



CATOLICA
ESCOLA DAS ARTES

PORTO

A ENTREVISTA ENQUANTO GÉNERO
DA NARRATIVA TELEVISIVA:
O CASO DE “ALTA-DEFINIÇÃO”

Dissertação apresentada à Universidade Católica Portuguesa
para obtenção do grau de Mestre em Som e Imagem

Pedro de Almeida Moreira

Porto, Maio de 2019



CATÓLICA
ESCOLA DAS ARTES

PORTO

A ENTREVISTA ENQUANTO GÉNERO
DA NARRATIVA TELEVISIVA:
O CASO DE “ALTA-DEFINIÇÃO”

Dissertação apresentada à Universidade Católica Portuguesa
para obtenção do grau de Mestre em Som e Imagem

- Especialização em Cinema e Audiovisual –

Pedro de Almeida Moreira

Trabalho efetuado sob a orientação de
Professor Doutor Henrique Manuel Pereira

Porto, Maio de 2019

A Entrevista enquanto género da narrativa televisiva:
o caso de “Alta-Definição”

«O que dizem os teus olhos?»

Daniel Oliveira

Agradecimentos

Um sincero e especial agradecimento para com o meu orientador Henrique Manuel Pereira pela perseverança, paciência e apoio na concretização deste trabalho.

Agradeço à equipa que comigo desenvolveu o Projecto Final pelo esforço, dedicação e paciência: José Magro, Miguel da Santa, Gabriel Pérrone e Francisco Bartilotti. Agradecimento este extensível a todos os outros elementos que fizeram parte da equipa que tornou tangível a curta-metragem “Viagem”.

A todos os colegas, professores e colaboradores da Universidade Católica Portuguesa que ao longo destes cinco anos comigo se cruzaram. Estou certo que levo um pouco de cada um deles para a Vida. Foi uma honra e um prazer partilhar momentos, ensinamentos, histórias e estórias com cada um.

Mais agradeço a todos que de algum modo me apoiaram na realização deste trabalho, ou que ao longo da minha licenciatura e mestrado contribuíram para o meu sucesso.

Por fim tenho que agradecer àqueles que me apoiam a cada dia, a cada etapa e que comigo partem à descoberta de cada nova aventura. A minha família, namorada e amigos mais próximos. O orgulho que tenho neles é desmedido, assim como o carinho que decerto têm por mim!

Sou neste momento, em que concluo um importante ciclo da minha formação, o intervalo entre o que desejo e o bem que todos me fizeram.

Resumo

O presente trabalho debruça-se sobre a entrevista enquanto género televisivo, consistindo o seu principal objetivo em entender e perspetivar a entrevista como um género de televisão.

Perguntar. Questionar. Interrogar.

Todo o ser humano desde imberbe idade – desde que começa a falar – por necessidade de conhecimento, por vontade de saber mais, levanta questões. Isto acontece quase de forma inconsciente durante toda a vida. É inato a qualquer um de nós, e quase constante.

Muito provavelmente está, neste momento, a questionar-se sobre aquilo que acabou de ler. É isto que constantemente fazemos para saber uma informação, é isso que diariamente acontece nos programas de televisão. Sejam de informação, entretenimento, *talk-shows*, *infotainment*... é transversal a todos os géneros televisivos pois é a melhor forma de obter respostas, saber soluções, saber os pensamentos e ideias de outros, enfim, trata-se da base da comunicação.

Considero, como a generalidade dos autores, que a entrevista é um género televisivo, sendo composta por subgéneros. Ao longo deste trabalho aborda-se o conceito de género televisivo e a sua tipologia, bem como a noção de entrevista e os diferentes tipos de entrevista que existem.

No último capítulo foca-se a entrevista como género, ilustrada com o exemplo do programa – *Alta Definição*. Em apenas seis décadas de televisão em Portugal, o “Alta Definição” pode já ser considerado um êxito pela sua longevidade – 10 anos de existência – triunfo esse que é também confirmado pela criação recente (5 de Maio de 2018) de um programa semelhante – “Conta-me como és” – pela TVI.

Palavras-Chave: Entrevista; Televisão; Género televisivo; Alta Definição

Abstract

The present work looks at the interview as a television genre, and its main objective is to understand and to prospect the interview as this type of genre.

To ask. To question. To interrogate.

Every human being since its childhood - ever since he starts speaking - because of the knowledge needs, because he wants to know more, he raises questions. This happens almost unconsciously throughout life. It is innate to any of us, and almost constant.

Most likely you are, at this moment, wondering what you have just read. This is what we constantly do to know information, this is what happens daily in television programs. Apart from they are informative, entertainment, talk shows, infotainment... it is transversal to all types of television because it is the best way to get answers, to know solutions, to know the thoughts and ideas of others, and in the end, it is the basis of communication.

I defend that the interview is considered a television genre, being composed by subgenres. Throughout this work, we discuss the concept of television genre and its typology, as well as the notion of interview and the different types of interviews existent.

In the last chapter the interview is focused as a genre, illustrated with the example of the tv show – *Alta Definição*. In just six decades of television in Portugal, "Alta Definição" may already be considered a success for its longevity – 10 years of existence – a result that is also confirmed by the recent creation (5 May 2018) of a similar program – "Conta-me como és" – by TVI.

Keywords: Interview; Television; Television Gender; *Alta Definição*

Índice

Lista de Figuras	1
Introdução.....	2
1 Géneros Televisivos.....	4
1.1 Género Televisivo – Definição	4
1.2 Para um mosaico tipológico televisivo.....	16
2 A Entrevista	44
2.1 Definição	44
2.2 Tipos de Entrevista	48
3 A Entrevista Enquanto Género Televisivo	56
3.1 O Programa Alta Definição.....	59
Conclusão.....	62
Referências Bibliográficas	64
Referências Online	70
APÊNDICE A – Levantamento dos Convidados do Programa “Alta-Definição”	72

Lista de Figuras

Figura 1 – Agora Nós, programa transmitido na RTP 1	09
Figura 2 – O Programa da Cristina, programa transmitido na SIC	10
Figura 3 – Você na TV, programa transmitido na TVI	10
Figura 4 – The Tonight Show, com Jimmy Fallon	39
Figura 5 – The Tonight Show, com Jay Leno	39
Figura 6 – The Tonight Show, com Conan O’Brien	40
Figura 7 – The Daily Show, de Jon Stewart	40
Figura 8 – 5 Para a Meia-Noite	42
Figura 9 – Apresentador Daniel Oliveira	59
Figura 10 – O apresentador com um dos muitos convidados - Reynaldo Gianecchini	60
Figura 11 – Programa Alta Definição	61

Introdução

Ao longo destes anos de vida e particularmente de estudo na área audiovisual fui acompanhando – numa primeira fase pela ilusão provocada, mais tarde pelo fascínio criado – a evolução do fenómeno televisivo nacional.

Os públicos infanto-juvenis sempre foram uma aposta forte das televisões generalistas para fidelizar públicos. Daí que todas as crianças na sua infância e adolescência passem pela fase de ilusão/ transe que a televisão provoca. Não fui excepção à regra.

Quis o destino que anos mais tarde me envolvesse com o meio audiovisual e este despertou em mim uma curiosidade pela técnica, pela forma, pelos conteúdos dos variados formatos existentes.

Após quatro anos de estudo, sendo este o culminar do Mestrado em Som e Imagem e sabendo que uma dissertação de Mestrado é o resultado de um trabalho dedicado - e na maioria do tempo solitário - de investigação e aprofundamento do conhecimento sobre um determinado tema, não podia a Televisão estar dissociada da minha investigação.

Dada a importância que os meios de comunicação assumem na nossa vida, em particular a televisão, e mediante a sua evolução, como também a das técnicas audiovisuais, encontramos uma vasta gama de programas, com os mais variados formatos, durações, transmissões, conteúdos, etc.

O objectivo deste trabalho é perspectivar e entender a entrevista enquanto género televisivo procurando definir com rigor cada um dos géneros.

Será a entrevista em si um género televisivo? Porquê? Em Espanha existe muita bibliografia e investigação até sobre os formatos e géneros televisivos, no entanto em Portugal essa investigação é escassa e vai a reboque dos vários estilos televisivos europeus e americanos. Procurarei também focar a investigação sobre os géneros televisivos em Portugal.

No que diz respeito à estrutura e organização do trabalho, importa referir que este foi dividido em três capítulos. No primeiro, dedicado exclusivamente aos géneros televisivos, exponho um quadro conceptual em torno da definição de género televisivo, apresentando em seguida os vários géneros televisivos existentes e abordados na literatura sobre o tema.

O segundo capítulo centra-se na entrevista, sendo necessário fazer uma abordagem com profundidade ao seu conceito enquanto género televisivo. Após uma exaustiva definição

de entrevista, defino os vários tipos de entrevista desde a entrevista jornalística e o depoimento, à entrevista clínica, informativa e televisiva.

O terceiro e último capítulo, aborda a entrevista enquanto género televisivo e apresenta um caso concreto e real: o programa “Alta Definição” da SIC que veio marcar um ponto disruptivo no panorama e se tornou já um modelo. As características diferenciadoras deste programa, o que veio trazer de novo são alguns dos pontos abordados.

O trabalho termina com a apresentação da conclusão.

1 Gêneros Televisivos

1.1 Gênero Televisivo – Definição

A relação entre o homem e o mundo ocorre, essencialmente, através das palavras, sendo que a sua utilização implica a atribuição de significados que, por sua vez, são polissêmicos, já que o ser humano atribui sentido e significado às palavras, em função dos seus referenciais sociais, ideológicos e psíquicos dos enunciadores e enunciatários (TONDATO, 2009). Nesta ordem de ideias,

Atribuídos os sentidos, como estratégia de facilitação da comunicação, os textos são classificados refletindo a relação entre o homem e sua expressão da natureza, constituindo-se o gênero. Na comunicação de massa, o gênero, retomando Martín-Barbero, transforma-se na interface utilizada pela indústria para antecipar uma audiência, que, por sua vez, tem nele uma perspectiva de leitura, para o que é necessário competência por parte do telespectador (TONDATO, 2009, p. 2).

Na última década, a programação televisiva tem-se caracterizado “por uma bricolagem de gêneros e subgêneros” (BALOGH, 2002, p. 94), revelando a dinâmica do próprio sistema produtivo, sendo possível destacar três factos importantes da evolução ou, talvez, transformação do programa televisivo: a evolução da dinâmica interna e externa do sistema produtivo; a intertextualidade de outros meios que subjaz ao sistema produtivo; as transformações e expectativas da sociedade em que o sistema produtivo está inserido (TONDATO, 2009).

Na opinião de PASTORIZA (2006, p. 104),

Nos últimos anos apareceram novos gêneros e subgêneros de difícil posicionamento na tradicional classificação no jornalismo informativo... gozam da aceitação popular, convocam audiências notáveis e às vezes significam uma revolução nos tradicionais modos de fazer comunicação: as tertúlias radiofônicas, os reality shows, os documentários que envolvem dramas, o jornalismo de investigação... vêm obtendo o interesse dos

consumidores de informação porque satisfazem demandas sociais, amplamente compartilhadas.

Voltando a atenção para a definição de gênero televisivo, trata-se mais uma categoria teórica e abstrata do que uma explicação concreta de uma ideia, funcionando de modo efetivo e como modelo para o autor e, como categoria para a audiência (PASTORIZA, 2006). Ou seja, o leitor adota uma disposição interpretativa diferente mediante uma novela, um ensaio ou uma crítica e, do mesmo modo, o telespectador de um informativo descodifica de forma distinta os conteúdos de uma notícia, de uma reportagem ou de uma entrevista e, mantém atitudes diferentes perante uma série televisiva, um concurso ou um *reality-show*.

O que se pretende realçar é que para se reconhecerem os gêneros televisivos é necessário “reconhecer que o recetor orienta sua interação com o programa e com o meio de comunicação de acordo com as expectativas geradas pelo próprio reconhecimento do gênero” (GOMES, 2011, p. 32). Como sublinha MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 64), “o gênero não é algo que passa ao texto, mas algo que passa pelo texto (...). O gênero é uma estratégia de comunicação, ligada profundamente aos vários universos culturais (...) O gênero não é só uma estratégia de produção, de escritura, é tanto ou mais uma estratégia de leitura”.

Os gêneros televisivos podem ser definidos como “categorias a partir das quais podemos agrupar trabalhos semelhantes, que refletem um momento da sociedade, auxiliando a produção e leitura desses trabalhos” (TONDATO, 2009, p. 3). Para MARTÍN-BARBERO (1997, p. 298) falamos de uma "unidade mínima do conteúdo da comunicação de massa", o meio de atuação da dinâmica cultural da televisão, a qual acontece a partir da “demanda de mercados por parte do público aos produtores”.

O gênero televisivo é como que um selo de qualidade (JOST, 1997), organizando a comunicação e orientando a produção do programa em função dos objetivos e endereçamento do produtor. Conforme LOCHARD e BOYER (*cit. in* BENASSI, 2000, p. 8)

Um gênero é na televisão, como em outras práticas culturais, um meio de estabelecimento de um contrato de leitura com o destinatário que enquadra sua atitude de recepção mas também, retrospectivamente, o trabalho de produção das mensagens emitidas. Mesmo se ele não tem consciência disto, um telespectador adota pois, após um levantamento de índices no texto ou peritexto da emissão, uma posição de leitura que, em virtude de um acordo implícito, orienta suas expectativas e atitudes.

São várias as definições encontradas na literatura sobre o tema e DUARTE (2004, p. 67) refere que o gênero televisivo pode ser entendido como “uma macro-articulação de categorias semânticas capazes de abrigar um conjunto amplo de produtos televisivos que partilham umas poucas categorias comuns. (...) a noção de gênero em televisão deve ser compreendida, esta é a proposta, como um feixe de traços de conteúdo da comunicação televisiva que só se atualiza e realiza quando sobre ele se projeta uma forma de conteúdo e expressão”.

TODOROV (1980, pp. 50-52) explica que os gêneros dos produtos televisivos podem ser perspectivados de três formas diferentes:

- o gênero televisivo enquanto estratégia de codificação das propriedades discursivas, originando, por exemplo, o soneto;
- o gênero televisivo como um ato de fala, o que inclui uma existência não-literária (por exemplo, a prece);
- o gênero televisivo como derivado de um ato de fala mediante um certo número de transformações ou amplificações, sendo exemplo disso um caso de romance, fundamentado na ação de contar.

FEUER (1987, p. 119) refere que os gêneros televisivos podem ser pensados sob uma perspectiva estética, tendo a finalidade de definir como o gênero em causa se integra num sistema de convenções, verificando se um trabalho individual preenche ou ultrapassa a categoria.

Na perspectiva de GOMES (2011, p. 18), o gênero televisivo dá a conhecer e permite compreender “as regularidades e as especificidades dos produtos televisivos que se configuram historicamente – ele permite dizer tanto do jornalismo como ideologia, valores, normas quanto das formas culturais historicamente dadas e, sobretudo, vincular nosso objeto de análise ao processo comunicacional – gênero televisivo é uma estratégia de comunicabilidade.”

Por outro lado, realizar investigações sobre o gênero dos programas televisivos também implica uma compreensão do desenvolvimento da própria televisão em diversos aspetos, em particular, o tecnológico (SOUZA, 2004). Isto é, a identificação dos recursos para a produção de determinado gênero televisivo permite reconhecer a tecnologia áudio, os efeitos

especiais no vídeo, a utilização de equipamento diverso e específico, no fundo, a evolução tecnológica das aplicações técnicas em variadas produções, mesmo em canais diferentes (SOUZA, 2004). Como salienta TONDATO (2009, p. 1)

O desenvolvimento das tecnologias da informação a cada dia abre perspectivas de transformação dos produtos comunicacionais, seja no formato ou no conteúdo, o que nos leva a pensar no estudo destes ‘novos’ produtos e suas audiências. Entretanto, apesar das oportunidades de segmentação e ampliação da oferta e das transformações da sociedade, os meios de comunicação de massa tradicionais continuam sendo a pauta principal, à qual são agregados os conceitos de interatividade, intertexto e novos gêneros.

Cumpre-nos compreender que os programas televisivos são objeto de diferentes significados quando se trata das diferentes linguagens que são como um todo. No entanto, apesar da variedade de meios utilizados na sua formação, a sua construção narrativa de origem é muito semelhante à do conto canônico (o qual entendemos como a narração criada por um único autor, o que significa que o texto apresenta evidentes as características do seu criador). Contudo, CASCUDO (2001) refere que é preciso que o conto seja velho na memória do povo, anônimo na sua autoria, que seja divulgado no seu conhecimento e persistente nos repertórios orais. Quando não existia registro escrito, os contos eram passados de geração em geração através da oralidade mas, com o surgimento da escrita, os contos passaram a ser registrados mantendo a forma, ou seja, a sua característica oral (KNAPP, 2006).

TONDATO (2009), autora que já temos vindo a citar, suportando-se em diversos teóricos, explica que a definição de gêneros televisivos

pode ser feita a partir das estruturas, da estética, como nos gêneros literários, embora, em alguns casos, salientem a necessidade de diferenciação quando o assunto é meios de comunicação de massa. Da mesma maneira que na literatura os textos são categorizados como dramáticos, líricos e épicos, a produção dos meios de comunicação também segue uma categorização: filmes de ação, musicais, filmes de terror, comédias de situação, shows, programas informativos, telenovelas, música pop, música erudita, reggae, rock, revista de variedades, revista de culinária, livros de ficção, de auto-ajuda, literários, didáticos, entre outros (TONDATO, 2009, p. 3).

A televisão é como uma indústria, e por conseguinte também ela coloca os seus produtos à venda - os programas televisivos - pelo que seguidamente listamos, de forma mais precisa e aprofundada, por tipologia¹:

- Programas de auditório (*day-time*);
- Programas de televisão sobre culinária;
- Programas de entrevistas;
- Programas de conversa (*talk-show*);
- Especiais de televisão;
- Programas desportivos;
- Programas femininos;
- Concurso;
- Programas de humor;
- Programas infantis;
- Televendas;
- Policiais;
- Musicais;
- Adulto;
- Documentário;
- Programas jornalísticos;
- Programas de televisão sobre meio ambiente;
- Programas de televisão sobre moda;
- Programas musicais;
- *Reality-shows*;
- Programas religiosos;
- Debates;
- Sessões de filmes;
- *Talent shows*;
- *Talk-shows*;
- Telenovelas;
- Telesséries;
- Programas de variedades;
- Programas sobre viagem.

¹ Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Categoria:Programas_de_televis%C3%A3o_por_g%C3%AAnero.

Nos programas musicais, por exemplo, o público é fundamental para que o programa ocorra, razão pela qual é mais comum a presença de público ao vivo quer em estúdio, quer em exterior.

Internacionalmente, é usual este tipo de programas serem realizados em locais com mais espaço do que os estúdios, são exemplo praças, estádios ou coliseus, que inevitavelmente se tornam visualmente mais apelativos e engrandecedores pela envolvimento histórica e cultural.

No entanto, entrevistas e reportagens também ocorrem nestes programas musicais.

O género *quiz-show* assemelha-se ao género *game-show*. Um requisito importante é que exista um apresentador no estúdio para auxiliar o jogo, controlando o tempo do programa e também fazendo com que as regras sejam respeitadas.

Deve haver perfeita sintonia entre apresentador, auditório e convidados, de modo que quando não haja possibilidade de interação, o público seja mesmo assim atraído pelo programa. Em determinados programas até o público presente no estúdio intervém no programa, assim como artistas convidados e o telespectador.

O *day-time* é um género utilizado quando a estação tem o objetivo de preencher um grande tempo da programação como um bloco.

As figuras apresentadas em seguida dizem respeito aos três programas de *day-time*, transmitidos nos três principais canais da televisão portuguesa, entre as 10h e as 13h.

Figura 1 – Agora Nós, programa transmitido na RTP 1



Fonte: <http://media.rtp.pt/agoranos/>

Figura 2 – O Programa da Cristina, programa transmitido na SIC

O PROGRAMA DA
CRISTINA

Fonte: https://images.impresa.pt/sic/2018-12-13-logo_grande.png-3/original

Figura 3 – Você na TV, programa transmitido na TVI



Fonte: <http://www.zapping-tv.com/veja-como-e-o-cenario-no-novo-voce-na-tv-da-tvi/>

O novo conceito do gênero *day-time* era antigamente conhecido como programa de auditório, foi um método que os canais utilizaram para não dar ao programa a imagem de popular.

Estes programas são programas de auditório pós-modernos na televisão, que acarretam um certo “desconforto” para o público, que assiste, que muitas vezes se emociona, e que se envolve com tudo aquilo que é apresentado.

Os programas de variedade ou o *talk-show* é uma forma de realizar um programa com a possibilidade de juntar vários formatos existentes, com o objetivo de preencher com diversas atrações todo o tempo do programa. SOUZA (2004, p. 129) refere que

Isso constitui um perigo potencial, pois pode descaracterizar o gênero e confundir o público, que não sabe o que vai assistir no programa e, na dúvida, muda de canal. Apesar do perigo, os programas sempre utilizam essa fórmula, por exemplo possuindo noticiário, reportagens, quadros de mágica,

videoclipes, humor, teledramaturgia, desporto, perguntas interativas e tudo mais que possa caber em quase duas horas de programa. Os criadores implantam formatos, exibem-nos e veem o resultado. Dando certo, a emissora investe pesadamente até o formato se desgastar e sair do ar. Se a audiência não é a esperada, os programas saem imediatamente do ar.

Este formato é utilizado como alternativa para diversos géneros. A função do apresentador é a de fazer com que o programa se torne mais descontraído.

É necessário que estes programas possuam algumas características essenciais tais como a casualidade e espontaneidade. Também convém que estejam presentes características dos demais géneros dramáticos como por exemplo a intimidade emocional, e também o fundamental bom humor.

Como uma forma de obter o ambiente mais descontraído, a plateia é quase sempre um requisito utilizado. É interessante observarmos que, mesmo estes formatos possibilitando variações, a maioria dos países e seus respetivos canais televisivos acabam por optar pela cópia uns dos outros.

Sendo vários os programas televisivos, é possível inseri-los em categorias, ou seja, em géneros televisivos. Na tabela que segue, apresentam-se os diversos programas televisivos existentes e o respetivo género televisivo.

Tabela 1 – Géneros Televisivos

Género Televisivo	Programas
Entretenimento	<ul style="list-style-type: none"> • Auditório/ Debate; • Colunismo social; • Culinário; • Desenho animado; • Docudrama; • Desportivo; • Filme/ <i>Game-show</i> (competição); • Humorístico; • Infantil; • Interativo; • Musical; • Novela; • <i>Quiz-show</i> (perguntas e respostas); • <i>Reality-show</i>; • Revista; • Série; • <i>Sitcom</i> (comédia de situações); • <i>Talk-show</i>; • Teledramaturgia (ficção); • Variedades • <i>Western</i>.
Informação	<ul style="list-style-type: none"> • Debate; • Documentário; • Entrevista; • Telejornal.
Educação	<ul style="list-style-type: none"> • Educativo; • Instrutivo.
Publicidade	<ul style="list-style-type: none"> • Chamada; • Filme comercial; • Político; • Sorteio; • Telecompra.
Outros	<ul style="list-style-type: none"> • Especial; • Eventos; • Religioso.

Fonte: Baseado em Souza (2004).

Estudar e compreender os programas televisivos exige um conhecimento sobre a sua estrutura interna, ou seja, conhecer a sua programação desde a grade de horários, à trama do palimpsesto (MARTÍN-BARBERO, 1997). Na verdade, a programação de um programa televisivo implica um planeamento diário, semanal ou mensal, que se repete ao longo de

semanas, meses ou anos, sendo que o seu prolongamento ou duração está estritamente relacionado com as necessidades de rentabilidade da emissão e diversidade da receção, que assim consegue acompanhar a programação (TONDATO, 2009).

Os programas televisivos têm duas funções: entreter e informar. Em relação à primeira, é fundamental e necessária para toda e qualquer ideia de produção. Além disso, se um programa não entreter não tem audiência, sendo que entreter não significa apenas fazer o telespectador sorrir e cantar, implica provocar interesse, surpreender, divertir, chocar, estimular e desafiar (SOUZA, 2004). Na verdade, o programa é direccionado para o telespectador e sem ele, sem audiência, não há programa e, portanto, este deve despertar a vontade do telespectador assistir o programa. Quanto à segunda função de um programa televisivo, informar, é essencial para toda a produção do programa, com a exceção dos programas de entretenimento. Importa ainda realçar que, informar passa por proporcionar ao telespectador, após a exibição do programa, um maior conhecimento sobre determinado(s) assunto(s) (SOUZA, 2004).

Tratando-se da comunicação jornalística, por exemplo, podemos afirmar que a mesma não é uniforme, pois cada informação tem o seu método conveniente para atingirem as suas finalidades, as quais têm que ver com a audiência e a compreensão da informação transmitida pela maior quantidade de pessoas. Assim sendo, para serem persuasivas, as transmissões jornalísticas, no âmbito do mundo televisivo, cobrem-se de diversos modelos aprazíveis e apelativos.

No entanto, qualquer programa de televisão, para que seja apreciado, ouvido e compreendido pelo público, deve ter em consideração normas próprias de comunicação, já que é essa a finalidade de qualquer género de programa televisivo: atrair o telespectador bem como ser por ele percebido.

Os diversos géneros televisivos existem para dignificar a transmissão, evitando a falta de variedade na forma, de modo a desenvolver o percurso da matéria que se pretende oferecer através da televisão. A semelhança existente entre os vários géneros televisivos supracitados deve-se ao facto de todos eles serem transmitidos pela televisão, logo, todos eles fazem parte do mesmo meio de transmissão - a televisão.

Quanto às diferenças existentes entre os vários géneros televisivos, para além de cada característica própria que os distingue uns dos outros, está também a diferença na duração e no formato, como ocorre numa entrevista ou num debate. Salienta-se também que cada um

destes gêneros televisivos tem o seu próprio dialeto como é o caso de uma reportagem ou de uma entrevista, ou de um bloco informativo ou ainda de um documentário.

Embora a intenção de todos os gêneros jornalísticos seja a de transmitir uma notícia jornalística, importa referir que existem variados gêneros jornalísticos, na medida em que os diversos métodos de comunicação servem para transmitir uma mensagem, estimular o interesse do público e o desejo de conhecer, contrariando o que poderia tornar-se entediante e o desinteressante. Por exemplo, OLIVEIRA (2007, p. 10)

As consequências da liberalização do consumo da droga não devem ser tratadas através de uma pequena peça de telejornal, mas sim através de uma grande reportagem, ou de uma entrevista ou de um debate. Um atentado no Sri Lanka que provocou a morte a dez pessoas não merece mais do que uma pequena peça de telejornal, em Portugal. (...) A recolha de informações na primeira pessoa só pode ser feita através de uma entrevista. A eficácia da comunicação depende da forma.

Há entrevistas que só podem ser emitidas tal como foram produzidas, mas há entrevistas que podem, ou devem, ser tratadas jornalisticamente. Há informações que valem apenas se tiverem o respetivo suporte de imagem: uma perseguição automóvel, por exemplo, costuma ser publicada em televisão se houver imagens.

Assim sendo, facilmente podemos concluir que nem todas as informações devem ser tratadas e comunicadas da mesma maneira.

No entanto, quando se trata de entretenimento, conforme WATTS (1990, p. 20),

O entretenimento é necessário para toda e qualquer ideia de produção, sem exceções. Todo programa deve entreter, senão não haverá audiência. Entreter não significa somente vamos sorrir e cantar. Pode ser interessar, surpreender, divertir, chocar, estimular ou desafiar a audiência, mas despertando sua vontade de assistir. Isso é entretenimento. Programas com o propósito de informar são necessários em qualquer produção, exceto naquela dirigida inteiramente para o entretenimento (balés, humorísticos, videoclipes etc..). Informar significa possibilitar que a pessoa, no final da exibição, saiba 25 um pouco mais do que sabia no começo do programa a respeito de determinado assunto.

Quanto aos programas de auditórios, SOUZA (2004, p. 94) explica que estes

(...) prendem a atenção do público e do telespectador pela variedade de atrações apresentadas num só programa, aproximando-se da mesma linguagem utilizada pelo circo. O público do género auditório também comparece para mostrar alegria, animação, interesse, podendo cantar, dançar, dar opinião, sempre instigado pela figura do apresentador, que centraliza a atenção e conduz o programa.

No género televisivo referente aos *reality-shows*, podemos observar o formato interativo, o qual faculta ao telespectador a possibilidade de opinar em algumas etapas do programa. Nos *game-shows*, o público também pode compartilhar e participar por telefone ou internet.

Entendido o conceito de género televisivo, bem como a sua importância, em seguida abordam-se diversos géneros televisivos.

1.2 Para um mosaico tipológico televisivo

Identificar os diversos tipos de géneros televisivos é um processo complexo, pois até nos textos literários permaneceram diversos critérios e variáveis ao longo do tempo, o que revela outro aspeto importante: critérios de determinação de géneros podem ser de diversas ordens e transversais (CHARAUDEAU, 1997). Como refere FECHINE (2008, p. 34)

na televisão, como em qualquer outro meio, todo género comporta uma dimensão mais propriamente semiótica (associada diretamente às estratégias de organização interna dos textos) e uma dimensão de natureza mais sociocultural (ligada ao contexto, por conseguinte).

Vejamos, BENASSI (2000) para realizar a análise do ficcional fundamenta-se nas categorias identificadas pelo instituto de sondagem na França – o Médiamétrie –, sendo oito os géneros televisivos: ficção; divertimento; informação; revistas/documentários; desporto; juventude; teatro/música clássica; publicidade.

SOUZA (2004), tendo como referência a televisão brasileira, apresenta cinco categorias – entretenimento, informativa, educativa, publicidade e “outros”, dentro dos quais é possível encontrar diversos géneros televisivos como programas de auditório, colunismo social, *reality show*, *talento show*, entre outros.

A investigadora Elizabeth Duarte identifica diversos géneros televisivos, distinguindo-os pelo seu conteúdo – informativo; pela sua função – entretenimento; pela faixa etária do seu público-alvo – infanto-juvenil (DUARTE, 2004, p. 66).

Em Espanha, existem diversas investigações sobre os géneros televisivos podendo-se referir a de OBACH (2001), onde o investigador identifica cinco géneros televisivos e respetivos programas.

O género informativo integra os seguintes programas televisivos (OBACH, 2001):

- **Folheto informativo** e avanços informativos;
- **Telejornal:** programa informativo de excelência que ocupa o horário mais importante da grelha de programação, acarretando grandes custos de produção, carregando peso da credibilidade e imagem de uma estação de televisão;
- **Edições especiais:** eventos desportivos, políticos (por exemplo, as eleições), etc.;
- **Programas de opinião:** tertúlias e debates;

- **Reportagens da atualidade:** relatório semanal e notícia de última hora;
- **Entrevistas** a pessoas de interesse e relevo social, cultural, político, etc.;
- **Programa sobre meteorologia ou sobre desporto:** secções-chave inseridas no telejornal, na medida em que apresentam uma certa autonomia em diferentes blocos.

Os programas de televisão que fazem parte do género cultural ou de informação são os seguintes (OBACH, 2001):

- **Documentário:** verdadeiramente informativo, mas não necessariamente sobre a atualidade;
- **Musicais:** programas para compartilhar e divulgar música;
- **Educativos:** pode estar associado a um programa de educação formal e regulamentada;
- **Outros:** programas especializados em livros, arte, viagens, etc..

O género de ficção integra os seguintes formatos televisivos (OBACH, 2001):

- **Séries:** são tramas específicos que se desenvolvem por capítulo ou também podem ser tramas de longa duração;
- **Mini-séries:** séries de curta duração;
- **Telenovelas:** tramas que se desenvolvem ao longo de vários capítulos;
- **Filmes:** películas produzidas, especificamente, para televisão;
- **Cinema:** filmes que são transmitidos na televisão, após a sua exibição nos cinemas.

O género relacionado com entretenimento engloba programas como (OBACH, 2001):

- **Revistas:** engloba vários géneros e serve como formato acumulador;
- **Galas:** programas com atuações musicais, de humor, etc.;
- **Game-shows:** jogos de sorte ou azar, de mérito, etc.;
- **Talk-shows:** testemunhos ou depoimentos de diversas pessoas;
- **Reality-shows:** género televisivo muito popular e bastante utilizado nos últimos anos.

O género desportivo integra (OBACH, 2001):

- Programas específicos de programação regular;
- Retransmissões de competições, jogos de ténis, de futebol, fórmula 1, ciclismo, etc.;
- Eventos especiais: Jogos Olímpicos, Campeonatos do Mundo, etc..

De acordo com MONTENEGRO *et al.* (2010, pp. 5-6) existem 14 géneros televisivos:

- Continuidade;
- Conversa (*Talk-show*);
- Documentários;
- Eventos;
- Notícias/ Telejornal;
- Instrução-Formação;
- Diversos;
- Filmes;
- Publicidade;
- Reportagens;
- Séries e mini-séries;
- Telenovelas;
- *Reality-show*;
- Videoclips.

De facto, o formato do programa de televisão está estritamente ligado a um género televisivo, o qual por sua vez está associado a uma categoria. Assim, e como é possível constatar através da tabela anteriormente apresentada, num género televisivo podemos encontrar diversos formatos de programas, ou seja, quando falamos de musicais falamos de um programa que se segue o formato musical e que se enquadra na categoria do entretenimento.

Tomando como referência a tipologia apresentada por MONTENEGRO *et al.* (2010), em seguida apresentamos os diversos géneros televisivos e respetivos subgéneros.

Continuidade

Os programas de continuidade constituem-se em espaços que têm a função de fornecer homogeneidade e sendo que um programa está alinhado com o seguinte, transparecendo a ideia de transmissão ininterrompida (MONTENEGRO *et al.*, 2010).

Segundo os mesmos autores, os seus subgêneros incluem a abertura e fecho de transmissão (MONTENEGRO *et al.*, 2010).

Conversa

Os programas de conversa são um espaço de diálogo, onde participam várias pessoas e as quais expõem os seus pontos de vista sobre um ou determinados temas (MONTENEGRO *et al.*, 2010).

Os principais subgêneros elencados por MONTENEGRO *et al.* (2010) são o comentário, o debate, o programa de opinião, a entrevista (abordada com profundidade no capítulo seguinte), os programas de serviço e orientação, as tertúlias e outros programas que não se encaixam nos subgêneros referidos.

Os comentários correspondem a espaço televisivo onde uma pessoa analisa ou reflete sobre determinado tema ou assunto, um jogo de diálogo com a audiência (MONTENEGRO *et al.*, 2010).

O debate é um espaço onde são apresentadas posições opostas e as quais são debatidas entre várias pessoas (MONTENEGRO *et al.*, 2010). É um programa que segue as regras de debate e no qual não se tem, necessariamente, que chegar a um consenso.

Na opinião de OLIVEIRA (2007), o debate reflete a relação entre um entrevistador e vários convidados, podendo existir audiência em estúdio ou não. O autor acrescenta ainda que este pode ser transmitido em direto ou pode ser gravado, sendo um programa que exige recursos complexos de realização, exigindo, ainda, habilitação técnica adequada (OLIVEIRA, 2007).

Os programas de opinião são um espaço televisivo dedicado a uma discussão livre entre duas ou mais pessoas que apresentam as suas perspetivas acerca de vários temas (MONTENEGRO *et al.*, 2010).

A entrevista corresponde a um programa televisivo onde o condutor do programa, isto é, o apresentador, desafia uma ou mais pessoas, tendo por base, na maioria das vezes, um guião composto por questões que orientam a entrevista (MONTENEGRO *et al.*, 2010).

O subgénero de serviço e orientação inclui programas e espaços de conversa que apresentam especialistas em diversas áreas, bem como convidados que procuram ajuda, podendo ter público ao vivo (MONTENEGRO *et al.*, 2010). A ajuda pode ser psicológica, jurídica, económica ou outra, auxiliando o público e o telespectador com a apresentação de casos reais e particulares.

A tertúlia é um espaço que reúne um conjunto de pessoas, os tertulianos, de forma estável, para abordarem temas de diversa natureza (MONTENEGRO *et al.*, 2010). Estes podem comentar as revistas *cor-de-rosa*.

Documentários

Os documentários são programas exclusivos para a televisão e para o cinema, revelando-se uma das primeiras formas de tratamento de informação nos referidos meios audiovisuais. Importa mesmo referir que os primeiros filmes em exibição no cinema eram documentários, facto que fez com que o documentário ganhasse uma certa popularidade e visibilidade em vários países (NEVES, 2007).

São vários os autores que se debruçam sobre este género televisivo, lembrando-se JESPERS (1998, p. 175) que caracteriza e define o documentário como “uma mensagem real elaborada segundo uma visão única, original e pessoal sobre a realidade”.

CASCAIS (2001, p. 75) introduz outros aspetos na sua definição de documentário, já que para o autor este género televisivo é um trabalho que apresenta características jornalísticas, é de longa duração e envolve investigação, um guião, planificação, rodagem e pós-produção, as quais estão fora da pressão da atualidade. Cascais (2001) aponta ainda mais duas características presentes no documentário: a profundidade e a estética no tratamento do assunto.

À semelhança da perspetiva de JESPERS (1998), também MELO, GOMES e MORAIS (2001) entendem que uma das características mais salientes do documentário é a sua subjetividade, o qual é influenciado pelo “olhar” do autor. No documentário, o autor não necessita ocultar a sua própria subjetividade ao narrar um facto e por isso mesmo, o seu autor pode opinar, tomar partido, expor-se e apresentar, de forma evidenciada, a perspetiva que defende (MELO, GOMES & MORAIS, 2001).

O documentário tem procedimentos semelhantes aos da produção dos filmes de ficção,

no entanto, é consensual que o documentário não recorre à ‘direção de atores’, própria dos filmes de ficção. A natureza da relação que um realizador de ficção estabelece com os atores é diferente da natureza da relação que um documentarista estabelece com os ‘atores’ do seu filme. Mais corretamente, estes últimos são designados por intervenientes (PENAFRIA, 2001, p. 1).

Na verdade, o documentário é um género televisivo e também um género jornalístico, ao qual subjaz liberdade do autor, sendo a sua obra pessoal (PENAFRIA, 2001).

PENAFRIA (2001) explica que o documentário tem o objetivo de voltar a atenção dos espectadores para os factos do quotidiano, estabelecendo uma ligação entre os acontecimentos. A autora sublinha que a principal função do documentário é “incentivar o diálogo sobre diferentes experiências, sentidas com maior ou menor intensidade. Apresentar novos modos de ver o mundo ou de mostrar aquilo que, por qualquer dificuldade ou condicionalismos diversos, muitos não vêem ou lhes escapa” (PENAFRIA 2001, p.5).

O documentário pode seguir um de dois modelos, o modelo clássico e o modelo moderno. O primeiro começou a ser utilizado na década de 20, sob a autoria da escola britânica de John Grierson, caracterizando-se pela existência de ilustrações e narrações construídas com determinados objetivos, a maior parte deles, institucionais. ANUNCIACÃO (2000) refere que o documentário clássico apresenta como características estruturais “imagens rigorosamente compostas, fusão de música e ruídos, montagem rítmica e comentário em voz *off* despersonalizada” (ANUNCIACÃO, 2000, p.1).

O segundo, o modelo moderno, tem sido utilizado a partir dos anos 60, pretendendo uma interação com o público-alvo, com a finalidade de lhes estimular o senso crítico e permitir diversas interpretações, em função da realidade de cada espectador. É neste sentido que ALTAFINI (1999) descreve documentário moderno, explicando que este

geralmente trabalha com fragmentos de uma realidade, buscando a reflexão e a compreensão aprofundada da questão abordada, deixando para o espectador o papel de relacioná-la com seu contexto histórico, econômico, político, social e cultural (...) permitindo ao espectador suas próprias conclusões (ALTAFINI, 1999, p.1).

OLIVEIRA (2007) refere-se ao documentário como um trabalho de longa duração, o qual varia entre os 25 e os 50 minutos, estando relacionado com questões que, não sendo urgentes, se ligam à atualidade. No documentário, verifica-se que à medida que se vão passando imagens, ouve-se uma voz que narra o que se vê, voz essa que é grava (voz *off*).

De facto, como realça PENAFRIA (2001, p. 1) o documentário

ocupa uma posição ambígua e polémica na história, teoria e crítica do cinema. Por um lado, recorre a procedimentos próprios do cinema (escolha de planos, preocupações estéticas de enquadramento, iluminação, montagem, separação das fases de pré-produção, produção, pós-produção, etc.). Por outro lado, enquanto espectadores, exigimos que um documentário, por manter uma relação de grande proximidade com a realidade, deva respeitar um determinado conjunto de convenções: não direção de atores, uso de cenários naturais, imagens de arquivo, câmara ao ombro, etc.

Concluindo, o documentário é um documento ou registo em formato de filme que representa um momento, situação ou evento onde, geralmente, o mais importante é a visão do autor. A sua temática é intimista, particular ou social (MONTENEGRO *et al.*, 2010).

Eventos

Consiste na cobertura e transmissão de um acontecimento especial que se desenvolve num determinado momento, quer seja direto ou não (MONTENEGRO *et al.*, 2010). A função da transmissão de um evento ou acontecimento em direto e ao vivo torna-se um tipo de género dentro da programação que, ao ser encaixado na grelha de programação, transmite

autenticidade, uma vez que é transmitido ao mesmo tempo que o acontecimento do evento ocorre, com a finalidade de provocar interesse no telespectador para a sua emissão, reafirmando o estabelecimento do acordo de transmissão direta e ao vivo proposto por este gênero (FECHINE, 2008). Também MACHADO (2000, p. 130) se debruça sobre o assunto, afirmando o seguinte

Em tempo presente, os realizadores devem dar consistência ao material no mesmo momento em que esse material ainda está sendo tomado e sem ter condições de pré-visualizar os resultados antes que o produto chegue ao receptor. Ora, tornar as mensagens “legíveis” ao espectador no mesmo momento em que elas ainda estão sendo enunciadas constitui fenômeno inédito na história do audiovisual, com consequências inumeráveis nos planos da criação e da recepção.

Por seu lado, SOUZA (2004) insere os eventos que são transmitidos na televisão na categoria “outros”. O autor alega ainda que a produção de programas sobre eventos depende da forma como as emissoras de televisão aproveitam as oportunidades de transformar um evento num programa televisivo e, dependendo da natureza do evento, o gênero pode estar inserido em diversas categorias (SOUZA, 2004). Por exemplo, pode tratar-se de um evento religioso ou da transmissão das eleições, podendo ser em direto ou gravado.

Portanto, quando se fala da cobertura de eventos, podemos falar de eventos políticos, os quais mantêm uma relação próxima com a televisão desde o seu aparecimento. Como nos revela BRAZ (2011, p. 61)

os meios de comunicação foram sempre a chave dos partidos políticos para passar em massa, a sua mensagem ao povo. Isto é algo que se inicia com os jornais em papel e que conheceu desenvolvimentos assustadores com o aparecimento da rádio e posteriormente da televisão. Foi sempre através dos media que os partidos conseguiram conquistar apoiantes, fazendo uso quase sempre de sistemas elaborados de propaganda.

Na verdade, é comum assistirmos às declarações políticas mais importantes por parte do governo, e não apenas do português, através da televisão, bem como às campanhas políticas. Neste sentido, percebemos

que a ligação entre campanhas políticas e transmissões televisivas é muito forte, sendo que a transmissão é parte integrante da campanha. Assim como o próprio dia de eleições que é transmitido na íntegra e em direto, é em muito construído pelas cadeias televisivas que o estão a cobrir (BRAZ, 2011, p. 63).

Por outro lado, em televisão, também podem ser transmitidos eventos desportivos, sendo possível identificar a sua importância nas sociedades atuais e “já nas sociedades mais antigas que o desporto era um dos meios mais importantes de entretenimento para os povos, assim como servia de meio de valorização e competição entre seres humanos”.

Devido à importância que os eventos desportivos desde sempre assumiram, a sua cobertura foi evoluindo no decorrer dos últimos anos e existem diversos cuidados a ter na sua transmissão, com a finalidade de proporcionar ao telespectador o seguimento claro no decorrer dos eventos, de forma a não perder a noção de espaço e direção. Na opinião de CURY (2011), o realizador deve incluir os diferentes desportos numa destas três categorias: desportos em linha (como o hóquei, ténis, futebol, basquetebol); desporto em círculo (por exemplo, basebol, corridas de cavalos, atletismo); desportos de forma (como a ginástica e a patinagem artística).

De facto, existe “uma confirmação do discurso proposto pela televisão por meio do contexto externo, como no caso de uma transmissão de Copa do Mundo, em que a televisão serve como a mediadora entre o evento e um grande público telespectador” (USHINOHAMA, 2014, p. 11). Tomando, também, como exemplo um jogo de futebol, JOST (2004) perspectiva a transmissão direta e ao vivo como um tipo de gênero televisivo que serve de interface entre o emissor e o recetor, neste caso o telespectador, direcionando a interpretação do programa no telespectador, de forma a atraí-lo e estimular-lhe interesse em emissões futuras.

As emissoras ou os canais de televisão mantêm alguns programas transmitindo o seu conteúdo em direto e ao vivo, salientando-se as coberturas dos eventos desportivos (jogos de futebol, ténis, atletismo, corrida, jogos olímpicos). Contudo, estes não são transmitidos com muita frequência nestas condições, na medida em que têm horários e dias fixos para serem integrados na grelha de programação, visto o desporto ser um hábito cultural desenvolvido na sociedade que satisfaz e entretém o público (WILLIANS, 2011).

Os eventos especiais são eventos que têm grande importância e interesse a nível social. Como realça BRAZ (2011, p. 69), “trata-se de eventos de relevância social, vistos pela

sociedade como momentos marcantes da história, que assim sendo irão ser alvos de uma cobertura televisiva com elevado grau de exigência a nível de realização audiovisual”. São exemplos deste tipo de evento, a transmissão do funeral da Princesa Diana ou o Casamento Real Britânico.

São eventos que são transmitidos em direto necessitando, por isso, de uma grande organização e planeamento. Estes envolvem uma grande equipa técnica e bastante equipamento como: vários meios técnicos, dezenas de câmaras e respetivos operadores de câmara devidamente posicionados, com o objetivo de realizar uma transmissão do evento clara e completa, devendo os operadores estar nos diversos locais onde o evento se realiza.

Quando falamos de eventos musicais, podemos falar de eventos musicais que têm uma grande relevância do ponto de vista social, espetáculos de beneficência, por exemplo, espetáculos protagonizados por grandes orquestras, ou até a transmissão de atuações de bandas em festivais de música.

A realização deste tipo de eventos é muito mais do que uma banda de música a atuar e uma câmara para gravar ou transmitir o evento. Como salienta BRAZ (2011, p. 72)

Um espetáculo musical, por si só, independentemente de vir a ser transmitido pela televisão ou não, já envolve uma fase de pré-produção bastante elevada, em que os vários detalhes de iluminação e efeitos especiais de vários tipos, são estudados e montados no local. Para além disso, também uma espécie de guião terá de ser elaborado para que as equipas de iluminação e som, entre outras, saibam efetuar exatamente quando ativar determinado efeito ou um qualquer tipo de ação.

Estes eventos podem ser ou não transmitidos em direto e caso não o sejam, importa referir que o trabalho de pós-produção pode prolongar-se por vários dias, sendo que a liberdade da aplicabilidade de variadas técnicas de produção audiovisual é bem maior.

Um exemplo claro de um evento musical é o Festival da Canção, onde tudo é

preparado ao mínimo pormenor e elaborado e planeado tal e qual um qualquer programa de ficção. Assim sendo, na fase de pré-produção existirá também um set designer entre todos os outros envolvidos na fase de pré-produção, que referi já neste trabalho, que irão conceptualizar o evento e prepará-lo para o momento em que este vai começar a ser transmitido. Assim,

existirá um guião detalhado de todos os acontecimentos para que o realizador possa acompanhar a cerimónia e efectuar o seu trabalho de forma adequada (BRAZ, 2011, p. 73).

Exigindo um jogo de câmaras controladas pelos respetivos operadores, nos respetivos locais, o realizador também contextualiza os diferentes momentos. No entanto, num festival de música, esta tarefa torna-se mais complicada já que

o realizador não dispõe de um resumo detalhado de como se irá realizar um concerto, porque nem os próprios intervenientes o sabem; o número de recursos será menor, pois não existe grandes possibilidades de planeamento. Assim, iremos assistir a uma transmissão com recurso a menos câmaras e que será de longe muito mais representativa do que se está a desenrolar no local (BRAZ, 2011, p. 74).

De facto, existem vários tipos de eventos e quando falamos de géneros televisivos é possível perceber a diversidade existente no que diz respeito à realização audiovisual. Além disso, permite também entender um pouco da evolução da própria televisão enquanto meio de informação.

Notícias / Telejornal

O telejornal ou noticiário é um programa que informa e divulga notícias. Atualmente, as produções procuram uma maior abordagem e cobertura para eventos noticiosos, incluindo estratégias tecnológicas e de produção para prender a audiência (MONTENEGRO *et al.*, 2010).

Os principais subgéneros televisivos identificados por MONTENEGRO *et al.* (2010) são o avanço noticioso, os extras, o telejornal e outros (qualquer programa de informação que não se enquadra nos subgéneros mencionados anteriormente).

O avanço noticioso consiste num espaço televisivo de curta duração, onde são apresentadas notícias (MONTENEGRO *et al.*, 2010).

Os extras são programas que não estão previstos, interrompendo a programação normal para a sua transmissão devido à importância da notícia (MONTENEGRO *et al.*, 2010).

O noticiário, programa tão conceituado na televisão, é um programa de informação estável e regular, o qual inclui os noticiários centrais de cada estação televisiva, os noticiários da manhã, da tarde, da noite e da meia-noite (MONTENEGRO *et al.*, 2010).

Instrução-Formação

Este gênero de programas tem por objetivo principal educar ou transmitir algum tipo de conhecimento, podendo ser expositivo ou interativo e não se desenvolve, necessariamente, no formato de sala de aula (MONTENEGRO *et al.*, 2010). Além disso, e de acordo com os autores, importa referir que este tipo de programa não tem a finalidade de entreter, no entanto, pode ser utilizado com esse fim se tiver um propósito educativo.

Os principais subgêneros destacados são (MONTENEGRO *et al.*, 2010): formação e artesanato; curricular; formação geral; *hobbies* e passatempos.

O subgênero da formação e artesanato engloba programas em que apresentam conhecimentos com objetivo de desenvolver habilidades no telespectador para desempenhar funções na área (MONTENEGRO *et al.*, 2010).

Os programas curriculares são espaços de televisão destinados a reforçar o conteúdo programado para a educação formal (MONTENEGRO *et al.*, 2010).

Os programas de formação geral correspondem a espaços televisivos destinados à entrega de valores ou conhecimentos, sem necessariamente estarem ligados à educação formal (MONTENEGRO *et al.*, 2010).

O subgênero *hobbies* e passatempos inclui programas que visam o desenvolvimento de competências de lazer, ou de informação, mas não com trabalho (MONTENEGRO *et al.*, 2010).

Diversos

É um género televisivo que integra programas com um formato flexível, nos quais se apresentam várias secções, como números artísticos, entrevistas, onde o entretenimento é a finalidade central (MONTENEGRO *et al.*, 2010). São conduzidos pelos mesmos apresentadores que dão unidade às diferentes vertentes do programa, onde se encontram vários temas e formatos (MONTENEGRO *et al.*, 2010).

Os principais subgéneros a destacar são (MONTENEGRO *et al.*, 2010): os concursos, os programas humorísticos, os programas de estrelas, as variedades/ revistas, e outros (qualquer programa que não se enquadre nos subgéneros mencionados).

Os concursos são programas que se desenvolvem com base em algum tipo de competência, de sorte ou azar, habilidades ou conhecimentos (MONTENEGRO *et al.*, 2010).

O subgénero humorístico inclui programas que podem assumir uma estrutura diversificada, onde o objetivo é a apresentação de situações cómicas, através de vídeos, *sketches*, câmaras ocultas, monólogos (MONTENEGRO *et al.*, 2010).

Os programas de estrelas são programas que apresentam espetáculos artísticos que podem ser conversas ou entrevistas com pessoas públicas, bem conotadas socialmente e que atraem o público, sendo a presença deste último de extrema importância (MONTENEGRO *et al.*, 2010).

Os programas de variedades ou revista englobam programas com diversos formatos e conteúdos, como concursos, programas de humor, entre outros (MONTENEGRO *et al.*, 2010). São programas onde o fulcral é a combinação de diferentes elementos em função do público em estúdio.

Filmes

Os filmes correspondem a produções cinematográficas, de ficção, podendo abordar qualquer conteúdo seja num formato de ação, de drama, ou comédia (MONTENEGRO *et al.*, 2010). Além disso, os filmes podem estar em exibição no cinema, em vídeo ou na televisão, contudo, importa salientar que estes podem ser realizados apenas para serem exibidos na televisão (MONTENEGRO *et al.*, 2010).

Os subgéneros identificados são (MONTENEGRO *et al.*, 2010)

- Ação;
- Comédia;
- Drama;
- Outros.

Tendo em atenção o conteúdo do programa, MONTENEGRO (*et al.*, 2010) identifica 16 subgéneros:

- Artes marciais;
- Aventura;
- Guerra;
- Ciência / Ficção;
- Animação / Desenhos Animados;
- Épico / Histórico / Biográfico;
- Erótico;
- Musical;
- Policial / *Gangsters*;
- Suspense / Mistério;
- Terror;
- *Western*;
- Familiar;
- Romance;
- Quotidiano;
- Outros.

Publicidade

Espaços televisivos que apresentam e promovem um produto ou um serviço, dirigindo-se à comunidade com a finalidade de alterar condutas, difundir valores, disponibilizar informação de interesse público e estimular o movimento solidário,

intercalando os programas transmitidos nas estações televisivas (MONTENEGRO *et al.*, 2010).

Segundo MONTENEGRO *et al.* (2010), os seus principais subgêneros são: a campanha social e de utilidade pública, informativo e comercial, político, ponto comercial, apoios promocionais ou avanços de programação.

A campanha social e de utilidade pública trata-se de um subgênero que inclui programas direcionados, essencialmente, para a promoção de valores e condutas e sensibilização para temas sociais (MONTENEGRO *et al.*, 2010).

O subgênero informativo e comercial corresponde a um espaço televisivo que dura cerca de meia hora e que tem o propósito de apresentar e descrever um produto ou serviço, que conta com a participação de pessoas, sob a forma de testemunho (MONTENEGRO *et al.*, 2010).

Político é outro subgênero dos programas de publicidade e corresponde à propaganda eleitoral, a qual tem o objetivo de conduzir os eleitores a votar em determinado candidato em detrimento de outro(s) (MONTENEGRO *et al.*, 2010). Contudo, importa realçar que a transmissão deste tipo de subgênero televisivo obedece a tempos e formas estipuladas.

Por último, mas não menos importante, os apoios promocionais ou avanços de programação correspondem a sínteses, em formato audiovisual, de programas específicos desenvolvidos pelas estações televisivas para publicitar a sua programação (por exemplo, quando fazem uma sinopse de um episódio de uma telenovela) (MONTENEGRO *et al.*, 2010).

Reportagens

A reportagem consiste na narração de um evento ou notícia que pode, ou não, ser atual. Neste gênero televisivo, apresentam-se e explicam-se acontecimentos de interesse público, com a transmissão de imagens e discursos (MONTENEGRO *et al.*, 2010). Esta é centrada num aspeto da vida social, adotando a perspetiva do realizador ou produtor do canal.

Este gênero engloba três subgêneros (MONTENEGRO *et al.*, 2010): a pequena reportagem, a reportagem jornalística e outras reportagens (que não se enquadrem em qualquer um dos formatos apresentados).

Importa então referir que as pequenas reportagens traduzem-se em espaços com características de reportagem e que são definidos pela sua curta duração (MONTENEGRO *et al.*, 2010).

A reportagem jornalística consiste num espaço televisivo que apresenta uma investigação sobre um ou vários temas, os quais podem ser ou não sobre a atualidade, podendo abordar temas culturais, científicos, sociais, desportivos, etc.;

A grande reportagem pode ser enquadrada na categoria *outros* e consiste, nas palavras de JESPERS (1998, p. 197), “na composição sob forma de um vídeo ou de um filme, de uma série de informações respeitantes a um acontecimento particular, da atualidade, ou a um fenómeno particular da sociedade, numa mensagem real de uma certa duração”. As grandes reportagens centram-se num fenómeno particular e são intensivas, na medida em que tratam assuntos com profundidade e em diversas facetas. A grande reportagem deve enfatizar diversas visões e “a soma de vários ângulos é que leva ao resultado de qualidade e, também, a soma da sensibilidade do grupo de trabalho” (CURADO, 2002, p. 23).

A preocupação deste tipo de reportagem é contextualizar a informação de forma alargada e aprofundada, relacionar as informações com os factos, compará-las com outras abordagens e localizá-las num espaço temporal de longa duração (PENA, 2006). Além disso, têm o objetivo de transmitir uma mensagem sobre determinado aspeto problemático, dando a conhecer um grande número de factos sobre essa mesma situação (JESPERS, 1998).

O termo grande reportagem serve para designar reportagens que tratam matérias mais extensas e centram a sua atenção sobre uma situação, um fenómeno ou um acontecimento determinado, de forma profunda, abrangendo todos os seus ângulos (KOTSCHO, 2000).

Ainda que a grande reportagem utilize as mesmas técnicas que a pequena reportagem, a primeira apresenta algumas particularidades que têm em conta a sua duração. Para SOUSA e AROSO (2003, p. 129), o ritmo do texto deve ser menos intenso e a força deve diminuir, de forma gradual, ao longo da peça jornalística, onde “o texto e a imagem devam casar numa relação de complementaridade” (SOUSA & AROSO, 2003, p. 128).

OLIVEIRA (2007, p. 11) explica que a grande reportagem consiste num trabalho de longa duração, podendo a sua duração variar entre 25 a 50 minutos, tratando o “tema fôlego, relacionado com a atualidade imediata”.

A grande reportagem consiste

na composição de uma série de informações respeitantes a um acontecimento particular, da atualidade, ou a um fenómeno particular da sociedade, numa mensagem real e de uma certa duração. A característica da grande reportagem é ser tópica, (deve concentrar a atenção sobre uma situação, um fenómeno ou um determinado acontecimento), e intensiva, (deve tratar os assuntos em profundidade e abordar várias facetas (TEIXEIRA, 2009, p. 18).

É também importante referir que existem grandes reportagens que se desenvolvem em vários segmentos, sendo estas construídas a partir do tripé: tensão, plasticidade e atualidade. Na opinião de CURADO (2002, p. 96)

A tensão tem como objetivo manter o espectador ‘ligado’, como no folhetim; a plasticidade envolve a audiência – não é preciso que sejam cenas bonitas, mas que sejam cuidadas – bem iluminadas e preparadas com determinação; a atualidade, da natureza do jornalismo, fisga a atenção inicial da audiência pelo ‘fato novo’. A atualidade não quer dizer que a reportagem esteja sempre enfocando acontecimento recente, mas sim que se trata de algo até aquele momento inédito para o público do programa. Em TV, o ineditismo de um evento o torna uma ‘novidade jornalística.

FARO (*cit. in* SILVEIRA, 2003) salienta o facto de a grande reportagem permitir ao jornalista ultrapassar os limites impostos pelos padrões de conteúdo e linguagem da objetividade informativa. É neste sentido que Medina (*cit. in* SILVEIRA, 2003, p. 99) refere que

Na reportagem, as linhas de tempo e espaço se enriquecem: enquanto a notícia fixa o aqui, o já, a grande reportagem abre o aqui num círculo mais amplo, reconstitui o já no antes e depois, deixa os limites do acontecer para um estar acontecendo atemporal ou menos presente. Através da contemplação de factos de antecedentes, ou através da busca do humano permanente no acontecimento imediato, a reportagem leva a um quadro interpretativo do facto.

Como temos vindo a perceber, na grande reportagem, a notícia revela o facto na sua totalidade, identifica as personagens, localiza geograficamente os factos, descreve as suas circunstâncias e situa-os num contexto histórico, de modo a dar-lhes uma perspetiva e noção da sua amplitude e significados (CURADO, 2002). Esta amplia a cobertura e transmissão de um facto, assunto ou personalidade, dotando-os de intensidade, sem a brevidade da forma-notícia (SODRÉ & FERRARI, 1986).

A realização de uma grande reportagem deve seguir a regra das três unidades: unidade de lugar, unidade de tempo e unidade de ação. Ou seja, uma grande reportagem é, preferencialmente, filmada num só lugar, de fácil identificação e com a utilização de elementos de cenário; num tempo definido; e por último, com a ação desenvolvida por um número restrito de personagens, as mesmas ao longo da reportagem (MORETZSOHN, 2002). Assim, a narração da reportagem deve colocar em destaque a ação das personagens e com as quais o espectador se familiariza e cujas aventuras e histórias gostará de conhecer.

Séries e mini-series

São espaços televisivos episódicos que se caracterizam por apresentar um protagonista principal ou um grupo de protagonistas que dão enlace e conexão a diferentes histórias, mantendo cada uma delas uma unidade argumentativa e com continuidade (MONTENEGRO *et al.*, 2010). As séries e mini-séries desenvolvem-se em poucos capítulos mas em várias temporadas.

Telenovelas

É uma narração melodramática, cujo núcleo central são os conflitos nas relações humanas, que são sentimentais (triângulos amorosos, situações de infidelidade, etc.), familiares (perda de um filho, paternidade desconhecida, etc.), sociais (mobilidade social e diferença de classes sociais, etc.) e poder (ambição, competência, etc.) (MONTENEGRO *et al.*, 2010).

Em termos de estrutura, trata-se de uma série argumentativa cuja trama se desenvolve em capítulos assim como a sua narração, pelo que tem um final programado e desenvolve-se numa só temporada (MONTENEGRO *et al.*, 2010).

A maioria das telenovelas tem, sensivelmente, a duração de 6 meses e cada capítulo pode prolongar-se entre 30 a 90 minutos. Hoje em dia, e em concreto no panorama português, esta cronologia não é tão exata, sendo a tendência o seu prolongamento.

Com praticamente o mesmo método, as telenovelas procuram ir de encontro a diversos públicos. Algumas são direcionadas para o público infantil, tratando assuntos que são do interesse de jovens e adolescentes, e outras com temas mais atuais e na ordem do dia, que vão ao encontro da generalidade do público.

Na literatura especializada, as novelas também são conhecidas como teledramaturgia ou ficção, fazendo parte de um dos géneros televisivos favoritos do telespectador, podendo ser comprovado pela presença nas grelhas de programação, em que, no mínimo, de cinco a seis dias por semana, as novelas aparecem entre os telejornais. Segundo Souza (2004) explica, o sistema de produção de telenovelas engloba diversos elementos, os quais estão organizados, para estimular a resposta desejada por parte do telespectador. Para este mesmo autor, os referidos elementos são o melodrama, os tipos humanos, os atores, os diálogos, as locações, os cenários, a música, os figurinos, a maquilhagem, os planos de câmara, o horário, a edição e muitos outros (Souza, 2004).

A riqueza de detalhes das telenovelas, onde o povo brasileiro se destaca, chega a ser *Hollywoodana*, inspirada no cinema americano a produção das novelas e aperfeiçoamento das mesmas na TV (SOUZA, 2004; MELO, 1988).

O investimento é cada vez mais considerável e faz com que facilmente percebamos o lucro que os canais atingem com as novelas.

A televisão fez uso de técnicas aplicadas e iniciadas nos Estados Unidos com as radionovelas. Nos EUA, o triunfo das radionovelas instigou a adequação dessa comunicação para a TV, que nomeou as suas séries de televisão de *soap opera* (*soap*, sabão em inglês).

Foram as indústrias de sabão que financiaram as primeiras produções. Desse modo, tendo em conta o grande retorno que teve tal publicidade, levou a que as empresas transportassem o género para a América Latina.

Reality TV

Reality TV, em todas as suas vertentes, tem como elemento central a exposição, *in situ* ou não, de experiências de indivíduos ou grupos de pessoas em diversas situações (prisão, espaços públicos, espaços pessoais e de rotina, etc.) com consentimento para expor o indivíduo, as suas emoções e conflitos (MONTENEGRO *et al.*, 2010). É uma variedade da programação factual popular que integra variados formatos televisivos, onde o *reality show* é o mais conhecido (ROCHA, 2009).

ROCHA (2009) refere que a *reality tv* é uma das estratégias de aproximação da televisão, tratando-se “de uma estratégia na qual o referente, o mundo sensível e real, o mundo vivido se torna o grande protagonista da TV, ele é o personagem principal e estrutura essa forma de televisão que tem sido denominada como reality TV, a TV realidade” (ROCHA, 2009, p. 2).

No âmbito deste género televisivo, foram definidos seis subgéneros (MONTENEGRO *et al.*, 2010): o docudrama, o programa de seguimento, o *reality show*, o *talk show*, os concursos e outros programas que não se enquadram nos subgéneros anteriores.

O docudrama integra programas que se são caracterizam pela exposição, recreação ou dramatização das experiências de vida de indivíduos e com o relato de quem conduz o programa. Por vezes, o programa conta com um testemunho dos factos (MONTENEGRO *et al.*, 2010).

O programa de seguimento/ *docurreality* é um subgénero em que os programas se caracterizam por seguir e acompanhar no terreno, na vida real, pessoas que obedecem ao perfil do programa (MONTENEGRO *et al.*, 2010). O programa pode acompanhar a história de vida de uma pessoa, como também pode acompanhar determinados profissionais como por exemplo, polícias, bombeiros, médicos, paramédicos, pilotos, etc. Estes programas têm a particularidade de serem gravados em cenários e situações reais, onde participam pessoas anónimas ou não (MONTENEGRO *et al.*, 2010).

O *reality-show* é um exemplo da evolução da televisão, fazendo parte da “neo-televisão que fala não apenas de si própria, como também do laço empático que a liga aos seus espectadores, e daquilo que as pessoas comuns experienciam na sua rotina diária” (MATEUS, 2012, p. 236). A sua nomenclatura serve para referenciar, de forma bem ampla, um grande conjunto de programas televisivos (BARNFIELD, 2002). Na verdade, estes

cruzam informação e entretenimento, drama e documentário, ficção e realidade pelo que, são muitas vezes apreendidos como *popular factual television* (HILL, 2005).

A partir de 1992, a televisão mundial assiste à criação do primeiro programa que iria transmitir a convivência de pessoas comuns, desconhecidas entre si. Estreou-se o primeiro *reality show*, o *Real World*, programa produzido e transmitido pela MTV e que era filmado em Nova Iorque, Estados Unidos (MUNIZ *et al.*, *cit in*. GARCIA, VIEIRA & PIRES, s/d).

Estamos a falar de programas televisivos de realidade, que reúnem um grupo de pessoas num determinado espaço, devendo coexistir nele e partilha-lo, estando constantemente a serem gravados e acompanhados por câmaras de televisão. Como estão limitados a um espaço e envolve uma competição (seja ela de dança, exercícios militares, entre outros), muitas vezes os participantes têm aulas ou fazem algum tipo de atividade. São exemplos de programas deste subgênero televisivo, o *Big Brother* ou a Casa dos Segredos. O que leva os telespectadores a assistir o programa é curiosidade, a bisbilhotice, impulso que pode se inconveniente e até mesmo condenável, não sendo doentio, salvo raríssimas exceções (GARCIA, VIEIRA & PIRES, s/d).

Para PRIOLLI (2002 *cit in* GARCIA, VIEIRA & PIRES, s/d), os *reality shows* são programas familiares, que têm impacto em todas as faixas etárias, podendo ser vistos em conjunto, em família, na sala de estar.

O *reality show* exhibe um vasto número de opções, ultrapassando a dicotomia informação ou entretenimento, dado que existem *reality shows* que enfatizam a informação, *reality shows* que focam o entretenimento, embora o formato tenha sempre presentes essas duas vertentes (ROCHA, 2009). HILL (2005) refere que consiste no infoentretenimento, onde programas televisivos informam e entretêm o público em simultâneo.

Trata-se de um programa apoiado na vida real e como realça MATEUS (2012, p. 236)

uma das forças dos programas televisivos de realidade é precisamente o resgate do real para o dispositivo catódico, sendo essa recuperação fundamental neste novo modo de estabelecer a ligação entre a televisão e os espectadores. Se o género televisivo ‘reality-show’ traz a experiência subjetiva do indivíduo vulgar para a publicidade que a televisão abarca, fá-lo simultaneamente com um forte enfoque na vida de todos os dias, e dos conflitos e tensões que a vida em sociedade comporta.

Embora seja bastante utilizado, o *reality show* não está esgotado e o interesse do público por bisbilhotar a vida do cidadão comum, através de câmaras escondidas ou não, é cada vez maior. Como refere SOUZA (2004, p. 128)

O voyeurismo é o argumento principal do programa, por isso as câmeras e todos os recursos possíveis servem para oferecer ao telespectador a melhor imagem e som das atividades e reações dos participantes vigiados. O género reality show contém o formato game-show, pois os participantes passam por provas de resistência ou esperteza, regularmente, e inteligência, raramente.

O método interativo é, por sua vez, um método bastante utilizado, pois faz com que o telespectador compartilhe e até dificultar a vida daquele que não caiu na sua simpatia, tirando-o do programa. De facto,

Os Reality Shows apresentam questões significativas sobre o papel da TV na formação dos indivíduos e do corpo coletivo. Seria a TV uma versão contemporânea da praça pública, onde os problemas da pólis são expostos e discutidos por todos? Ou seria um zoológico humano, em que as características mais grotescas da sociedade funcionariam como chamariz do telespectador? (SOUZA, 2004, p. 128).

O método da entrevista é também enquadrado no género Reality Show para dar voz aos participantes e até dar destaque nos desentendimentos notados pelo telespectador. A narração em *off* sobre imagens do programa é uma técnica para prender a atenção do público para alguns acontecimentos em especial.

Diariamente, adotam o formato de capítulos, dando ideia de estarem a acompanhar um guião, visto a obviedade do desgaste das relações e das tramas instigadas pela produção do programa.

O formato videoclip é utilizado de modo a oferecer um clima diferenciado em certos acontecimentos, tais como nas relações amorosas entre os participantes. O formato surgiu nos primeiros anos deste século e desde então já conheceu diversas alterações e variantes: anónimos, famosos, luxo, pobreza, cidade, campo, são algumas das variantes já exibidas em

todo o mundo. Nesta ordem de ideias, podemos concluir que a procura por formatos é a arma utilizada pelas emissoras para dar distinção de programas do mesmo género.

Contudo, pouca atenção tem sido atribuída ao *reality show* (STEMPEL-MUNFORD, 1995), devendo ao facto deste género de programas assumir uma natureza híbrida, adaptando diversos elementos característicos de outros géneros televisivos, como por exemplo o documentário, o concurso ou anovela (KILLBORN, 1994).

O concurso é subgénero televisivo que inclui programas que contam com a participação de pessoas, os concorrentes, que têm algum tipo de talento artístico ou envolve a superação de provas e ensaios superação (MONTENEGRO *et al.*, 2010). Estes programas expõem as relações pessoais entre os concorrentes, bem como os seus conflitos e vida pessoal.

Na década de 90, os *talk shows* foram o formato televisivo da televisão nos EUA e disseminaram-se a nível mundial. Os *talk shows* que se encontram na categoria de entretenimento têm, por regra, um único apresentador, com carisma e que é admirado pelo público, tendo a possibilidade de apresentar, em alguns casos, o lado particular de personalidades, celebridades e de líderes políticos (RODRIGUES & MUSSE, 2013). São programas que entretêm e informam o público, pois como sublinha ROSÁRIO (2008, p. 7)

Informação e entretenimento são valores que caminham juntos na definição do género, acompanhados por marcas textuais como platéia, apresentador célebre, música, temática diversificada e conversa leve. Também faz parte do que se compreende como “talk show” julgamentos de valor que, com raras exceções, representam uma forma barata de encher a grade de programação com um bate-papo sem propósito, de baixo nível informativo, imoral, mas capaz de segurar os índices de audiência.

Nos EUA este tipo de programa é muito conceituado, sendo quase uma tradição do país e, são exemplos o *Tonight Show*, do canal NBC, que ao longo de 30 anos contou com o apresentador e humorista Johnny Carson, bem como o *Late show with David Letterman*.

Figura 4 – *The Tonight Show*, com Jimmy Fallon



Fonte: <http://youthworkercircuit.com/10-tonight-show-youth-group-games/>.

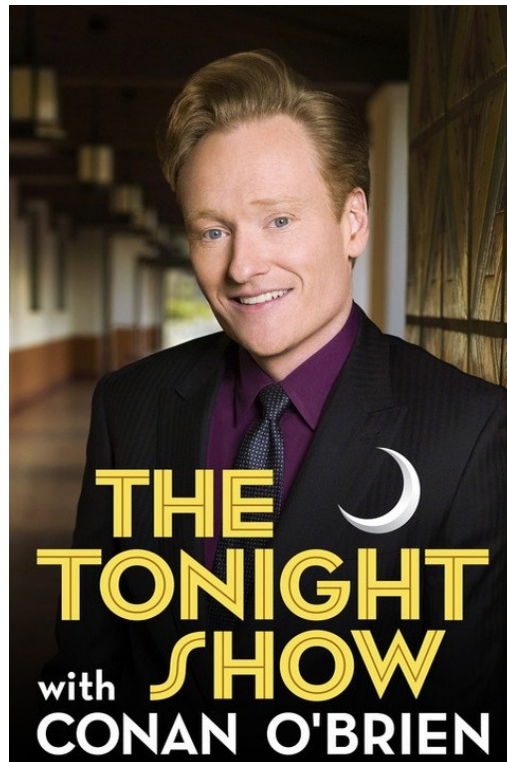
Figura 5 – *The Tonight Show*, com Jay Leno



Fonte: <http://cdn.wallstcheatsheet.com/wp-content/uploads/2014/01/Jay-Leno-1024x575.png>.

É também exemplo de um talk show noturno, o programa *The Tonight Show, com Conan O'Brien*, transmitido na televisão portuguesa pelo canal SIC Radical.

Figura 6 – *The Tonight Show*, com Conan O’Brien



Fonte: <http://www.aoltv.com/show/tonight-show-with-conan-obrien/3494194>.

Assim como o *The Daily Show*, programa americano conduzido por Jon Stewart, e transmitido pela SIC Radical.

Figura 7 – *The Daily Show*, de Jon Stewart



Fonte: <http://thedailyshow.cc.com/>.

Este género televisivo segue um modelo que teve origem na rádio, tendo surgido primeiramente nos EUA nos anos 50 e cobriam, de acordo com TIMBERG (2004), três faixas maioritárias da programação:

- pela manhã, dedicando-se às notícias;
- à tarde, com programas de debate com enfoque no aconselhamento;
- à noite, dedicando-se ao humor e às entrevistas com celebridades.

Sendo realizados nos três períodos do dia, foi assim que os *talk shows* garantiram às estações televisivas um aumento, bastante significativo, da audiência e a formação de um segundo *prime time* (MATEU, 1998).

O *talk-show* diurno inclui os programas da manhã e da tarde, dando destaque a temas e assuntos atuais, em particular problemas sociais, adotando uma perspetiva pessoal (RATO, 2009). Além disso, caracteriza-se pelo facto dos participantes da interação conversacional incluir o apresentador, os convidados e o público presente em estúdio, o qual é convidado a intervir na discussão e debate de diversos assuntos.

O *talk show* noturno, também designado de *late night*, tem como público-alvo o público mais adulto e inclui a grade horária televisiva, normalmente, entre as 23 horas e 30 minutos e as 3 horas (RATO, 2009). O seu formato é caracterizado pelo teor informal da interação conversacional que decorre entre o apresentador do programa e os seus convidados (TIMBERG, 2004). Os convidados deste tipo de programa são, frequentemente, personalidades famosas e os temas das conversas enfocam a sua vida pessoal e profissional.

Na figura que se segue encontra-se um programa transmitido em Portugal, *5 para a meia-noite*, um *talk show* noturno emitido em direto pela RTP 1, estação televisiva pública.

Figura 8 – 5 Para a Meia-Noite



Fonte: <https://canoticias.pt/5-meia-noite-regressa-hoje-rtp-convidados-vindos-comic-con/>

O que contribui para o sucesso deste tipo de programas, os *talk shows* noturnos, é o facto de serem programas de baixo custo, produzindo lucros elevados. A produção destes programas pode custar menos de cem mil dólares por episódio, o que não acontece noutros programas, como as séries, por exemplo, que têm custos elevadíssimos e os quais ultrapassam um milhão de dólares por episódio (TENNANT, s/d).

Outro fator que contribui para a sua popularidade é o facto de traduzirem em programas que focam o interesse do público pela vida pessoal das celebridades e por temas sensacionalistas e, por outro lado, é a confiança no *talk show* enquanto fórum, que aborda, de forma humorística, temas atuais e do quotidiano (HAARMAN, 2001; TOLSON, 1991).

Importa também referir, tal como LIVINGSTONE e LUNT (1994, pp. 38-39) os programas de *talk show*

não são sobre current affairs ou assuntos de consumo, mas eles lidam com assuntos cotidianos à medida que afetam a vida ordinária. (...) Eles trazem questões além do domínio privado do ambiente doméstico e do local, já que o telespectador é também construído como cidadão, com um dever de ser informado acerca do mundo e de agir sobre ele.

Tratam-se de programas que se caracterizam por ser uma conversa e que conta com a audiência no estúdio e com a participação de anônimos, os quais procuram expor e dar a conhecer as suas histórias e experiências, juntamente com notícias de convidados e / ou público, onde o fator emocional é fundamental, assim como o coordenador, que determina a conversa (MONTENEGRO et al., 2010).

Videoclips

Consiste numa espécie de pequena representação cinematográfica e que tem por base uma música (MONTENEGRO *et al.*, 2010).

Em termos de subgênero, é possível distinguir dois tipos (MONTENEGRO *et al.*, 2010):

- Videoclips individuais: apresenta, de forma isolada ou continuada, diversos videoclips individuais;
- Programas de videoclips: programas com apresentador e se caracterizam e dedicam à apresentação de vários videoclips.

2 A Entrevista

2.1 Definição

Neste subponto deste segundo capítulo, pretendemos definir o que é a entrevista adoptando-se, para isso, uma perspectiva geral e mais abrangente.

Entende-se por entrevista, um diálogo que decorre entre duas ou mais pessoas, sendo que uma é o entrevistador e outro(s) o(s) entrevistado(s). A entrevista pode ser em direto ou gravada, são perguntas realizadas por parte do entrevistador, com a intenção de adquirir esclarecimento útil por parte daquele que é o sujeito entrevistado.

De facto, quando se pensa em entrevista é comum pensar-se na entrevista jornalística, mas há que ter em atenção que a

A entrevista é uma atividade em que, não somente pessoas ligadas à área de comunicação, como os jornalistas, mas todos nós, de uma forma ou de outra, estamos envolvidos, quer como entrevistadores, quer como entrevistados.

O seu objetivo é sempre o inter-relacionamento humano, mas os direitos dos participantes não são os mesmos, pois o entrevistador faz as perguntas e oferece, em seguida, o turno ao entrevistado. Na verdade, as relações de poder entre eles deixa-os em diferentes condições de participação no diálogo (FÁVERO, 2000, pp. 79-80).

Para Morgan “uma entrevista consiste numa conversa intencional, geralmente entre duas pessoas, embora por vezes possa envolver mais pessoas (...) com o objetivo de obter informações sobre a outra” (*cit. in* BOGDAN & BIKLEN, 1994, p. 134), podendo ser a estratégia dominante para a recolha de informação (BOGDAN & BIKLEN, 1994).

Enquanto método de recolha de informações, a entrevista “no sentido mais rico da expressão (...) adequa-se particularmente à análise do sentido que os atores dão às suas práticas e aos acontecimentos com os quais são confrontados” (QUIVY & CAMPENHOUDT, 1992, p. 192). A sua grande finalidade passa por abrir a área livre entre entrevistado e entrevistador, em relação à matéria da entrevista e por outro lado, diminuir a área secreta do entrevistado e a área cega do entrevistador (CARMO & FERREIRA, 2008).

FONTANA e FREY (1994) referem que existem três tipos de entrevista - a estruturada, a semi-estruturada e a não estruturada. A estruturada caracteriza-se por ser totalmente controlada, sendo auxiliada por um guião, o qual tem que seguir pormenorizadamente, já a entrevista não estruturada desenvolve-se em tom de conversa e não se socorre de nenhum guião ou auxílio.

A entrevista do tipo semi-estruturada, também designada de semi-diretiva (QUIVY & CAMPENHOUDT, 1992), permite ao entrevistador obter informação objetiva e subjetiva (MINAYO, 1989) e caracteriza-se pela existência de um guião, previamente elaborado pelo entrevistador, e tem o objetivo de orientar o desenvolvimento da entrevista. Assim, “quando se utiliza um guião, as entrevistas qualitativas oferecem ao entrevistador uma amplitude de temas considerável, que lhe permite levantar uma série de tópicos e oferecem ao sujeito a oportunidade de moldar o seu conteúdo” (BOGDAN & BIKLEN, 1994, p. 135).

Em televisão, é necessário ter em conta que para a efetivação de uma entrevista não seja necessariamente exigido meios complexos, ela requer a aplicação de técnicas apropriadas.

Os repórteres entrevistam as suas fontes para obter destas declarações que validem as informações apuradas ou que relatem situações vividas por personagens. Antes de ir para a rua, o repórter recebe uma pauta que contém informações que o ajudarão a construir a matéria. Além das informações, a pauta sugere o enfoque a ser trabalhado assim como as fontes a serem entrevistadas. Antes da entrevista o repórter costuma reunir o máximo de informações disponíveis sobre o assunto a ser abordado e sobre a pessoa que será entrevistada².

De acordo com OYAMA (2008), após adquirir as informações acessíveis sobre o tema a ser discutido e sobre o sujeito que será entrevistado, o entrevistador redige as questões que levará o entrevistado a prestar esclarecimento novo e útil. Para que a entrevista tenha êxito, é interessante que o entrevistador tenha uma certa astúcia para saber se o sujeito entrevistado falsifica informações no seu discurso, atitude que na maioria das vezes geralmente ocorre com as origens legítimas do assunto em questão.

² Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Entrevista>.

FÁVERO (2000, p. 83) explica mesmo que a “entrevista, porém, constitui um tipo especial de texto falado porque o planeamento existe da parte do entrevistador e pode existir também, em certos casos, da parte do entrevistado, diminuindo, dessa forma, marcas da oralidade”.

Por exemplo, SCOTT (s/d, p. 50) explica que

Uma entrevista pode impulsionar ou detonar uma matéria. A forma de entrevistar é uma questão complicada para repórteres de ciência, que precisam lidar com pesquisadores altamente especializados e que estão mais acostumados a dar aulas e escrever para seus pares do que a se comunicar com o grande público.

Para que o entrevistador não induza as respostas do entrevistado e assim perca o objetivo da entrevista, deve ele conquistar a confiança, mas jamais tentar influenciá-lo nem tão pouco ser influenciado.

Através de perguntas, uma das funções do entrevistador é a de facilitar a expressão do entrevistado não permitindo que o mesmo fuja dos objetivos de investigação. Como realçam SANTOS & GONÇALVES (s/d)

A entrevista pressupõe dois actos: o de entrevistar; e o da transcrição sob a forma de perguntas e respostas ou de relato do diálogo estabelecido entre o entrevistador e o entrevistado (tratando-se nesse caso de um diálogo espontâneo). Todavia, este diálogo deve ser orientado por parte do entrevistador para que o entrevistado não se perca em assuntos sobre os quais não foi interpelado.

Conforme FLORESTA e BRASLAUKAS (2009), o processo das entrevistas está diretamente ligado também com o processo de análise de conteúdo. Quanto maior a quantidade de recursos de esclarecimento forem alcançados na entrevista, mais verosímil será a compreensão do telespectador e a ação da entrevista atingirá a sua finalidade.

A entrevista, no âmbito da televisão, pode distinguir-se em dois tipos, podendo ser do tipo factual, ou seja, uma entrevista em que o que surge em destaque é o acontecimento, ou numa entrevista do tipo enfático, onde o convidado é o ponto de interesse (SIMÃO & FERNANDES, 2007).

OLIVEIRA (2007) define a entrevista como a relação entre um entrevistador e um ou dois entrevistados, podendo ser em direto ou gravada. É raro exigir recursos complexos de realização, contudo, exige a aplicação de técnicas apropriadas OLIVEIRA (2007).

Segundo SANTOS e GONÇALVES (s/d) existem alguns cuidados a ter quer na preparação da entrevista, no diálogo da mesma e na sua transcrição.

Quanto à preparação da entrevista, o entrevistador deve ter em linha de conta o seguinte:

- A entrevista deve ser marcada com antecedência e deve ser confirmada;
- O local onde decorre a entrevista deve ser pensado e marcado;
- O tempo de duração da entrevista depende do ângulo de abordagem dos temas;
- As perguntas devem estar, mais ou menos memorizadas para que a conversa com o entrevistador ganhe naturalidade e vida;
- Há que ter em conta as regras da etiqueta.

No que diz respeito ao diálogo, há que ter em consideração que quando o entrevistado não está habituado a dar entrevistas é necessário ter a preocupação de proporcionar um certo ambiente favorável à comunicação. Importa também referir que poderá haver um diálogo prévio à entrevista e o qual não tem de ser gravado.

Ao longo do diálogo que estabelece com o entrevistado, o entrevistador não deve, nunca, promover discussões sobre os conteúdos de que este é especialista. Ao longo da entrevista, o entrevistador pode anotar alguns pontos-chave da entrevista.

Em relação à redação da entrevista, é necessário sublinhar o mais importante: o entrevistador não pode adulterar o pensamento do entrevistado. Se aquando da transcrição, há alguma ideia ou assunto que não ficou totalmente percebida para o entrevistador, este deve contactar novamente o entrevistado com essa finalidade, esclarecendo as suas dúvidas. Assim, é importante que este guarde os seus contactos, para que possa contactá-lo em caso de necessitar.

2.2 Tipos de Entrevista

Dada a diversidade de entrevistas existentes, em seguida, dedicamos a nossa atenção às diferentes tipologias de entrevista, de forma a dar a conhecer cada uma delas.

2.2.1 Entrevista Jornalística

A entrevista é uma modalidade de interação verbal ou, se quisermos, de interação conversacional e em função do público para a qual é direcionada, o interlocutor altera a sua linguagem, a sua postura, podendo mesmo alterar a carga informativa do processo comunicativo. Neste sentido, facilmente se percebe que “é a presença desse outro invisível, do público leitor/ouvinte/telespectador, que condiciona a interação verbal (e a não-verbal também, no caso de gestos e expressões ensaiadas para causar certos efeitos no público) nas entrevistas” (ESSENFELDER, 2005, p. 2).

Sendo direcionado para as massas, no discurso jornalístico há a preocupação de preservar a face, a comunicação tem de ser clara, explicitar bem e de forma precisa as ideias e ideais, com a finalidade de provocar interesse no público (que pode ser um leitor ou um telespectador).

Enquanto forma de interação verbal e conversacional, a entrevista jornalística apresenta características que a distanciam e diferenciam, por exemplo, das conversações espontâneas, já que esta implica um determinado planeamento. Além disso,

mantém diferenças relevantes em relação à língua escrita, pois tem conceção oral e uma complexa relação de concomitância (na coleta de dados, etapa do diálogo entre entrevistador e entrevistado) e não-concomitância (etapa da edição no suporte gráfico ou audiovisual) temporal que a aproxima da língua falada (ESSENFELDER, 2005, p. 5).

MEDINA (1995) concebe a entrevista como um diálogo possível, definindo-a como uma “técnica de interação social, de interpenetração informativa (...) pode também servir à pluralização de vozes e à distribuição democrática da informação” (MEDINA, 1995, p. 8).

Para MARCUSCHI (2003), a entrevista situa-se no *continuum* da língua falada e da língua escrita, situada para o género falado típico (caso das entrevistas pessoais e no rádio ou televisão) e no género escrito (caso das entrevistas de jornal e revistas), onde o discurso da fonte é editado e retrabalhado as vezes que forem necessárias até se obter um produto final coerente e em consonância com as intenções do meio de comunicação em questão.

SOUZA (2004) explica a entrevista está relacionada com programas jornalísticos da estação de televisão, onde o apresentador, geralmente um jornalista conceituado, está frente a frente com pessoas das mais variadas áreas. No entanto, quando existe descontração e intimidade pode haver uma redefinição da entrevista, já que esta se aproxima do *talk show*. É neste sentido que SILVA (2009) classifica as entrevistas jornalísticas em quatro tipos: ritual, temática, testemunhal e em profundidade, com a seguinte definição:

2.2.1.1 Entrevista ritual/ rito

É a base de trabalho de qualquer jornalista, no sentido de servir para confirmar algo já esperado, vulgarmente é o que se entende por “cumprir a ficha”, no entanto o jornalista deve estar atento às discrepâncias naquilo que é dito pelo entrevistado.

2.2.1.2 Entrevista temática

Na maioria das vezes envolve a exposição de opiniões e ou visões do entrevistado perante um acontecimento. O entrevistado está na “pele do especialista”. Morin (1998) divide este tipo em entrevista de investigação e entrevista conceitual (SILVA, 2009, p. 3).

2.2.1.3 Entrevista testemunhal

Tal como o nome indica procura o relato de um acontecimento no qual o entrevistado participou ou assistiu, de forma exclusiva, e por isso pode fornecer novas informações aquilo que é conhecido. Este tipo de entrevista contém a interpretação pessoal do entrevistado sobre o evento (SILVA, 2009, p. 3).

2.2.1.4 Entrevista em profundidade

Esta entrevista não foca um tema em particular ou um acontecimento específico. Este é o tipo mais indicado na utilização dos perfis jornalísticos. Relacionar a sua visão dos eventos, dos locais, e a sua maneira de ser é quase o mesmo que, segundo Nilson Lage (2002), “(...) construir uma novela ou um ensaio sobre o personagem a partir de seus próprios depoimentos e impressões” (SILVA, 2009, p. 3).

FÁVERO e ANDRADE (1998, pp. 154-155) referem mesmo que

Em suas várias aplicações, a entrevista é uma técnica de interação social. Por meio dela, busca-se uma interpenetração informativa que visa a quebrar isolamentos sociais, grupais, individuais; pode ainda servir à pluralização de vozes e à distribuição democrática da informação. Em seus diversos usos nas Ciências Humanas, constitui sempre um meio cujo objetivo fundamental é o inter-relacionamento humano. Enquanto gênero jornalístico, a entrevista pode ser definida como uma técnica eficiente na obtenção de respostas pré-pautadas por um questionário.

Na perspectiva dos mesmos autores, a organização da entrevista jornalística envolve um esquema múltiplo de relações comunicativas, onde três diálogos são estabelecidos no decorrer da atividade e eles são: entrevistador e entrevistado; entrevistado e audiência (público: leitor, ouvinte, telespectador); entrevistador e audiência (FÁVERO & ANDRADE, 1998, p. 156).

MELO (1994, p. 156) encara a entrevista como sendo um “relato que privilegia um ou mais protagonistas do acontecer, possibilitando-lhes um contato direto com a colectividade”, integrando as entrevistas na categoria de jornalismo informativo, lado a lado com a nota, a notícia e a reportagem.

Para terminar, importa sublinhar que a entrevista “serve como base de boa parte do material veiculado pelos meios de comunicação e, justamente por alimentar o processo de produção, muitas vezes, fica à mercê da rotina profissional. Para sair desses liames inerentes à própria prática é válido sempre refletir e tentar criar certas demandas que possam auxiliar a romper com determinadas visões cristalizadas” (MAIA, 2006, p. 144).

2.2.2 Depoimento

A propósito da utilização do depoimento no âmbito da realização do documentário CARLOS (2004, p. 3) explica que “os depoimentos dos que viveram os acontecimentos retratados ou que deles têm algum conhecimento surgem para instigar o espectador, mexer com seu interesse, pois, inevitavelmente, a história se apresenta num plano mais crível, com feições mais emocionais”.

Na sua investigação, a investigadora também dedica tempo e espaço ao depoimento enquanto dispositivo de documentar, definindo-os como

a fala em que o personagem se dirige diretamente à câmara. Num sentido complementar, designamos entrevista todo diálogo travado entre o documentarista (por trás ou diante das câmaras) e o personagem. Muitas vezes a voz do entrevistador está em off, quase inaudível, mas há uma relação de pergunta e resposta. Há espaço ainda para outras interações verbais, como as conversas, em que várias pessoas podem se dirigir umas para as outras ou todas para o documentarista (CARLOS; 2004, p. 4).

Segundo MAIA (2006), o depoimento é um dos tipos de entrevista que apresentamos anteriormente, sendo na opinião da autora, “uma espécie de *referendum* de uma situação pré-estabelecida, a chamada entrevista-rito” (MAIA, 2006, p. 139).

2.2.3 Entrevista Clínica

No âmbito da Psicologia, trata-se de “uma técnica ainda relativamente pouco explorada na literatura, inclusive porque, usualmente, pensa-se a criança como incapaz de falar sobre as suas próprias preferências, concepções ou avaliações” (CARVALHO *et al.*, 2004, pp. 291-292).

Podemos então dizer que a entrevista clínica consiste num meio e num instrumento que permite estabelecer uma relação, numa perspectiva clínica, entre paciente e psicólogo, sendo um instrumento bastante utilizado na prática clínica. Pode ser descrito como

um conjunto de técnicas de investigação, de tempo delimitado, dirigido por um entrevistador treinado, que utiliza conhecimentos psicológicos, em uma relação profissional, com o objetivo de descrever e avaliar aspectos pessoais, relacionais ou sistémicos (indivíduo, casal, família,, rede social), em um processo que visa fazer recomendações, encaminhamentos ou propor algum tipo de intervenção em benefício das pessoas entrevistadas (TAVARES, s/d, 45).

KETELE e ROEGIERS (1999, p. 18) refere-se à entrevista como um método de recolha de informação que se traduz “em conversas orais, individuais ou de grupo, com várias pessoas seleccionadas cuidadosamente, cujo grau de pertinência, validade e fiabilidade é analisado na perspectiva dos objetivos da recolha de informações”.

2.2.4 Entrevista Informativa

A entrevista informativa tem o objectivo de passar, de forma rápida e fácil, ao ouvinte ou telespectador informação breve, sendo desenvolvida através de perguntas e respostas breves.

Normalmente, a entrevista informativa tem uma duração que se prolonga entre um e três minutos e, salvo raras excepções, tem uma duração de três a cinco minutos ou mais (MIRA, s/d).

De acordo com BRIONES *et al.* (2009), a entrevista informativa investiga uma notícia, sendo que o seu principal objectivo é transmitir a informação demandada sobre um evento. Também designada de entrevista de informação ou notícia, servindo para aprofundar uma história, contendo dados concretos e precisos, os quais foram obtidos através do diálogo com a pessoa que vivenciou o acontecimento e sobre o qual tem informações (BRIONES, *et al.*, 2009).

É entendida, tal como o próprio nome nos remete, como um diálogo, cuja finalidade é obter informações sobre um determinado tópico e num curto espaço de tempo.

Nas entrevistas informativas, tanto o carácter como o diálogo, procuram a cooperação do sujeito, mas também devem questiona-lo e confronta-lo (HALPERÍN, 2008). Esta tem um

conteúdo específico e previsível, onde é adoptada uma linguagem objectiva, desprovida de adjectivos e superficial.

Esta apenas faz perguntas relevantes e directas com a finalidade de obter ou corroborar a informação. Além disso, é um tipo de entrevista bastante abundante e frequentemente utilizado na *media* escrita e audiovisual (BRIONES *et al.*, 2009).

Quanto à estrutura da entrevista informativa, segundo MESA (2003), podem distinguir-se três partes:

- Apresentação: consistindo na apresentação do título e da introdução, que, juntamente com a fotografia legendada, mostra o carácter e a razão para a entrevista;
- Corpo: encontram-se as perguntas e as respostas expressas na primeira pessoa, sem adular as palavras ou o sentido das palavras pronunciadas pelo entrevistado;
- Final / Encerramento: o entrevistador termina a entrevista com uma frase final ou com uma resposta definitiva do entrevistado.

2.2.5 Entrevista Televisiva

Hoje, vivemos numa sociedade que SILVERMAN (*cit. in* SARANGI, 2003) chama de *interview society*, e onde a entrevista faz parte do nosso dia-a-dia.

A entrevista televisiva apresenta uma natureza institucional, onde o termo *interação institucional* se subordina às interações que se relacionam com assuntos de trabalho e que são “não-conversacionais” (DREW & HERITAGE, 1992, p. 59).

As entrevistas televisivas destacam-se por ser um género discursivo, onde a estrutura temática, o estilo e a estrutura composicional são bastante diversificados (BAKHTIN, 2000).

Intrínseca a este género discursivo está o conceito de interação sendo que, na perspectiva de AQUINO *et al.* (2000), no decorrer dos processos interativos, os indivíduos adaptam o seu discurso em função das necessidades do seu interlocutor. Nas entrevistas televisivas, os seus participantes têm a oportunidade de contribuírem, através das suas ações linguístico-discursivas, para o curso da interação (SILVA, 2011).

Nesta ordem de ideias, nas entrevistas de televisão “cada ação de um sujeito deve constituir a premissa das ações realizadas posteriormente pelos demais” (AQUINO *et al.*, 2000).

No caso das entrevistas televisivas, é importante salientar que tanto o entrevistado como o entrevistador agem de forma a adaptarem o seu discurso, não esquecendo a audiência do programa (AQUINO *et al.*, 2000).

De facto, a audiência pode ter impacto e influenciar a entrevista, na medida em que pode determinar alguns aspetos, já que o evento discursivo é desenvolvido de acordo com o telespectador (SILVA, 2011). AQUINO *et al.* (2000) refere ainda que é em função da audiência que os entrevistadores procuram uma boa imagem de si, assim como cumprir os direitos e deveres que ocupam na interação conversacional.

A entrevista televisiva segue um ritual sócio-linguístico muito particular, em que faz parte um gênero discursivo específico, o diálogo, sendo que este ritual consiste num discurso polifónico, co-construído por dois locutores ligados por um certo número de contratos (CHARAUDEAU, 1983), com intenções perlocutórias definidas. Além disso, é o resultado de três espaços: o espaço de locução, o espaço de relação e espaço de tematização (CHARAUDEAU, 1995), onde os locutores negociam e constroem as suas identidades sócio-discursivas.

Pode dizer-se que a entrevista se apresenta como um discurso institucional específico (DREW & HERITAGE, 1992; GREATBATCH, 1988; HERITAGE & GREATBATCH, 1991), determinando os estatutos sociais caracterizadores de cada indivíduo e dois estatutos situacionais bem definidos: o de entrevistador (IR) e o de entrevistado (IE). Estes estatutos levam os locutores a seguir um conjunto de constrangimentos específicos que enformam, de forma decisiva, o contrato de fala (CHARAUDEAU, 1983) estabelecido entre entrevistador e entrevistado.

Para RATO (2009, p. 57), a entrevista televisiva é considerada uma interação institucional pelas seguintes razões:

- Os objetivos subjacentes à interação conversacional dos programas televisivos são informar, formar e entreter o público;
- Tendo os fins já exposto no ponto anterior, os termos em que as entrevistas decorrem na televisão são definidos pela autoridade televisiva, onde os papéis e estatutos sociais dos participantes são pré-estabelecidos e o conteúdo, estilo e duração dos programas são controlados.

Um exemplo explícito de uma entrevista televisiva é a entrevista política, onde a interação conversacional é cuidadosamente planeada e altamente controlado (SCANNEL, 1991; CLAYMAN, 1991).

3 A Entrevista Enquanto Género Televisivo

Neste capítulo procuramos entender a entrevista enquanto género televisivo, na medida em que hoje é possível assistirmos a programas que são exclusivamente de entrevistas, sendo os seus participantes personalidades famosas e com interesse e reconhecimento social, questionando-os sobre a sua vida pessoal e profissional.

Os programas em que nos focamos neste trabalho são os designados programas disruptivos do género entrevista, pelo que é necessário, antes de mais, perceber o que significa o termo *disruptivo*.

Este termo sofreu uma metamorfose e passou a significar algo novo, moderno e inovador.

O que realmente é: Produto ou serviço que cria um novo mercado e desestabiliza os concorrentes que antes o dominavam. É geralmente algo mais simples, mais barato do que o que já existe, ou algo capaz de atender um público que antes não tinha acesso ao mercado. Em geral começa servindo um público modesto, até que abocanha todo o segmento. Quem inventou o termo: Clayton Christensen, professor de Harvard. Ele se inspirou no conceito de “destruição criativa” cunhado pelo economista austríaco Joseph Schumpeter em 1939 para explicar os ciclos de negócios. Segundo ele, o capitalismo funciona em ciclos, e cada nova revolução (industrial ou tecnológica) destrói a anterior e toma seu mercado”³.

Por disrupção, entende-se o equivalente a algo inusitado, atual e único. Este termo serve para fazer compreender a ideia de, no momento em que uma empresa inaugura uma tecnologia mais acessível financeiramente e convincente, mesmo obtendo margens de lucros ligeiramente inferiores, cria uma espécie de perturbação para a concorrência, ou seja, deixa remoto e antigo aquele que antes, era líder de mercado.

Desse modo, para que os protagonistas não se tornem “enfraquecidos”, uma das soluções seria fazer “auto-disrupção”.

³ Fonte: <http://projetodraft.com/verbete-draft-o-que-e-disrupcao/>.

Algumas peculiaridades dessas invenções disruptivas são,

Margens de lucro menores, mercados-alvo menores e produtos e serviços mais simples, que não parecem tão atrativos quanto as soluções existentes quando comparados com métricas de performance tradicionais⁴.

Também, cumpre-nos perceber o significado do termo *gênero*, já que é com base na sua noção que o indivíduo orienta o uso da linguagem no âmbito de um determinado meio ou contexto, uma vez que é nele que se manifestam as suas tendências expressivas mais estáveis e organizadas, acumuladas ao longo de gerações (LIMA, 2013).

Para o pesquisador do meio audiovisual MACHADO (2000, p. 68), o gênero traduz-se numa

força aglutinadora e estabilizadora dentro de uma determinada linguagem, um certo modo de organizar as ideias, meios e recursos expressivos, suficientemente estratificado numa cultura, de modo a garantir a comunicabilidade dos produtos e a continuidade dessa forma junto às comunidades futuras. Num certo sentido, é o gênero que orienta todo o uso da linguagem no âmbito de um determinado meio, pois é nele que se manifestam as tendências expressivas mais estáveis e mais organizadas da evolução de um meio, acumuladas ao longo de várias gerações de enunciadores.

Na verdade, os gêneros fornecem-nos pistas ou assumem características para a produção dos atos de comunicação, da sua leitura, bem como da sua receção. Podemos dizer que o gênero representa uma série de propriedades textuais para os seus emissores, mas também um sistema de expectativa para seus os recetores, podendo ser entendidos como estratégias de comunicabilidade (MARTÍN-BARBERO *cit. in* FECHINE, 2001).

Ora, para entendermos a entrevista televisiva e de entretenimento como um gênero é necessário entendê-la.

A entrevista televisiva apresenta um caráter institucional, dizendo respeito às interações que se relacionam com assuntos de trabalho e que são não-conversacionais (DREW

⁴ Fonte: <http://projetodraft.com/verbete-draft-o-que-e-disrupcao/>.

& HERITAGE, 1992). Caracterizando-se por ser um género discursivo, a sua estrutura temática, o estilo e a estrutura composicional são bastante diversificados (BAKHTIN, 2000).

Neste tipo de entrevistas, os seus participantes contribuem com as suas ações linguístico-discursivas, para o curso da interação (SILVA, 2011), onde cada ação de um indivíduo deve constituir a premissa das ações realizadas posteriormente pelos demais (AQUINO *et al.*, 2000).

A entrevista de entretenimento, entendendo-se por entretenimento a ação de entreter, pode-se assemelhar ao *talk show*, por se tratar de uma entrevista realizada num ambiente de descontração. No entanto, é bem diferente. A entrevista de entretenimento não tem o mesmo formato que um *talk show*, não tendo a vertente humorística, por exemplo.

Segundo RABAÇA (1975), o entretenimento traduzido nas matérias recreativas abordadas e transmitidas, estando presente também nas matérias de informação. até nas matérias de teor informativo. De facto, mesmo quando o objetivo é entreter também se informa e quando se informa, também se entretém.

A propósito da leitura de jornais STOETZEL (*cit. in* RABAÇA, 1975, p. 268) explica que

Os momentos escolhidos para ler os jornais são os intervalos de repouso; o descanso que segue ao almoço, a espera do jantar ou a hora de dormir, sobretudo entre os homens. A leitura dos jornais é a distração conscientemente procurada durante os tempos mortos, nos transportes, nas salas de espera, nos dias de feriados, quando chove.

Portanto, os programas que hoje assistimos na TV e no qual todo o programa consiste numa entrevista a uma única só pessoa, pode ser um novo género televisivo, na medida em que está presente a entrevista televisiva e a entrevista de entretenimento, com a finalidade de informar sobre a vida dessa pessoa e, ao mesmo tempo, entreter o telespectador. Além disso, a entrevista é o próprio programa.

3.1 O Programa Alta Definição

*Alta Definição*⁵ é um programa televisivo da SIC – Sociedade Independente de Comunicação (estação televisiva privada), emitido aos sábados ao início da tarde, sendo conduzido por Daniel Oliveira.

Figura 9 – Apresentador Daniel Oliveira



Fonte: <http://fotos.sapo.pt/planetacultural/fotos/?uid=Q3tz9qSGZ9h1oMmPbIKd>.

Trata-se de um programa semanal onde é realizada uma entrevista, numa abordagem intimista, a um convidado central.

Daniel Oliveira teve como convidados pessoas bastante conhecidas do público, sendo eles personalidades portuguesas ou estrangeiras. As entrevistas são gravadas em alta definição, num local especial escolhido pelo entrevistado. Cada programa pretende ser um retrato biográfico do convidado(a), que é desafiado(a) a apresentar-se sem maquilhagem, na sua mais pura essência.

⁵ Fonte: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Alta_Defini%C3%A7%C3%A3o_\(programa_de_televis%C3%A3o\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Alta_Defini%C3%A7%C3%A3o_(programa_de_televis%C3%A3o)).

O programa começou como uma rúbrica no programa “Episódio Especial”, também ele transmitido pela SIC aos sábados, mas dado o sucesso da rúbrica tornou-se autónomo e foi criado um programa com esse nome, onde as entrevistas passaram a ter maior duração.

Em 2009, o programa ganhou o prémio de Melhor Programa Social na I Gala Prémios TV 7 Dias – Troféus de Televisão e em 2010 voltou a ganhar o mesmo prémio, na II Gala de Prémios TV 7 Dias.

Em 2012, o apresentador, Daniel Oliveira, acaba por ganhar o prémio de Melhor Apresentador de Entretenimento nos Troféus de Televisão TV 7 Dias, referente ao ano de 2011.

Em 2018, o apresentador é nomeado Director Geral de Entretenimento e Director de Programas do canal.

Figura 10 – O apresentador com um dos muitos convidados - Reynaldo Gianecchini



Fonte:

<https://www.google.pt/search?q=apresentador+daniel+oliveira+alta+defini%C3%A7%C3%A3o&espv=2&biw=1366&bih=643&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0CB4QsARqFQoTCNfmu tfa1cYCFcpVFAodffAArg#tbm=isch&q=cen%C3%A1rios+do+alta+defini%C3%A7%C3%A3o+daniel+oliveira+com+convidados&imgsrc=IBZMp2ZcnNqXNM%3A>

Quanto ao cenário do programa *Alta Definição*, este é escolhido pelo entrevistado, por ser um lugar que lhe diz algo e tem por isso alguma simbologia ou então trata-se de um cenário neutro, relativamente simples, com o intuito do(a) entrevistado(a) e o entrevistador prenderem a atenção do telespectador durante o tempo do programa.

Os convidados ficam frente a frente com Daniel Oliveira, e abordam diversos temas, mas sempre referentes a cada convidado, ou seja, pode abordar assuntos políticos, de desporto, música, artes, comportamento, ciência, economia e tecnologia, entre outros.

Figura 10 – Programa *Alta Definição*



Fonte:

<https://www.google.pt/search?q=apresentador+daniel+oliveira+alta+defini%C3%A7%C3%A3o&espv=2&biw=1366&bih=643&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0CB4QsARqFQoTCNfmutfa1cYCFcpVFAodffAArg#tbm=isch&q=+alta+defini%C3%A7%C3%A3o+&imgcr=1gK6yvmIB4CT7M%3A>

Podemos facilmente notar que o programa *Alta Definição* é um exemplo claro de um programa inovador, onde a dinâmica é concentrada na palavra embora utilize a elementar pergunta-resposta. Além disso, pauta-se por um diálogo natural entre o apresentador e o convidado, demonstrando o respeito pelo entrevistado e também pelo telespectador. O apresentador jamais é ofensivo, provocando nos entrevistados a sensação de que se conhecem e estão à vontade para um diálogo, chegando mesmo a emociona-los.

Uma importante característica do programa *Alta Definição* é retratar a realidade da vida quotidiana do entrevistado, sem máscaras, comportando, para o telespectador, a ideia de veracidade, algo mais humano, até uma certa “igualdade” e aproximação com o público, evitando sensacionalismos que são habituais no mundo televisivo.

Conclusão

Hoje, mais do que nunca, os meios de informação invadem as nossas vidas, em particular, a televisão. Além de entreter e informar, esta é também uma companhia e mediante a diversidade de indivíduos que compõem a audiência.

Importa também referir que, se a tecnologias dos meios audiovisuais foi evoluindo, no que à televisão, em particular, diz respeito também o número e a variedade de programas televisivos existentes evoluíram.

Um género televisivo pode ser entendido como uma categoria teórica e abstrata de uma explicação concreta de uma ideia, funcionando de modo efetivo como modelo. Assim, um programa que possui determinadas características e particularidades pertence a determinado género televisivo.

O objetivo deste trabalho foi definir a entrevista enquanto género televisivo e de facto, pode assim ser enquadrado e definido, prova disso são os diversos programas de televisão que têm na sua génese entrevistas.

A entrevista televisiva constitui assim um lugar de construção das identidades pessoais e sociais. Sujeita a constrangimentos que compreendem os estatutos sociais, institucionais e discursivos pré-definidos, ela constitui, também e ao mesmo tempo, um espaço de liberdade para a construção de papéis específicos e de identidades inesperadas, no decorrer de negociações colaborativas ou conflituosas. Ela é assim um espaço onde Discurso, Sociedade e Identidade se cruzam...

Concluimos assim, que o género televisivo “Entrevista” pode e deve ser composto por subgéneros, na medida em que existem programas de entrevista na vertente informativa, mas também na de entretenimento, como o caso que apresentamos - o programa *Alta Definição*.

Tenho consciência que poderia ter ido mais a fundo e mais longe nesta investigação, designadamente no que refere aos seguintes pontos:

- Edição do programa – o “espremer do sumo”, que proporciona ao espectador assistir à essência da entrevista, condensada em 40 minutos;
- Depoimento/ entrevista com o autor e apresentador do programa – com o intuito de perceber a visão do seu criador e também quais as linhas orientadoras, influência do formato e fontes de inspiração e pesquisa para cada programa;

- Análise da linguagem não-verbal do programa.

No entanto por constrangimentos pessoais e temporais não foi concretizável, ficando o desafio para uma continuação futura desta investigação.

“Porque o Alta Definição é um programa de autor, à velha maneira da rádio dos anos 80. É ideia, execução e concepção de uma pessoa, que tem controlo da sua obra, à maneira de um Chaplin, de um Orsen Welles ou de um Clint Eastwood. Está bem que o Daniel Oliveira não compõe a música, mas a sua marca e o seu trabalho estão em todo o lado. Na preparação cuidada, no sentido de oportunidade, na estética inovadora, na capacidade de ouvir, no respeito pelos entrevistados, na simplicidade inteligente da pergunta. E é tudo isso que faz uma marca de confiança” (Daniel Cruzeiro, em “Alta Definição – O que dizem os teus olhos”). Deste ponto de vista verificamos que o trabalho de casa, a pesquisa acertada, a selecção abrangente de perguntas, e a vantagem de ser uma entrevista gravada proporciona ao telespectador que veja uma selecção abrangente mas cuidado das perguntas, a gestão racional e equilibrados dos tempos e temas, acima de tudo uma preocupação extrema com o foco do programa: o entrevistado.

“Porque a comunicação não é o que dizemos, mas o que as pessoas entendem do que dizemos.” (Daniel Oliveira, em “Alta Definição – O que dizem os teus olhos”)

Referências Bibliográficas

- AQUINO, Z., FÁVERO, L. & ANDRADE, M. (2000). Papéis discursivos e estratégias de polidez nas entrevistas de televisão. *Revista Veredas*, 4 (1).
- BAKHTIN, M. (2000). *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes.
- BALOGH, A. (2002). *O discurso ficcional na TV - sedução e sonho em doses homeopáticas*. São Paulo: Edusp.
- BARNFIELD, G. (2002). From Direct Cinema to Car-Wreck Video: Reality TV and the Crisis of Content. In CUMMINGS, D. (Ed.), *Reality TV: How Real is Real?* London: Hodder Arnold, H & S.
- BENASSI, S. (2000). *Pour une typologie des fictions télévisuelles*. Liège: Cefal.
- BRIONES, E., MARÓN, N., CUBINO, R. & SOBRINO, B. (2009). *La entrevista y la crónica*. Espanha: CIDE, Mediascopio.
- BOGDAN, R. & BIKLEN, S. (1994). *Investigação qualitativa em educação, uma introdução à teoria e aos métodos*. Porto: Porto Editora.
- BRAZ, J. (2011). *O poder da realização na cobertura de eventos*. Dissertação de Mestrado. Braga: Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho.
- CARMO, H. & FERREIRA, M. (2008). *Metodologia da Investigação*. Lisboa: Universidade Aberta.
- CARVALHO, A., BERALDO, K., PEDROSA, M. & COUELHO, M. (2004). O Uso de Entrevistas em estudos com Crianças. *Revista Psicologia em Estudo*, 9 (2), 291-300.
- CASCUDO, L. (2001). *Contos populares no Brasil*. Rio de Janeiro: Ediouro.
- CASCAIS, F. (2001). *Dicionários de Jornalismo – as palavras dos media*. Lisboa: Verbo.
- CHARAUDEAU, P. (1983). *Langage et Discours*. Paris: Hachette.
- CHARAUDEAU, P. (1995). *Une analyse sémiolinguistique du discours*. Paris: Larousse.
- CHARAUDEAU, P. (1997). Les conditions d’une typologie des genres télévisuels d’information. *Réseaux – Communication – Technologie – Société*, 15 (81), 79-101.

CLAYMAN, S. (1991). News interview openings: aspects of sequential organization. In SCANNELL, P. (Ed.), *Broadcast Talk* (pp. 48-75). London, Newbury Park, New Delhi: SAGE Publications.

CURADO, O. (2002). *A notícia na TV: O dia-a-dia de quem faz Telejornalismo*. São Paulo: Alegro.

CURY, I. (2011). *Directing and Producing for Television: A Format Approach*. New York: Elsevier Inc.

DREW, P. & HERITAGE, J. (1992). Analyzing talk at work: an introduction. In DREW & HERITAGE (Eds.), *Talk at Work: Interaction in Institutional Settings* (pp. 3-65). Cambridge: Cambridge University Press.

DREW, P. & HERITAGE, J. (1992). *Talk at Work: Interaction in Institutional Settings*. Cambridge: Cambridge University Press.

DUARTE, E. (2004). *Televisão: ensaios metodológicos*. Porto Alegre: Sulina.

ESSENFELDER, R. (2005). Marcas da Presença da Audiência em Uma Entrevista Jornalística. *Revista Virtual de Estudos da Linguagem*, 3 (4), 1-23.

FÁVERO, L. (2000). A entrevista na fala e na escrita. In PRETI, D. (Ed.), *Fala e escrita em questão* (pp. 79-97). São Paulo: Humanitas; FFLCH/USP.

FÁVERO, L. & ANDRADE, M. (1998). Os processos de representação da imagem pública nas entrevistas. In PRETI, D. (Ed.), *Estudos de língua falada: variações e confrontos* (pp. 153-178). São Paulo: Humanitas; FFLCH/USP.

FECHINE, Y. (2001). Gêneros televisuais: a dinâmica dos formatos. *Revista Symposium*, 5, (1), 14-26.

FECHINE, Y. (2008). *Televisão e presença: uma abordagem semiótica da transmissão direta*. São Paulo: Estação das Letras e Cores.

FEUER, J. (1987). Genre study and television. In ALLEN, R. (Org.), *Channels of discourse: television and contemporary criticism*. London: Methuen.

FLORESTA, C. & BRASLAUKAS, L. (2009). *Técnicas de Reportagem e Entrevista em Jornalismo - Roteiro para uma Boa Apuração*. São Paulo: Saraiva.

FONTANA, A. & FREY, J. (1994). Interviewing. The art of science. In N. Dezin & Y. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research*. London: Sage Publications.

GOMES, I. (2011). Metodologia de Análise de Telejornalismo. In Gomes, I. (Org.), *Gêneros Televisivos e Modos de Endereçamento no Telejornalismo* (pp. 17-47). Salvador: EDUFBA.

GREATBATCH, D. (1998). Conversational Analysis: Neutralism in British News Interviews. In BELL, A. & GARRETT, P. (Eds.), *Approaches to Media Discourse*. Oxford UK / Malden, USA: Blackwell.

HAARMAN, L. (2001). Performing Talk. In TOLSON, A. (ed.), *Television Talk Shows – Discourse, Performance, Spectacle* (pp. 31-64). London: LEA’s Publishers.

HALPERÍN, J. (1998). Un abordaje pático. In HALPERÍN, J. (Ed.), *La entrevista periodística, intimidades de la conversación pública* (pp. 27-37). Buenos Aires: Aguilar.

HERITAGE, J. & GREATBATCH, D. (1991). On the Institutional Character of Institutional Talk: the Case of News Interviews. In BODEN & ZIMMERMAN (Eds.), *Talk and Social Structure*. Cambridge: Cambridge Polity Press.

HILL, A. (2005). *Reality Tv – audiences and popular factual television*. Oxon: Routledge.

JESPER, J-J. (1998). *Jornalismo televisivo*. Coimbra: Minerva.

JOST, F. (1997). La promesse des genres. *Réseaux – Communication – Technologie – Société*, 15 (81), 11-31.

JOST, F. (2004). *Seis lições sobre televisão*. Porto Alegre: Sulina.

KETELE, J.M. & ROEGIERS, X. (1999). *Metodologia da Recolha de dados*. Lisboa: Instituto Piaget.

KILLBORN, R. (1994). How real can you get? - recent developments in Reality Television. *European Journal of Communication*, 9, 421-439.

KOTSCHO, R. (2000). *A prática da reportagem*. São Paulo: Ática.

LAGE, N. (2001). *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Rio de Janeiro: Record.

LIMA, L. (2013). A sonora na organização textual da reportagem. *Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo*, 3 (13), 185-201.

LIVINGSTONE, S. & LUNT, P. (1994). *Talk on television: audience participation and public debate*. London: Routledge.

- MACHADO, A. (2000). *A televisão levada a sério*. São Paulo: Senac.
- MARCUSCHI, L. (2003). *Da fala para a escrita – atividades de retextualização*. São Paulo: Cortez.
- MAIA, M. (2006). *A História Oral como recurso metodológico na entrevista jornalística*. *Revista ContraCampo*, 15, 137-150.
- MARTÍN –BARBERO, J. (1995). *América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social*. In SOUSA, M. (Org.), *Sujeito, o lado oculto do receptor* (pp. 39-68). São Paulo: Brasiliense.
- MARTÍN-BARBERO, J. (1997). *Dos meios às mediações – comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ.
- MATEU, M. (1998). La entrevista en televisión. In BALSEBRE, A., MATEU, M. & VIDAL, D. (Eds.), *La entrevista em radio, televisión y prensa* (pp. 149-244). Madrid: Cátedra.
- MATEUS, S. (2012). *Reality Show – Uma Análise de Gênero*. *Revista Comunicando*, 1 (1), 235-244.
- MEDINA, C. (1995). *Entrevista: o diálogo possível*. São Paulo: Ática.
- MELO, C., GOMES, I. & MORAIS, W. (2001). *O Documentário Jornalístico, Gênero Essencialmente Autoral*. XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação. Campo Grande: INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.
- MELO, J. (1988). *As telenovelas da globo – Produção e exportação*. São Paulo: Summus.
- MELO, J. (1994). *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes.
- MESA, R. (2003). La noticia y la entrevista. Una aproximación a su concepto y estructura. *Ámbitos*, 9-10, 239-272.
- MINAYO, M. (1989). *O desafio do conhecimento: metodologia de pesquisa social (qualitativa) em saúde*. 1989. Rio de Janeiro: Escola Nacional de Saúde Pública.
- MONTENEGRO, S., OYANEDEL, R., VALLEJOS, W., DE LA PAZ, M. & ALISTE, P. (2010). *Tipología de Géneros – Orientaciones para la Codificación Televisiva*. Santiago: CNTV.

- MORETZSOHN, S. (2002). *Jornalismo em “tempo real”*: O fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revam.
- NEVES, B. (2007). *A reportagem televisiva como género jornalístico: o caso da TCV*. Dissertação de Mestrado. Santiago: Universidade Jean Piaget de Cabo Verde.
- OBACH, X. (2001). *La Televisión: estructura, géneros y programación*. Máster de Televisión Educativa. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- OLIVEIRA, J. (2007). *Manual de Jornalismo de Televisão*. Lisboa: CENJOR.
- OYAMA, T. (2008). *A Arte de Entrevistar Bem*. São Paulo: Contexto.
- PASTORIZA, F. (2006). *Periodismo Cultural*. Madrid: Síntesis.
- PENA, F. (2006). *Jornalismo Literário*. São Paulo: Contexto.
- QUIVY, R. & CAMPENHOUDT, L. (1992). *Manual de investigação em ciências sociais*. Lisboa: Gradiva.
- RABAÇA, C. (1975). *Dicionário da comunicação*. Rio de Janeiro: Campus.
- RATO, A. (2009). *Interação Conversacional no Talk Show Televisivo: Institucionalidade e Género nas Entrevistas de Late Night Show with Conan O’Brien e The Tonight Show with Jay Leno*. Dissertação de Mestrado. Braga: Instituto de Letras e Ciências Humanas da Universidade do Minho.
- ROCHA, D. (2009). Reality TV e reality show: ficção e realidade na ficção. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, 12 (3), 1-16.
- RORIGUES, F. & MUSSE, C. (2013). *Provocações: os dois lados de uma história e de um entrevistador*. Encontro Nacional de História da Mídia. Minas Gerais: UFOP.
- ROSÁRIO, N. (2008). *Do talk show ao televisivo: mais espetáculo, menos informação*. Porto Alegre: UFRGS.
- SARANGI, S. (2003). Institutional, professional, and lifeworld frames in interview talk. In BERG, H. et al. (Eds.), *Analyzing Race Talk* (pp. 64-84). Cambridge: Cambridge University Press.
- SCANNELL, P. (1991). Introduction: the relevance of talk. In SCANNELL, P. (Ed.), *Broadcast Talk* (pp. 1-13). London, Newbury Park, New Delhi: Sage Publications.
- SILVA, A. (2009). O perfil jornalístico: possibilidades e enfrentamentos no jornalismo impresso brasileiro. *Revista Eletrónica Temática*, V (10), 1-11.

- SILVEIRA, A. (2003). *Jornalismo além da notícia*. Santa Maria: FACOS-UFSM.
- SIMÃO, J. & FERNANDES, N. (2007). *Manual de Jornalismo Televisivo – UTAD TV*. Vila Real: Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.
- SODRÉ, M. & FERRARI, M. (1986). *Técnica de Reportagem – Notas sobre a Narrativa Jornalística*. São Paulo: Summus.
- SOUSA, J. & AROSO, I. (2003). *Técnicas Jornalísticas nos meios electrónicos - princípios de radiojornalismo, telejornalismo e webjornalismo*. Porto: Universidade Fernando Pessoa.
- SOUZA, J. (2004). *Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira*. São Paulo: Summus.
- STEMPEL-MUMFORD, L. (1995). *Love and Ideology in the Afternoon: Soap Opera, Women and Television Genre*. Indiana: Indiana University Press.
- TEIXEIRA, C. (2009). *A Grande Reportagem em Televisão. Os casos de “Raízes do Tarrafl” e “A FARTIORI – Por maioria de razão”*. Projeto de Graduação da Licenciatura. Porto: Universidade Fernando Pessoa.
- TIMBERG, B. (2004). *Television talk: a history of the TV talk show*. Texas: University of Texas.
- TODOROV, T. (1980). *Os gêneros do discurso*. São Paulo: Martins Fontes.
- TOLSON, A. (1991). Televised chat and the synthetic personality. In SCANNELL, P. (Ed.), *Broadcast Talk* (pp. 178-200). London, Newbury Park, New Delhi: Sage Publications.
- USHINOHAMA, T. (2014). *A Narrativa Audiovisual da Transmissão Direta e ‘ao Vivo’ da Copa do Mundo da FIFA: Comparação entre a Televisão Analógica e a Digital*. Dissertação de Mestrado. São Paulo: Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”.
- WATTS, H. (1990). *On camera – O Curso de Produção de Filme e Vídeo na BBC*. São Paulo: Summus.
- WILLIAMS, R. (2011). *Televisión: tecnología y forma cultural*. Buenos Aires: Paidó.

Referências Online

ALTAFINI, T. (1999). *Cinema Documentário Brasileiro. Evolução Histórica da Linguagem*. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/Altafini-thiago-Cinema-Documentario-Brasileiro.html>. [Consultado em 01/07/2015].

ANUNCIACÃO, L. (2000). *Uma (breve) história do documentário - parte 1*. Disponível em: http://curtaocurta.com.br/noticias/uma_breve_historia_do_documentario_8211_parte_1-217.html#.VaA8o_IViko. [Consultado em 01/07/2015].

CARLOS, M. (2004). *A Problemática da Entrevista e do Depoimento no Documentário Brasileiro Contemporâneo. IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom*. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/151759236119685720944875553590913296104.pdf>. [Consultado em 04/07/2015].

GARCIA, D., VIERIA, A. & PIRES, C. (s/d). *A explosão do fenômeno: reality show*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/garcia-deomara-reality-show.pdf>. [Consultado em 02/07/2015].

MIRA, S. (s/d). *La entrevista*. Disponível em: [http://www.oidossordos.net/toxyk/x/Oidos%20Sordos2/radio/panel/osr_grab_entrevistas/La%20Entrevista%20\(Como%20Lograr%20Una%20Entrevista%20Profesional\).pdf](http://www.oidossordos.net/toxyk/x/Oidos%20Sordos2/radio/panel/osr_grab_entrevistas/La%20Entrevista%20(Como%20Lograr%20Una%20Entrevista%20Profesional).pdf). [Consultado em 07/07/2015].

PENAFRIA, M. (2001). *O ponto de vista no filme documentário*. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/expocom/EX23-0024-1.pdf>. [Consultado em 01/07/2015].

SCOTT, C. (s/d). *A entrevista*. Disponível em: http://www.wfsj.org/course/pt/pdf/mod_3.pdf. [Consultado em 04/07/2015].

SILVA, B. (2011). *Referenciação e Progressão Tópica em um Entrevista Jornalística*. Disponível em: <http://projetonoisnafita.vl1.net2.com.br/site/pdf/beatriz-projeto-cnpq-pibic.pdf>. [Consultado em 05/07/2015].

TAVARES, M. (s/d). *A entrevista clínica*. Disponível em: <http://kratspsique.files.wordpress.com/2012/11/cunhacap5.pdf>. [Consultado em 04/07/2015].

TENNANT, T. (s/d). *Talk Isn't Cheap: A Brief History of the TV Talk Show*. Disponível em: <http://talkshows.about.com/od/morningshows/p/TalkIsntCheap.htm>. [Consultado em 03/07/2015].

TONDATO, M. (2009). *Os gêneros televisivos no cotidiano da recepção de televisão. II Colóquio Binacional Brasil-México de Ciências da Comunicação*. Disponível em: <https://www.espm.br/ConhecaAESPM/Mestrado/Documents/COLOQUIO%20BXM/S4/marcia%20tondato.pdf>. [Consultado em 29/06/2015].

APÊNDICE A – Levantamento dos Convidados do Programa “Alta-Definição”

Observação: O presente levantamento tem um arco temporal compreendido entre 2009 e 2014, referente ao período de estudo do programa no âmbito desta dissertação.

Convidados 2009	Convidados 2010	Convidados 2011	Convidados 2012	Convidados 2013	Convidados 2014
Diana Chaves	Clara de Sousa	Pedro Mourinho	Júlio Magalhães	Ricardo Costa	André Sardet
Carolina Patrocínio	Daniela Ruah	José Raposo	Ana Zanatti	Tony Carreira	Diogo Morgado
São José Correia	Ricardo Pereira	Rouxinol Faduncho	Adelaide Ferreira	Mateus Solano	Miguel Guilherme
Luciana Abreu	Oceana Basílio	Manuela Moura Guedes	Manuel Cavaco	Joana Ribeiro	Fernando Luís
Marco Horácio	Abel Xavier	Joaquim de Almeida	Sara Tavares	Sandra Barata Belo	Berg
António Feio	Roberta Medina	Eunice Muñoz	Fernando Alvim	Rodrigo Guedes de Carvalho	Hernâni Carvalho
Rita Pereira	Diana Piedade e Filipe Pinto	Joana Santos	Eusébio	Paula Neves	Jorge Corrula
João Manzarra	Manuel Moura Santos	José Diogo Quintela	Miguel Sousa Tavares	Alexandre Borges	Rita Ferro
Cristiano Ronaldo	Fátima Lopes (apresent.)	Bárbara Guimarães	Andreia Rodrigues	Assunção Cristas	Henrique Cymerman
Soraia Chaves	Vítor de Sousa	Júlia Pinheiro	Rogério Samora	Sofia Carvalho	Manuel Forjaz
Cláudia Vieira	Simone de Oliveira	João Ricardo	David Fonseca	Luísa Castel-Branco	Diogo Infante
Diogo Morgado	José Pedro Gomes	Ruy de Carvalho	Dalila Carmo	Ana Lourenço	Maria de Medeiros
Carlos Queirós	Sílvia Rizzo	Nucha	Paulo de Carvalho	Carmen Dolores	Otelo Saraiva de Carvalho
José Rodrigues dos Santos	Nélson Évora	João Baião	Helena Laureano	Cauã Reymond	São José Correia
Rui Veloso	Pedro Abrunhosa	Marina Mota	Vítor Norte	Inês Castel-Branco	Adriana Calcanhotto
Fátima Lopes (estilista)	Ana Bola	Jel dos Homens da Luta	Helena Sacadura Cabral	Francisco Menezes	Sofia Ribeiro
José Cid	Rodrigo Hilbert	Paulo Futre	Cristiano Ronaldo	Camané	Manuel Marques
Sérgio Nelson Rosado	Maria João Abreu	Rita Guerra	João Moutinho	Rita Ribeiro	Miguel Veloso
Nuno Gomes	David Luiz	Luís Esparteiro	Lídia Franco	Cristina Homem de Melo	Fernando Soares Gomes da Silva
	Bárbara Paz	Quim Barreiros	Lília Cabral	Luís Represas	Luiz Felipe Scolari
	Taís Araújo	Margarida Carpinteiro	Ricardo Carriço	António V. de Almeida	Raul Meireles
	César Mourão	Joaquim Monchique	Fernando Pereira	Reynaldo Gianecchini	Fábio Coentrão, Ricardo Diniz

					e Luciano Huck
	Flávia Alessandra	Camilo de Oliveira	Tânia Ribas de Oliveira	Pedro Santana Lopes	Ana Carolina
	Carlos Cruz	Nilton	Miguel Ângelo	Sónia Brazão	Ana Marques
	Vanessa Oliveira	Rui Reininho	Júlio César	Sofia Sá da Bandeira	Carlos Cunha
	Maria Vieira	Dânia Neto	Custódia Gallego	Jorge Pina	Benedita Pereira
	José Figueiras	Rui Barros	Lídia Franco	Christiane Torloni	António M. Ribeiro
	Ana Mallhoa	Roberto Leal	Guilherme Filipe	Joana Seixas	Maria do Céu Guerra
	Diana Chaves	Mário Daniel	Maria João Ruela	Marcelo Novaes	
	Virgílio Castelo	Pedro Granger	Francisco P. Balsemão	Toni	
	Lúcia Moniz	Carla Andrino	Helena Sacadura Cabral	Tony Carreira	
	Maria João Bastos	Filipe La Féria	Paulo Gonzo	Quim Barreiros	
	Susana Vieira	Luís Costa Ribas	António Sala	Toy	
	António P. Cerdeira	Daniel Oliveira	Maria Elisa	Eva Wilma	
	Paulo Bento	Zé Pedro	Ana Moura	Daniela Ruah	
	Rita Blanco	Nani	José Gomes Ferreira	César Mourão	
	Jorge Gabriel	Maya	Rui Mendes	Maria João Luís	
	Fernando Mendes	Jorge Palma	Maria Barroso	Margarida Vila-Nova	
	Nicolau Breyner	José Hermano Saraiva	Júlio Isidro	João Perry	
	Maria Rueff	Nuno Markl	Paulo Camacho	Sónia Tavares	
	Pedro B. Mendes	Jerónimo de Sousa		José Sócrates	
	Artur Agostinho	Mariza		Marisa Liz	
		António Costa		Ricardo e Pedro Guedes	
		Luís de Matos		Sérgio Godinho	
				João Manzarra	
				Mariana Monteiro	
				Mário Zambujal	
				Herman José	

Legenda:

- Apresentadores (Humoristas; Cronistas; Jornalistas; Pivot’s)
- Representação (Actores; Autores; Encenadores)
- Música (Músicos; Compositores; Produtores)
- Desporto (Desportistas; Treinadores; Dirigentes)

 – Política