bruno Bernardes reforça: “Não pode ser sisudo, não pode ser professoral, não pode subestimar a inteligência do público”. Ele explicou que o método usado na feitura do “espelho” (a ordem de exibição das matérias) para enfrentar a concorrência também segue a ideia de ênfase e pré-ênfase vista no capítulo anterior: “O começo tem que ser forte. Mas, depois de uma ou duas matérias de peso, você não pode botar uma terceira matéria impactante logo em seguida. Você precisa dar um tempo de

---

<sup>35</sup> Entendido aqui como princípio gerador e distintivo de esquemas de pensamento; que se encontra - mesmo inconscientemente - na base das práticas sociais e profissionais (Bourdieu, 1990)

descompressão para o público. Talvez eu queira botar essa outra matéria pesada fechando um bloco, para que a descompressão seja no intervalo comercial. Se a gente fizesse um bloco de uma hora com seis, sete matérias de polícia<sup>36</sup>, elas se anulariam”. Ter à mão um número de matérias competitivas para sustentar, espaçadamente, um programa de duas horas e meia de duração é consequência de um trabalho que começa muito antes de domingo.

Dia 14 de janeiro de 2025 foi uma terça-feira igual a milhares de terças-feiras na redação do *Fantástico*. Manhã de reunião de pauta. A agenda começa sempre por uma avaliação do programa exibido no domingo anterior. Para viabilizar a participação da redação de São Paulo, essa primeira parte é on-line. Dados de audiência de cada matéria são divulgados. Comentários são abertos para toda a equipe. Em regra, o resultado do esforço coletivo é elogiado. Erros pontuais também são discutidos, mas raramente permanecem entre as preocupações da semana que se inicia. O que passou, passou. A rigor, a primeira parte das reuniões de terça-feira é o encerramento definitivo do que já foi ao ar e, agora, jaz no acervo da TV Globo. O trabalho tenso e cansativo da semana terminada “rola como uma pedra até o esquecimento” e (...) é preciso..., no dia seguinte, é preciso trazer novamente mais notícias e recomeçar todo o processo. Como no Mito de Sísifo<sup>37</sup>, só resta subir de novo com as produções, as reportagens e as edições do programa seguinte. Isso vai demandar a procura por personagens, correções de rumo da pauta provocadas por uma apuração mais profunda, viagens, gravações, decupagem e roteirização do material gravado, edição de imagens finalizada a poucas horas da exibição no domingo... E tudo cairá em esquecimento na terça-feira posterior.

A segunda parte da reunião de pauta é presencial. Rio e São Paulo fazem, separadamente, o *brainstorm* de onde sairão os assuntos a serem tratados na semana. Nesse dia 14 de janeiro, como sempre, repórteres, produtores e editores levaram sugestões. Alguém falou no caso do Pix, nas fake news e nos golpes quando foram anunciados ajustes na política financeira<sup>38</sup>. Nessas ocasiões, o *Fantástico* costuma produzir matérias de serviço, para um esclarecimento à população. Muitos concordaram com a importância da pauta, mas ninguém respondeu à pergunta de sempre: “Como a gente conta essa história?” Como dar um tratamento diferente do que os telejornais

---

<sup>36</sup> Em regra, as reportagens policiais, de investigação, são as apostas mais seguras para se ganhar audiência.

<sup>37</sup> Personagem da Mitologia Grega condenado a repetir eternamente a tarefa de empurrar uma pedra grande até o topo de uma montanha para, em seguida, vê-la rolar de volta ao ponto de partida.

<sup>38</sup> Em janeiro de 2025, em meio a uma disputa política de informações e contrainformações, parte da população perdeu a confiança na ferramenta bancária Pix.

vinham dando em suas matérias de dois minutos, em que o repórter entrevista um personagem, um especialista, dá algumas informações de própria voz no texto em off e pronto, missão cumprida? Como levar assunto tão árido para o horário em que é maior a briga por audiência? No episódio do Pix, que chegou a arranhar a credibilidade da ferramenta bancária, os editores-executivos do *Fantástico* optaram por não programar uma reportagem sobre o tema, por não terem um novo formato ou outra abordagem informativa do tema.

Mas a opção de abandonar uma pauta nem sempre é possível. Há situações em que a exibição é obrigatória porque o assunto é patrocinado. É o caso do futebol. Campeão de audiência durante as transmissões ao vivo, o futebol atrai grandes patrocinadores. A receita das emissoras depende desses patrocinadores. O jornalismo esportivo passa a ter, entre outras, a função de glamourizar os campeonatos. Só que, fora do reduto de torcedores fanáticos, as audiências da dita “paixão nacional” caem. Nesse contexto, Tadeu Schmidt foi convidado para apresentar os gols do *Fantástico*.

### 3.1: O locutor sai do pedestal.

Logo no começo da entrevista para esta pesquisa<sup>39</sup>, Schmidt parou a conversa, buscou o celular em uma mesinha da sala onde me recebera, abriu as notas e digitou - reproduzindo o texto em voz alta: “Não ter ido a essa palestra: a minha carreira seria diferente”. Depois explicou que era uma anotação para uma futura autobiografia.

Schmidt chegou à *TV Globo* em 1997, para trabalhar como repórter da divisão de esportes (Divesp), a editoria em que é maior o espaço para a mistura de jornalismo com entretenimento, de vida com show.<sup>40</sup> Em 2001, houve a palestra que o levou a interromper a entrevista para esta pesquisa e fazer a anotação pessoal. O então diretor executivo de jornalismo, Ali Kamel, apresentou um perfil da audiência encomendado pela emissora. Basicamente, o resultado da avaliação era que grande parte do público não entendia o que ouvia nas reportagens. Schmidt conta que guardou para sempre aquela informação: “As pessoas não entendem o que a gente fala. Então você dá a notícia de que o celular está

<sup>39</sup> Entrevista dada no dia 27 de maio de 2024. O arquivo de áudio tem 51 minutos e 34 segundos.

<sup>40</sup> Em 2003, eu trabalhava no canal pago *Sportv*, produzido e distribuído pela *Globosat*. Neste ano, o *Sportv* foi absorvido pela divisão de esportes da *TV Globo* (Divesp). Em uma das primeiras reuniões com a equipe do canal, Luiz Fernando Lima, então diretor da Divesp, explicou literalmente assim: “Existe jornalismo e existe entretenimento. O esporte está na interseção desses dois conjuntos”.

mais caro porque o déficit não sei o quê... As pessoas simplesmente não entendem. A partir dali, o jornalismo ficou muito mais didático na *TV Globo*". Ele observa que o problema denota a forma de comunicação estabelecida entre o veículo televisão e o consumidor espectador: a mensagem é passada uma vez só. Se o telespectador ficar em dúvida, perde o fio da meada, e, se perde o fio da meada, se desinteressa pelo assunto e talvez mude de canal. É essa a questão central em um roteiro de matéria jornalística, especialmente quando o receptor da mensagem é variado e heterogêneo como o da televisão aberta. Schmidt conclui: "Foi um eureka para mim. O meu texto tem que ser absurdamente claro e simples de entender. Não adianta o espectador querer ouvir de novo, não vai ouvir. É diferente de ler um texto impresso".

Em 2005, ele precisou ser claro e simples como nunca, ao deixar o programa *Esporte Espetacular* e passar a apresentar o bloco de esportes do telejornal *Bom Dia, Brasil*. Schmidt se viu pela primeira vez tendo que se comunicar com um público que não era composto (só) por torcedores e iniciados no assunto. Na entrevista para a pesquisa, ele relembrou todo o processo dessa primeira tentativa de levar o futebol além do nicho, desde as experimentações ainda no *Esporte Espetacular* à missão de manter o público do *Bom Dia, Brasil* longe do controle remoto quando chegava a hora dos gols da rodada. O caminho editorial para furar a bolha quase sempre foi feito através do bom humor e da observação de detalhes que passavam despercebidos quando o texto era dirigido apenas aos iniciados, praticamente repetido de um telejornal a outro. Antes da mudança editorial da qual tratamos aqui, bastava trocar os nomes dos jogadores que cruzavam e cabeceavam como tinham cruzado e cabeceado na rodada anterior e voltariam a cruzar e a cabecear muitas vezes durante o campeonato. Como Schmidt exemplificou: "E aí entraram os detalhes, o negócio de eu não me ater apenas aos fatos, mas colorir tudo aquilo. Então eu posso falar que o Renato fez a jogada, foi à linha de fundo, cruzou e Tadeu fez o gol. Ou eu posso dizer que o Renato... 'Caraca, o cara caiu! Tá vendo o torcedor ali atrás acompanhando? E o Tadeu, quando foi fazer o gol, o short abaixou, apareceu a cueca...' Entendeu? Você continua dando a informação, que é o objetivo inicial, mas você põe várias outras coisas que entretêm. E isso serve sobretudo para quem não gosta do jogo em si".

Pelo que fez no *Bom Dia, Brasil*, Schmidt foi chamado para o *Fantástico*, em 2007. O diretor à época, Luiz Nascimento, não conseguia solucionar a queda de audiência quando os gols da rodada eram exibidos no programa. Tinha tentado o formato convencional de juntar todos os gols em uma só entrada no fim do espelho; tinha tentado

também o oposto: espalhar os gols durante o programa. Mas a edição de texto e de imagem continuava a mesma, e as tentativas não deram resultado. Nascimento falou para a pesquisa: “Com o Tadeu, a audiência se estabilizou. Ele conseguia atrair o público que não acompanha futebol, mas que se diverte com as galhofas”. Schmidt concorda que, no *Fantástico*, deu o passo na direção do humor, mas faz uma ressalva: “Não é um humor de humorista, é muito mais o humor de um amigo que faz uma observação engraçada”. Esse clima de conversa entre amigos é a sustentação fundamental da comunicação estabelecida por Schmidt e o público. A começar por um detalhe simples: o uso dos artigos antes dos nomes próprios. Por exemplo: “O fulano chutou de canela e o beltrano defendeu como um gato!” (E no pretérito, “chutou” e “defendeu”, porque é assim que as pessoas falam). Pela característica fronteira com o entretenimento, o esporte permite essa informalidade. No *Jornal Nacional*, ninguém vai chamar o presidente de “o Lula”, mas, em uma conversa entre amigos sobre futebol, é o contrário: ninguém dispensa os artigos. O uso deles, hoje naturalizado em reportagens e mesas-redondas, foi introduzido por Schmidt. E essa leveza do texto demandou uma narração das matérias que também tivesse o tom de uma conversa. Um novo estilo de narrar se impôs como condutor da novidade.

Schmidt ressalta que o seu modo de narração não é exatamente como uma conversa real: “Falando normalmente, eu gaguejo, solto um palavrão. Eu tenho que treinar muito e me esforçar muito para que a narração se pareça com uma conversa normal”. Ele se orgulha de uma pequena história dessas que acontecem rotineiramente, mas não deixam registro: “Uma vez eu gravei um off... Na época eu ia para a cabine e o editor gravava na ilha de edição. Aí eu comecei a gravar e, dali a pouco, a editora falou assim: ‘Tadeu, pode começar a gravar’ Eu falei: ‘Não, estou terminando já!’ E aquilo, para mim, foi um baita elogio. Eu tinha conseguido fazer com que ela achasse que eu estava conversando com ela e não gravando o texto. É muito menos uma pessoa que está na TV anunciando alguma coisa e é muito mais como dois amigos que estão sentados no sofá vendo futebol e falando: ‘Pô, você viu aquilo lá que aconteceu?’”

Outra contribuição de Schmidt para levar o futebol além do nicho dos torcedores é repetir palavras, ultrapassando um dogma do jornalismo: “Vou te dar um exemplo: ‘Flamengo e Coritiba jogaram no Maracanã. O rubro-negro...’ Talvez alguém não saiba o que é rubro-negro, o que é essa expressão. A minha mãe não sabe as cores dos clubes. ‘São Paulo e Internacional. O tricolor fez 1 a 0...’ A minha mãe não sabe quem é o tricolor. Então eu repito mesmo: ‘São Paulo e Internacional. O São Paulo fez 1 a 0...’”.

Este é o melhor exemplo do “MDC cultural”: tentar falar para todo mundo em uma linguagem simples sem se tornar simplório, porque isso traria o risco de perder o espectador que domina o assunto. O que se quer é levar a maior qualidade possível para a maior audiência possível. Foi pela linguagem que o médico Dráuzio Varella tirou a medicina do reduto científico. Na entrevista para a pesquisa<sup>41</sup>, Varella disse que “a grande dificuldade é que você tem que encontrar uma linguagem que as pessoas mais simples compreendam. Mas essa linguagem não pode ser uma simplificação que os mais cultos, os que têm mais informações, achem ridícula.” Ele ressalta já serem 26 anos buscando, em cada matéria, o caminho do meio-termo, por isso a sua facilidade de comunicação com um público mais amplo.

### **3.2: Um consultório aberto a todos.**

Quem convidou o oncologista para fazer televisão foi, mais uma vez, o ex-diretor Luiz Nascimento, em 1999. No início, Varella relutou em aceitar o convite. Ele me contou que, no fim do século 20, médico considerado “sério” (palavra dele) não falava nos meios de comunicação de massa, mas que disse para Nascimento que pensaria na proposta. “Fiquei muito em dúvida”, revelou para esta pesquisa. Até que um encontro banal começou a mudar a relação entre médicos sérios e veículos de comunicação de massa no Brasil. O encontro foi com o chefe do pronto-socorro do Hospital das Clínicas de São Paulo, chamado Dario Birolini. Ele estava cansado, reclamou que as pessoas não sabiam como agir diante de um acidente, não conheciam primeiros socorros, acreditavam que pasta de dente e pó de café curam queimadura. E encerrou a conversa bradando que era preciso ensinar a elas. Varella teve um insight: “Se for para fazer alguma coisa educativa, eu topo a televisão”. O convite do Fantástico tinha reacendido nele uma promessa de muito tempo antes.

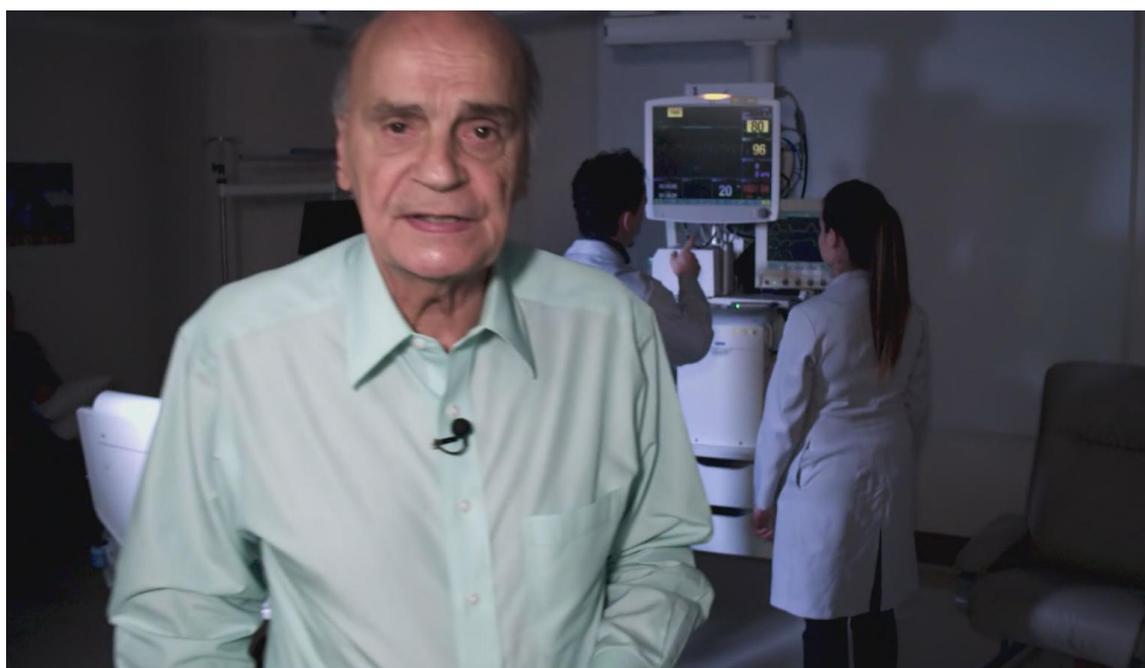
“Eu nasci em um bairro operário de São Paulo”, ele passou a lembrar. Na frente da casa dele tinha uma fábrica. O conjunto de moradias, a rigor, era um cortiço: “Na casa onde a gente morava, eram três famílias e só tinha um banheiro, e sem água quente. Era onde os imigrantes iam morar. Foi a minha formação, eu vivi nesse ambiente até os dez anos de idade”. Ele conta que, quando os meninos faziam 14 anos, paravam de estudar e

---

<sup>41</sup> Entrevista gravada em 11 de setembro de 2024, gerando um arquivo de áudio de 46 minutos.

iam trabalhar na fábrica. Varella continuou a estudar porque o pai tinha dois empregos e dizia que os filhos iriam para a universidade. É visível, na entrevista, o prazer dele mergulhado na memória: “Os caras riam do meu pai, né? Mas não na frente, que ele era bravo! E eu conservei um compromisso de dividir o que eu aprendesse. Na escolha da medicina, isso fica evidente. Nós temos milhões de pessoas que, ou não têm acesso a médicos, ou têm um acesso muito precário”. Perguntei se é possível concluir, metaforicamente, que a ida para a televisão, especialmente para o *Fantástico*, foi como se a sala de estar do consultório tivesse se tornado pública - e ele respondeu que sim, “exatamente”. E é o tom de conversa, informal mas cuidadosa, experiente, que conduz a autoridade com que Drauzio Varella leva a medicina dos redutos científicos para o público geral do *Fantástico*. Na figura 74, ele olha para a câmera. Para o público.

Figura 74: Drauzio Varella tirou a medicina do nicho científico.



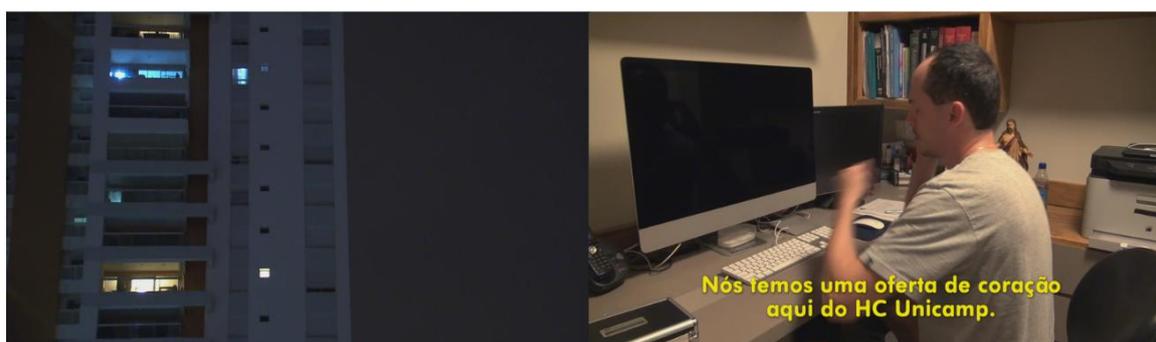
Fonte: Acervo TV Globo

Nascimento elogia a sua criatura: “A clareza com que ele expõe os assuntos é impressionante. Eu lembro de uma vez em que ele estava falando de um problema neuronal, um assunto difícil, e foi a maior audiência daquele domingo”. Assim como Schmidt, Varella desenvolveu o texto e a narração em tom de conversa. É quase como

uma consulta. Além disso, Varella também aprimorou uma estratégia própria para levar questões médicas além do seu nicho: “Você tem que encontrar o ponto fundamental da matéria”. A partir dessa definição do ponto fundamental, o caminho é pela empatia com os personagens da história a ser contada. Um exemplo escolhido por ele foi uma premiada série sobre transplantes, de 2017. A reportagem apurou que 70% das famílias brasileiras concordam em doar os órgãos de um familiar, um número que poderia diminuir as filas de espera. Então onde estava o ponto fundamental do problema? Varella explica que estava na falta das condições de trabalho necessárias nos hospitais: “Você é plantonista em uma UTI, está sozinho. Tem lá 12 leitos, os pacientes podem morrer a qualquer momento. E, para a doação de órgãos, você tem que manter o doador com coração, pulmão, respiração, tudo funcionando. Imagine que um desses pacientes entre em morte cerebral. Você o abandona e vai cuidar dos outros. É menos um doador”. Esse era o ponto fundamental que despertou a empatia do público com os profissionais de saúde envolvidos. O principal problema do transplante no Brasil é manter o doador vivo enquanto a equipe que vai retirar os órgãos doados é acionada.

A edição da série privilegiou esse quase “thriller médico” ambientado em UTIs e ambulâncias de resgate, tornando pop um tema angustiante. A espera pela doação foi simbolizada por algumas luzes acesas na madrugada. A edição acompanha o transplante desde o início do procedimento, como demonstrado com as imagens abaixo.

Figura 75: Espera e esperança

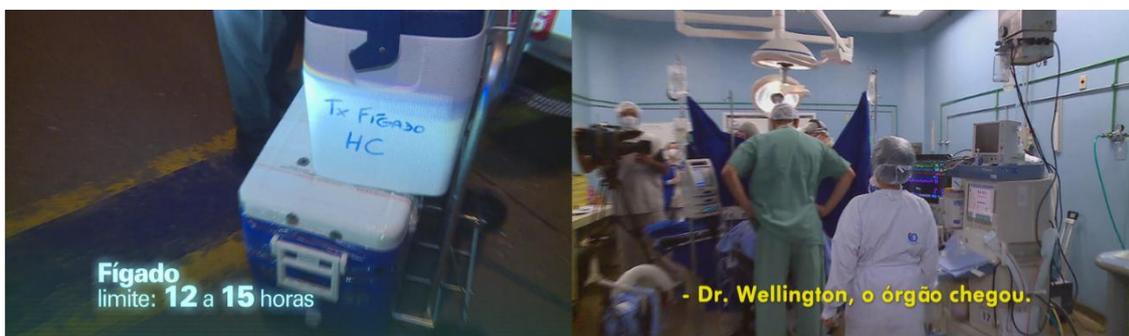


Fonte: Acervo TV Globo

O desenvolvimento das histórias mostradas na série foi determinado pelo prazo de validade dos órgãos transplantados. A sequência de acontecimentos tinha como marcador temporal as horas se passando entre a remoção do órgão do paciente doador e

a conexão do órgão no paciente receptor. as informações principais são reforçadas em letterings. E ao menos um dos casos acompanhados deve ter final feliz. Um programa chamado *Show da Vida* precisa alimentar esperanças. Conforme as imagens a seguir.

Figura 76: A edição trabalha na chave da urgência



Fonte: Acervo TV Globo

À época desta entrevista, Varella estava preparando outra série, agora sobre demências, e tinha acabado de encontrar um possível caminho para tornar publicáveis situações tão tristes. O ponto fundamental para a conexão com o público deveria ser o sofrimento das famílias: “Na família há sempre uma pessoa que fica encarregada, que assume o problema. Uma mulher, sempre, ou quase sempre. Essa pessoa fica destruída. Para de trabalhar e vai passar quatro, cinco anos naquela vida. Não há quem aguentar isso. Acabou a carreira profissional, porque depois quem é que vai aceitar? Esse é o ponto crucial. Está certo a gente fazer isso? Está certo cuidar dos doentes dessa maneira? Você tem que encontrar o ponto. Aí a mensagem vai”.

Ele terminou a entrevista contando que, antes de trabalhar na TV, foi professor de cursinho pré-vestibular durante 20 anos. Chegou a ter dez mil alunos para medicina. Eram 25 classes de 400 alunos. Perguntei o que é mais difícil: falar para 400 pessoas que estão ali, de corpo presente, empunhando apenas um microfone? Ou falar para “ninguém”, diante da câmera, mas sabendo que será ouvido, na verdade, por 15 milhões de pessoas? “Eu acho que é mais fácil falar para as 400 pessoas presentes”, ele começou a responder, para concluir: “Porque, fora disso, você tem que fazer uma abstração. Você está falando com uma lente, quem é que vai ver isso? Para quem você quer falar?” Foi no bloco do futebol que o público do *Fantástico* começou a ganhar rosto e voz e a se mostrar cada vez menos como uma abstração.

### 3.3: A torcida invade o campo.

Em 2007, o programa começou a tatear o espaço aberto pela internet, que havia chegado ao Brasil onze anos antes, e criou um quadro chamado “Você no Fantástico”. O nome é a semente do que veio depois. Os apresentadores convidaram os telespectadores a entrar no programa da maneira que quisessem: tocando um instrumento, mostrando o pet, desejando boa noite, boa semana, qualquer coisa. Os primeiros vídeos chegaram em conta-gotas, a tecnologia pré-smartphones não facilitava. Mas chegaram. Eram exibidos a bel prazer, espalhados pelo espelho do programa com a única função de “descompressão” entre as matérias mais parrudas. Até que os internautas começaram, aqui e ali, a enviar imagens de suas habilidades, ou da falta delas, nos campinhos de pelada. Os cenários variavam do gramadinho mais digno ao chão de terra mais esburacado, as balizas podiam se assemelhar às do futebol profissional ou serem apenas imaginadas a partir de um par de chinelos marcando o lugar delas. A bola surgia em intermináveis formatos, materiais e circunferências. E os peladeiros se mostravam do craque orgulhoso ao perna de pau que sabe rir de si próprio. O Brasil se reconheceu ali.

Schmidt passou a incentivar o envio de vídeos de futebol: “O negócio explodiu de um jeito que, no começo de 2008, a gente criou um formato de competição e deu o nome de ‘Bola Cheia, Bola Murcha’”. Em cada um dos três primeiros domingos do mês, a equipe responsável pelo quadro selecionava um lance bola cheia e uma bola murcha para exibição. No último domingo, um júri convidado escolhia os vencedores daquele mês. Eu cheguei ao *Fantástico* em maio de 2008, depois de 16 anos no canal pago *Sportv*. A brincadeira com o futebol entrou instantaneamente na minha lista de atribuições. Nas imagens abaixo, alguns exemplos do que recebíamos do público.

Figura 77: Dos campinhos mais característicos, surgiram anônimos craques e pernas de pau



Fonte: Acervo TV Globo

A exibição de material amador em um programa de TV exigiu uma adequação ao novo veículo. Não funcionaria simplesmente reproduzir os vídeos dos internautas. Uma das roupagens pensadas para o quadro foi a participação de jurados famosos, de diversas áreas, na escolha dos lances que disputaram o voto do público no Troféu Bola Cheia e o Troféu Bola Murcha.

Figura 78: Noel Gallagher, líder do grupo Oasis e fanático por futebol, foi jurado.



Fonte: Acervo TV Globo

Se a televisão absorveu a característica amadora dos vídeos caseiros, na outra mão as expressões “bola cheia” e “bola murcha” foram adotadas nos campinhos de pelada. O número de contribuições aumentava semanalmente e, cada vez mais, os participantes antecipavam nas gravações: “Essa vai pro Bola Cheia! Essa vai pro Bola Murcha!” Uma migração entre o mundo das ruas e as telas da televisão aberta encontrava espaço profícuo no mundo digital, que incentiva e promove a “cultura participativa”. Isso inverte a mediação verticalizada da mídia eletrônica no sistema de comunicação de massa. Se anteriormente, segundo Clay Shirky (2011), havia um desequilíbrio na relação do público com a televisão - “Se eu possuo um canal de TV e você tem um aparelho de televisão, eu posso falar com você, mas você não pode falar comigo” (2011, p 25) -, o desequilíbrio começou a se desfazer com a internet:

Num histórico piscar de olhos, passamos de um mundo com dois modelos diferentes de mídias - transmissões públicas por profissionais e conversas

privadas entre pares de pessoas - para um mundo no qual se mesclam a comunicação social pública e a privada, em que a produção profissional e a amadora se confundem e em que a participação pública voluntária passou de inexistente para fundamental. (2011, p 186)

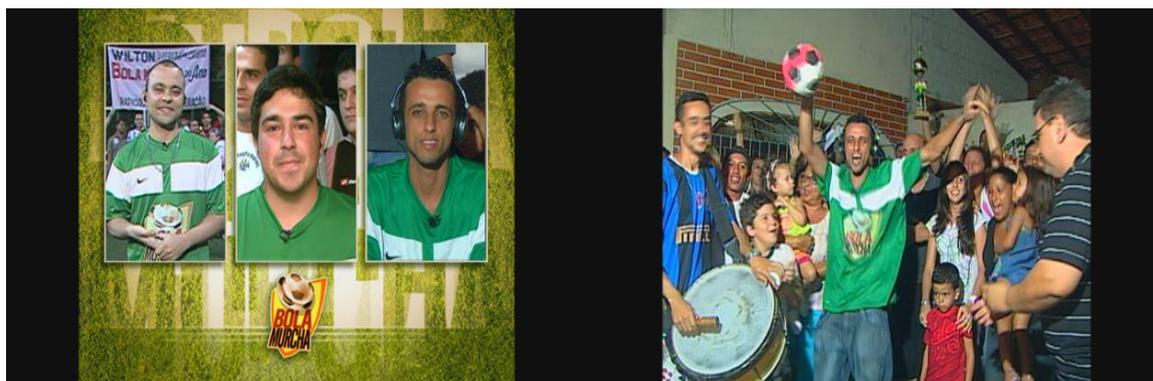
Afinal, no atual sistema midiático híbrido, os espectadores são também produtores e propagam imagens e informações variadas (JENKINS; GREEN; FORD, 2014). A lógica colaborativa - como bem lembraram Yvana Fachine e Pedro de Oliveira Vasconcelos - se sustenta na sensação de confiança: “Efetua-se uma espécie de acordo tácito, assentado fundamentalmente numa troca; se um lado interage, o outro recompensa” (p 12).

Em meados de 2008, a equipe de internet<sup>42</sup> precisou escalar um produtor para fazer uma pré-seleção de 15 a 20 vídeos de cada categoria, dos quais eram escolhidos o bola cheia e o bola murcha que entravam na disputa. No fim do ano, os campeões dos onze meses anteriores passavam por uma bancada especial de jurados e três de cada categoria iam para a grande final, com votação do público. Os juízes eram celebridades do futebol ou expoentes de outras áreas que fossem conhecidos por gostarem do jogo. Schmidt dá exemplos: “Carlos Alberto Torres, Zico... A gente botava atores também. E era aquele jeito do *Fantástico* de ‘mirar na lua’: ‘Vamos convidar o Maradona? E o Zidane?’” Na primeira temporada, Pelé foi o jurado final: “O Pelé! O Pelé escolhendo bola cheia e bola murcha!” À época, o internauta precisava levar uma câmera digital para o campinho, baixar o vídeo no computador dele e depois subir o arquivo para o site do *Fantástico*. Mesmo assim, chegavam 80, 90 vídeos por dia, 600 por semana, 2.400 por mês. “Não tinha nem comparação com qualquer outro conteúdo feito pelo público”, afirma Schmidt. Com uma plenitude nunca alcançada antes, o torcedor entrou em campo. A plateia invadiu o palco. Os finalistas do ano mobilizavam parentes e amigos nas noites de votação do público.

---

<sup>42</sup>O primeiro setor do Grupo Globo dedicado à internet foi criado no ano 2000 para cuidar de todos os telejornais de rede, dos telejornais locais de Rio e São Paulo, do *Globo Repórter* e do *Fantástico*. Não havia ainda equipes exclusivas para cada programa, como existem hoje. Desse trabalho coletivo, muitas iniciativas foram incorporadas à interação do *Fantástico* com o seu público: a ferramenta “Você no Fantástico”, por onde chegaram os primeiros vídeos dos campinhos de pelada; a primeira conta da TV Globo no twitter, @showdavida; o primeiro app da TV Globo, para o quadro “Medida Certa”, que ganhou o prêmio Leão de Bronze, em Cannes; os chats durante o programa. O sucesso do quadro “Bola Cheia, Bola Murcha” obrigou o setor a deslocar um profissional para esse produto específico.

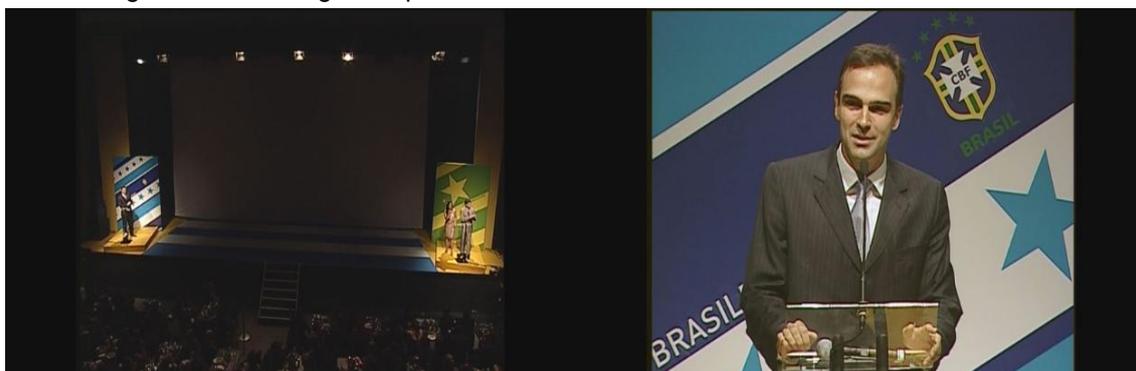
Figura 79: Noite de decisão!



Fonte: Acervo TV Globo

Em outra iniciativa para dar ao produto amador um pouco de formalidade, os prêmios para os peladeiros eleitos pelo público foram entregues na cerimônia anual da Confederação Brasileira de Futebol. Como nas imagens da figura abaixo.

Figura 80: A entrega dos prêmios ao Bola Cheia e ao Bola Murcha na CBF.



Fonte: Acervo TV Globo

No livro *Cultura da Convergência* (2006), Henry Jenkins reflete sobre a descentralização do poder causada pelas novas tecnologias de informação e comunicação. Com elas: “...o poder do produtor e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (p 343). A reflexão política do autor parece servir de alguma maneira a uma última análise do quadro “Bola Cheia, Bola Murcha”: “Tais experiências florescem no interior da cultura da convergência, que cria um contexto em que os espectadores - individual ou coletivamente - podem reformular e recontextualizar conteúdos das mídias de massa” (p 340). O “Bola Cheia, Bola Murcha” contribuiu para a reformulação do

conteúdo do *Fantástico*, condição imposta na missão pop do programa. Mas, quando perguntei a Schmidt se, para a televisão, abrir-se à produção do público é uma questão de sobrevivência, ele chamou atenção para um limite nessa parceria: “No nosso caso, é uma transição, uma coisa híbrida. Porque, no fim das contas, quem escolhe o que vai e o que não vai ao ar somos nós. Continua a ser uma decisão da televisão. Nas redes sociais, todo mundo produz o que quiser e todo mundo vê o que quiser. No ‘Bola Cheia, Bola Murcha’, todo mundo mandava o que queria, mas todo mundo via o que a gente mostrava”.

Sobre essa divisão de poder levantada por Schmidt, Fachine e Vasconcelos corroboram Jenkins ao afirmarem: “Em termos narrativos, os programas assumem a função de destinador-julgador, avaliando e sancionando positivamente as performances dos sujeitos” (2020, p 15). É como se a televisão dissesse para o público: Entre, fique à vontade, faça de conta que a casa é sua - mas ela é minha. E talvez a melhor imagem dessa relação tenha sido o jogo de futebol que fechou a primeira temporada do quadro. Bolas cheias *versus* bolas murchas no Maracanã. Uma noite de fantasia em que eles poderiam cantar: Arrá! Urru! O *Fantástico* é nosso!

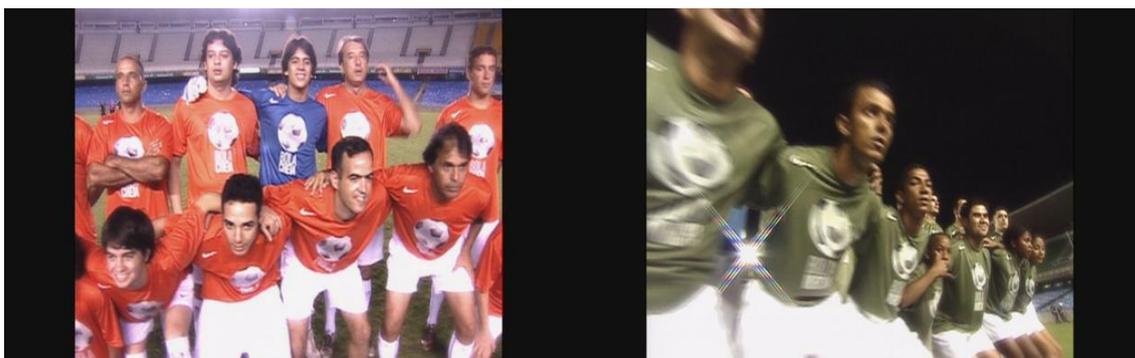
Figura 81: Peladeiros de todo o Brasil invadem o Maracanã.



Fonte: Acervo TV Globo

Os códigos comportamentais do futebol profissional foram seguidos pelos jogadores amadores sem que a produção do *Fantástico* precisasse pedir. Eles passaram a vida vendo nos estádios e na televisão os seus ídolos aquecerem a chuteira, se aquecerem, rezarem. Momentaneamente no palco, sabem o que fazer.

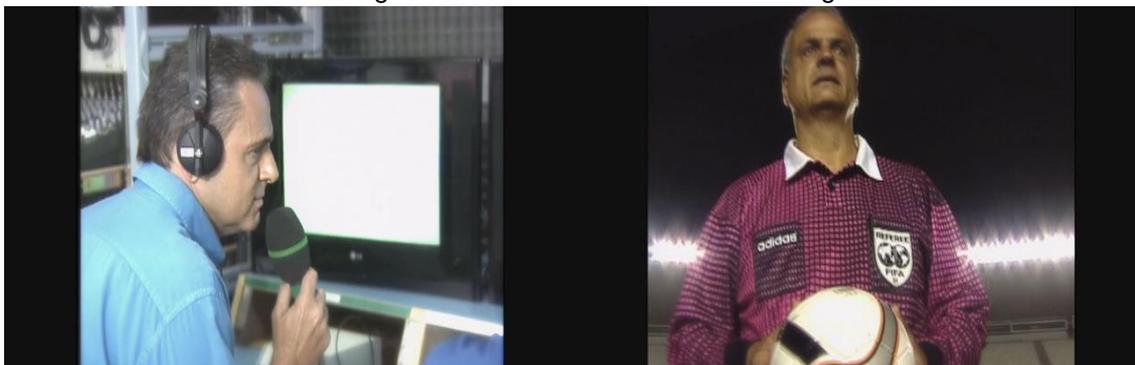
Figura 82: O jogo foi exibido em forma de matéria jornalística com duração de oito minutos.



Fonte: Acervo TV Globo

Parte do aparato das transmissões ao vivo foi reproduzida no faz de conta. A narração de Luiz Roberto, de fato narrador, e a arbitragem de Renato Marsiglia, de fato ex-árbitro, aproximaram ainda mais fantasia e realidade; show e vida.

Figura 83: Luiz Roberto e Renato Marsiglia.



Fonte: Acervo TV Globo

Ao terem suas vidas transformadas em show, os peladeiros internautas do *Fantástico* viram-se do jeito que se imaginaram nos campinhos amadores: como jogadores de futebol. A arquibancada entrou em campo. Foi como um sonho de uma noite de verão carioca.

Figura 84: Em uma noite de sonho no verão, o Maraca foi do público!



Fonte: Acervo TV Globo

Ao abrir espaço, dentro do programa, para o sonho dos craques e dos pernas de pau dos campinhos de pelada, o *Fantástico* se valeu de uma poderosa metáfora da vida: as pessoas competem entre si. Pela sobrevivência, pelo acúmulo de bens, por uma ideia de felicidade. Para Georg Simmel<sup>43</sup>, esse conflito tem uma função associativa: a sociedade é formada pelas redes de disputa entre indivíduos. No artigo “Georg Simmel: A dimensão do conflito na manutenção das formas sociais” (2024), Wallace Cabral Ribeiro elucidava a proposta de que a competição moderna, vista a princípio como uma luta de “*todos contra todos*”, é na verdade uma luta de “*todos para todos*”, porque, sem a disputa, sequer há sociedade (p 8). Escreve Ribeiro que, na visão de Simmel, a atitude *blasé* (fria, apartada) diante da luta pela sobrevivência é um dos fatores que viabilizam a manutenção das metrópoles (p 10). Como se fosse uma autodefesa individual a possibilitar o convívio em sociedade.

Ao simular o conflito - que é inerente às relações sociais -, o futebol se torna um antídoto contra a frieza *blasé*. O futebol é um lugar movido a paixão, forte gerador da sensação de pertencimento. O futebol é uma representação, com escudos e bandeiras, da vida propriamente dita - mas com a vantagem de não sê-la. Pode-se brincar à vontade

<sup>43</sup> Sociólogo alemão que viveu de 1858 a 1918.

com “o outro”, é apenas um jogo - um jogo de “todos *para* todos”, porque, sem o adversário, não haveria disputa. Atualmente, a atração que encerra o *Fantástico* são os cavaleiros torcedores. Quando foram criados, eram digitais. Em 2014, na estreia da atual redação do programa, planejada para ser também um estúdio, o designer Flávio Fernandes, do departamento de arte do jornalismo, propôs os muppets. Schmidt relembra: “Não foi amor à primeira vista. A primeira temporada foi para eu aprender a fazer aquilo. Foi para me entrosar com os manipuladores, que são maravilhosos. A partir da segunda temporada, a gente conseguiu dar uma personalidade para os cavaleiros. O sucesso deles está em cada um ter uma personalidade”. Então o flamenguista é malandro, o vascaíno tem sotaque português, o corintiano é ativista, o santista tem saudade do Pelé, o tricolor é antiquado, etc. Schmidt conta que, antes de o *Grupo Globo* fazer o licenciamento dos cavaleiros, eles já tinham virado pirataria: “Já estavam nos estádios, nos sinais de trânsito”. Já estavam no show da vida cotidiana. E é por isso, conforme reflexão de Ana Paula Goulart sobre nostalgia (2018), que ficarão os cavaleiros na memória do público do *Fantástico*: por guardarem signos de uma experiência comunitária. Foi o mesmo processo que instalou na memória coletiva a Zebrinha da loteria esportiva. Durante treze anos, desde a estreia em 1973, a personagem anunciou, a cada domingo, o resultado dos jogos. Foi porta-voz de um sonho coletivo. Quem viu não esquece. Goulart escreve que “o passado é acionado de forma alusiva, como elemento de produção de familiaridade, conexão emocional e identificação do consumidor com os produtos” (p 3).

Figura 85: A Zebrinha da loteria e os cavalinhos do Tadeu.



Fonte: Acervo TV Globo

Tornando a vida um show, os cavalinhos proporcionam uma experiência comunitária baseada na emoção, atenuam a volta à rotina das segundas-feiras e produzem a memória do *Fantástico*.

## Considerações finais

*O adjetivo é a alma do idioma, a sua  
porção idealista e metafísica. O  
substantivo é a realidade nua e crua.*  
(Machado de Assis)

A pesquisa tentou responder à pergunta central de seu objetivo, o de refletir sobre a questão da transformação e permanência do *Fantástico* desde a estreia, no dia 5 de agosto de 1973. Em sua longa trajetória, o programa teve muitas “caras”, e continua a se renovar frequentemente. Mas se mantém estruturalmente semelhante após 52 anos: uma mistura de informação e entretenimento que se propõe a envolver o público pela emoção sublinhada nas histórias que exhibe. A pergunta-chave, portanto, era: como as criações estéticas e narrativas do *Fantástico* asseguraram essa “permanência pela mudança”? A busca pela resposta começou por uma pista oferecida em seu próprio nome.

Na autobiografia “O livro do Boni”, José Bonifácio Sobrinho conta que o nome do programa surgiu logo na primeira reunião de criação, para a qual ele convocou todas as centrais de produção da *TV Globo*, em dezembro de 1972 - a reunião em que o projeto foi apresentado. Segundo Boni (2011, p 304), o jornalista e compositor Ronaldo Bôscoli exclamou, ao fim da apresentação: “Isso é fantástico!”. E o diretor de criação Borjalo completou: “E esse é o nome do programa, *Fantástico*”. Um adjetivo acabava de ganhar a função de substantivo. Mais ainda, de substantivo próprio. Boni trabalhava com o nome provisório *Show da vida*, aceitou a sugestão e as ideias se juntaram: *Fantástico, o show da vida*. Um nome-sina, um destino, o lugar em que se pretende tornar fantástica a vida “nua e crua”. Escolhemos quatro produtos que criaram memória ao emocionar o público por tratá-lo de forma fantástica - e assim preservaram a essência do programa e a sua identidade. Felipe Polydoro (2020) escreve que o texto jornalístico apenas informativo mantém o observador à distância dos fatos. Não se assiste ao *Fantástico* do mesmo “lugar” de onde se assiste ao *Jornal Nacional*.

Para chegar a essa conclusão, iniciei o percurso metodológico com a análise das aberturas coreografadas sob o tema musical que se adapta a cada mudança estética por que elas passam. A hipótese que se tentou sustentar é a de que as aberturas (áudio e vídeo) captaram o espírito do tempo em que foram exibidas e se tornaram, assim, vetores de uma memória coletiva que liga o programa aos afetos de um tempo vivido.

Depois, a relação “familiar” que se criou com o compartilhamento de memórias teria proporcionado ao público a emoção da intimidade e, como consequência, a abertura de um “enquadramento voyeur”. Foi analisado, como exemplo, o quadro “Retrato Falado”, conduzido pela atriz Denise Fraga. Durante oito anos, ela encenou histórias cotidianas de pessoas anônimas que se apresentavam em cartas e emails enviados para a produção. Amalgamando informação e entretenimento, a intenção do “Retrato Falado” era imprimir uma cumplicidade com o espectador baseada na emoção de se ver uma vida comum ganhar espaço na teledramaturgia.

Em seguida, a reflexão aqui exposta se dedicou ao modo original de o repórter Eduardo Faustini usar o recurso das câmeras escondidas, já difundido à época. Diferenciando-se do uso até então praticado, em que os repórteres iam aos locais suspeitos, Faustini desenvolveu a ação em ambientes controlados por ele. Empresários investigados por corrupção eram convidados pelo repórter para conversas em salas fechadas em que tudo era planejado: a fixação das câmeras e dos microfones escondidos, a posição da mesa e das cadeiras, a incidência de luz, o nível de barulho ambiente. O resultado estético teria o efeito de proporcionar ao espectador a emoção de se sentir na cena do crime, participando da investigação. A hipótese neste ponto da pesquisa foi a de que o método de Eduardo Faustini seduzia o público a avançar da posição de voyeur para a de “detetive justicador”.

E, finalmente, foi analisado o encontro da vocação embutida no nome do programa com a atual cultura da convergência, que tem raízes nas redes sociais - sendo eleito como melhor exemplo o quadro “Bola Cheia, Bola Murcha”, feito inteiramente com registros amadores nos campinhos de pelada do Brasil. O trabalho de pesquisa encerrou-se, dessa maneira, acreditando ter sido possível desenhar com coerência um recorte da relação entre o *Fantástico* e o seu público que explique a permanência do programa. A confiança em um bom resultado se sustenta nas nove entrevistas, com duração média de uma hora, com os atores mais importantes em cada momento analisado. São profissionais com diferentes biografias, mas com este traço que os iguala: criaram novos formatos bem-sucedidos na restauração ou, ao menos, na manutenção da essência do *Fantástico*. Realizaram a permanência pela mudança.

Haverá um limite para essa permanência? Talvez a pergunta possa conduzir a novas pesquisas sobre as construções estéticas e narrativas do *Fantástico*. Até aqui, as imagens criadas a partir delas têm envolvido o espectador. Mas elas são resultado de uma “ourivesaria” custosa - em tempo e dinheiro. E as mídias recém-estabelecidas baratearam

e aceleraram a produção e a difusão de conteúdo. Essas novas imagens terão, um dia, o poder que as imagens do *Fantástico* ainda têm? Ou suas principais características – pulverização, imediatismo -, tão caras às novas gerações, são justamente os impeditivos para a lenta criação de uma relação “familiar” como a que o *Fantástico* desenvolveu com o seu público? Porque o que esta pesquisa acredita ter encontrado é um ciclo em constante vibração por baixo de tudo que o programa produz e exhibe. Recapitulando, seria assim: ao captar o espírito do tempo, as aberturas produziram memórias compartilhadas com o público; a relação de confiança gerada com isso atraiu o espectador para o lugar do voyeur, explorado em produtos como o “Retrato Falado”; essa “intimidade” acentuou-se com as câmeras de vigilância abrindo ambientes antes proibidos e levando o voyeur à fantasia de “detetive”; e a “interseção” entre programa e público se completou quando o público fez o programa, caso do quadro “Bola Cheia, Bola Murcha”. Com exceção da abertura atual, (...) todos os produtos analisados aqui já saíram do ar; foi uma decisão tomada para preservar um distanciamento histórico. Eles foram substituídos por outros formatos, que também produziram memória, atraíram o voyeur, alimentaram a fantasia do justiceiro e convocaram a participação do telespectador - e que também já foram substituídos, ou serão. É a permanência pela mudança que mantém o ciclo em movimento.

Por fim, a minha intenção com a pesquisa é também contribuir para um estreitamento de fronteiras entre academia e mercado. Entre análise crítica e excelência técnica. Acredito que, em uma direção, o pensamento acadêmico possa aperfeiçoar a minha prática de telejornalismo ao iluminar situações menosprezadas e questões não percebidas no dia a dia de uma redação. No meu trabalho de editor de texto, cada palavra escrita no off da matéria ou escolhida nas entrevistas com os personagens das histórias vai chegar a 15 milhões de pessoas. É inspirador falar para tanta gente, mas é também perigoso – é preciso ter muita responsabilidade. A oportunidade de ter podido refletir sobre essa prática me trouxe mais do que eu poderia imaginar no início do processo. Na outra mão, tenho trazido, durante todo o mestrado, as experiências de quase 40 anos ininterruptos de trabalho no mercado. Na possibilidade futura de passar para estudantes de telejornalismo o meu conhecimento técnico da profissão, residirá algo muito parecido com um sentido da vida, aquele que procuro com mais intensidade desde a pandemia de Covid 19.

## Referências bibliográficas

- AGUIAR, Leonel Azevedo de. Entretenimento: valor-notícia fundamental no jornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, V.5, N.1, 2008.
- ANDRADE, Ana Paula Goulart de. **Telejornalismo apócrifo**: a construção da notícia com imagens amadoras e de vigilância. Florianópolis/SC: Editora Insular, 2008.
- BARBOSA, Marialva. **Comunicação, História e Memória**: Diálogos Possíveis, **MATRIZES**, V.13, 2019.
- BARTHES, R. **Mitologias**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.
- BOURDIEU, Pierre. **As Regras da Arte**: gênese e estrutura do campo literário. São Paulo, Companhia das Letras, 1996.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.
- BRUNO, Fernanda. Estética do flagrante: Controle e prazer nos dispositivos de vigilância contemporâneos. **Revista Cinética**, 2008.
- CORTÁZAR, Julio. Instruções para subir uma escada”. In: **Histórias de Cronópios e Famas**. Campinas/SP, Ed. Bestbolso, 1962.
- FIGUEIREDO, Vera. Encenação da realidade: fim ou apogeu da ficção?. **MATRIZES**, V.3, N.1, 011.
- GASPARI, Elio. **A Ditadura Escancarada**. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2003,
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2008.
- MBEMBE, Achille. **Crítica da Razão Negra**. São Paulo: Editora Antígona, 2014.
- MEMÓRIA GLOBO. **Entrevista** com José Bonifácio Sobrinho (Boni). Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/perfil/boni/noticia/boni.ghtml>. Acessado em 23/08/2024.
- POLLAK, Michael. Memória, Esquecimento, Silêncio. **Estudos Históricos**, V.2, N.3, 1989.
- POLYDORO, Felipe. Uma Genealogia do Espectador Justiceiro. **XXIX Encontro Anual da Compós**, Campo Grande, 2020.
- RIBEIRO, Ana Paula Goulart. Mercado da nostalgia e narrativas audiovisuais. **E-Compós**, N. 23, 2018.

RIBEIRO, Wallace Cabral. Georg Simmel: A dimensão do conflito na manutenção das formas sociais. **Revista Café com sociologia**, V.13, Jan/dez 2024

RIDENTI, Marcelo. Censura e ditadura no Brasil, do golpe à transição democrática. **Concinnitas**, Ano 19, N. 33, 2018.

RODRIGUES, Nelson. **Engraçadinha**. Rio de Janeiro: editora HarperCollins, 2021

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2011.

SOBRINHO, José Bonifácio. **O livro do Boni**. São Paulo: Editora Casa da palavra, 2011.

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis**. Rio de Janeiro: Editora Mauad, 2016.

Vargas, H., & Bruck, M. Memória visual e representação do rock e da jovem guarda nas capas de discos LP (1959-1970). **E-Compós**, N. 23, 2020.

VASCONCELOS, Pedro Paula de Oliveira; FECHINE, Yvana. Do convite à participação:: o percurso do telespectador em programas esportivos. **Revista GEMInIS**, [S. l.], v. 11, n.1, 2020.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público**: uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Editora Atica, 1996