



UNIVERSIDADE  
CATÓLICA  
PORTUGUESA

*GOUCHA E JÚLIA* – UMA RELAÇÃO ENTRE AS  
ESTRATÉGIAS DE ALINHAMENTO E A AUDIMETRIA

Dissertação apresentada à Universidade Católica  
Portuguesa para obtenção do grau de mestre em  
Ciências da Comunicação – Media e Jornalismo

Por

Tiago Alexandre Martins Gonçalves

Faculdade de Ciências Humanas

Setembro de 2022



# UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

## *GOUCHA E JÚLIA* – UMA RELAÇÃO ENTRE AS ESTRATÉGIAS DE ALINHAMENTO E A AUDIMETRIA

Dissertação apresentada à Universidade Católica Portuguesa  
para obtenção do grau de mestre em Ciências da Comunicação –  
Media e Jornalismo

Por

Tiago Alexandre Martins Gonçalves

Faculdade de Ciências Humanas

Sob orientação de Professora Doutora Catarina Duff Burnay

Setembro de 2022



## Resumo

A televisão assume-se como um *medium* com elevada capacidade de agregação, continuando a ser as estações generalistas as que reúnem uma oferta mais diversa, desde conteúdos informativos, educativos e de entretenimento. Não obstante estes últimos serem frequentemente considerados como inferiores dado o seu tom ligeiro, são também os que registam melhores resultados em termos do índice de audiências.

Os *talk shows*, formato de entretenimento por excelência, ocupam um papel de destaque na grelha das estações televisivas generalistas, como a TVI e a SIC, apelando a uma faixa populacional maioritariamente feminina.

O presente estudo permite perceber a relação entre o alinhamento dos programas Goucha (TVI) e Júlia (SIC) e o índice de audiências, situando-se no domínio da célebre batalha pela liderança que se tem verificado ao longo dos anos entre as duas estações privadas.

O enquadramento teórico elucidá-nos acerca da evolução da televisão, das especificidades inerentes aos *talk shows* e do papel do apresentador responsável pela sua condução. O estudo empírico subsequente analisa os diferentes fatores que podem influenciar o sucesso dos *talk shows*.

O estudo mostra-nos que o sucesso de um *talk show* se assume como uma equação multifatorial para a qual pesam diferentes fatores. Nos dez programas estudados, o formato Goucha venceu todas as emissões. As observações efetuadas permitiram-nos concluir que este tipo de formato parece beneficiar de uma certa uniformidade e consistência.

**Palavras-Chave:** *Talk shows*; Programação Televisiva; Alinhamento; Audimetria; Apresentadores.

## **Abstract**

Television is a medium with a high aggregation capacity regarding the public, with the generalist stations continuing to bring together a more diverse offer, from informative, educational and entertainment content. Although the latter are often considered to be inferior given their light tone, they are also the ones with the best results in terms of audience ratings.

Talk shows, one of the most famous entertainment formats, occupy a prominent role in the grid of generalist television stations, such as TVI and SIC, appealing to a mostly female population group.

This study allows to understand the relation between the alignment of the talk shows Goucha (TVI) and Júlia (SIC) and the audience index, being part of the famous battle for the leadership that we have been assisting all over the years between the two private stations.

The theoretical framework elucidates us about the evolution of television, the specificities of the talk shows and the role of the host responsible for its conduct. The subsequent empirical study explores the different factors that can influence the success of the talk shows.

The study shows us that the success of a talk show is a multifactorial equation for which different factors weight. In the ten programs analyzed, the Goucha format won all the emissions. The observations allowed us to conclude that this type of format seems to benefit from a certain uniformity and consistency.

**Keywords:** Talk shows; Television Programming; Alignment; Audience Rating; Hosts.

## Agradecimentos

Este primeiro parágrafo pretende não me deixar nunca esquecer desta jornada. Do sacrifício pessoal que implicou, já que decorreu em paralelo com cinco atividades profissionais distintas – o meu emprego a tempo inteiro na Associação Dignidade, a minha colaboração com a revista Zen Energy, a condução de um podcast em nome pessoal (POD Acontecer), a apresentação do *talk show* “Segundas de Conversa” e uma colaboração com a Farmácia Portela e com a Farmácia Exposul. Muitos foram os momentos em que tudo parecia pesado demais para aguentar, mas algo me dizia que tinha de continuar. Hoje, estou mais perto de perceber o porquê. Hoje, faz-me sentido. Por isso, o meu primeiro agradecimento é dirigido a mim próprio, por não ter desistido e ter sempre continuado a acreditar, mesmo quando o cansaço era extremo e o mais fácil seria parar.

Deixo à minha família um agradecimento especial, em particular à minha Mãe e ao meu Irmão, os principais prejudicados pelas minhas ausências frequentes, mas que sempre compreenderam o propósito subjacente a esta vida que escolhi e me ampararam, sem cobranças.

Agradeço à Adriana Costa, à Inês Tabarra, à Ana Cacheira e à Carina Bastos, com quem desabafei tantas vezes e que me impulsionaram em incontáveis momentos, nunca me deixando desistir de mim próprio. Sempre me ajudaram a acreditar que ia correr bem, mesmo quando tudo à minha volta parecia prever o contrário.

Apresento ainda o meu sincero e profundo agradecimento à Professora Doutora Catarina Duff Burnay, pela sua presença constante, incentivo e orientação assertiva, tendo sempre o comentário certo na altura adequada e indicando-me com prontidão o melhor caminho a seguir. Sublinho ainda a sua simpatia e boa disposição permanentes, que fizeram deste um caminho ainda mais feliz.

Dirijo, por fim, um agradecimento à GfK Portugal e à MediaMonitor pela disponibilização dos dados respeitantes ao índice de audiências, fulcrais para a prossecução dos objetivos a que nos propusemos.

Uma coisa é certa, ainda só estou a “aquecer”. É chegado o momento de darmos início à viagem.

## ÍNDICE

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>14</b>
<b>PARTE I – ENQUADRAMENTO TEÓRICO .....</b>	<b>18</b>
<b>CAPÍTULO 1 – A TELEVISÃO E O ENTRETENIMENTO .....</b>	<b>18</b>
<b>1.1 A Televisão e o Entretenimento – Perspetiva Evolutiva .....</b>	<b>18</b>
1.1.1 Contextualização do Cenário Português .....	21
<b>1.2 Categorias, Géneros e Formatos Televisivos .....</b>	<b>24</b>
1.2.1 O <i>Talk Show</i> enquanto formato de Entretenimento (Características e Especificidades) .....	27
<b>1.3 Estratégias de Programação, Alinhamento e Cenografia dos <i>Talk Shows</i>....</b>	<b>31</b>
1.3.1 Estratégias de Programação .....	33
1.3.1.1 Objetivos da Programação .....	35
1.3.1.2 As Duas Principais Estratégias de Programação .....	36
1.3.1.3 Os Fatores Chave para a Programação e Definição do Alinhamento.....	36
1.3.1.4 As Influências Externas e Internas na Programação .....	39
1.3.2 Estratégias para a Definição do Alinhamento .....	42
1.3.3 Cenografia dos <i>Talk Shows</i> .....	44
1.3.3.1 Técnicas de Encenação Visual .....	45
1.3.3.2 As Variantes Estruturais da <i>mise-en-scène</i> .....	47
<b>1.4 TAM: <i>Television Audience Measurement</i> .....</b>	<b>48</b>
1.4.1 <i>Share</i> de Audiência (shr %) .....	49
1.4.2 <i>Rating</i> de Audiência (rat %) .....	49
<b>CAPÍTULO 2 – APRESENTADORES DE <i>TALK SHOWS</i> .....</b>	<b>50</b>
<b>2.1 Principais Características .....</b>	<b>50</b>
<b>2.2 Dispositivos e Materiais de Apoio .....</b>	<b>54</b>
<b>2.3 Linguagem Corporal .....</b>	<b>57</b>
<b>2.4 Tipos de Questões .....</b>	<b>62</b>
2.4.1 Questões Divergentes e Convergentes .....	65
2.4.2 Questões Abertas ou Informativas .....	66
2.4.3 Questões Fechadas .....	66
<b>PARTE II – ESTUDO EMPÍRICO .....</b>	<b>68</b>
<b>CAPÍTULO 3 – DESENHO METODOLÓGICO .....</b>	<b>68</b>
<b>3.1 Objeto de Estudo e Objetivos da Investigação.....</b>	<b>68</b>

<b>3.2 Pergunta de Partida .....</b>	<b>69</b>
<b>3.3 Métodos e Técnicas de Investigação.....</b>	<b>69</b>
3.3.1 Manual de Codificação ( <i>Codebook</i> ).....	71
<b>3.4 Limitações do Estudo .....</b>	<b>75</b>
<b>CAPÍTULO 4 – ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS .....</b>	<b>76</b>
<b>CONCLUSÃO E PISTAS FUTURAS DE INVESTIGAÇÃO .....</b>	<b>97</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>100</b>
<b>APÊNDICE A .....</b>	<b>105</b>
Análise das emissões do programa Goucha (TVI) .....	105
Análise das emissões do programa Júlia (SIC) .....	135

## Índice de Figuras

<b>Figura 1.</b> Diagrama da interação entre categorias, géneros e formatos televisivos. ....	27
<b>Figura 2.</b> Posicionamento das mãos (palmas das mãos, à esquerda; costas das mãos, ao centro; cúpula do poder, à direita). ....	60
<b>Figura 3.</b> Exemplos de poses de poder.. ....	60
<b>Figura 4.</b> Manuel Luís Goucha (à esquerda) e Júlia Pinheiro (à direita). ....	69
<b>Figura 5.</b> Calendário exemplificativo dos dias de análise dos programas televisivos, Goucha e Júlia. As circunferências a vermelho assinalam os dias úteis cujas emissões foram alvo de análise. ....	70

## Índice de Tabelas

<b>Tabela 1.</b> Posição do apresentador no início da emissão. ....	71
<b>Tabela 2.</b> Classificação das rubricas que compõem o alinhamento do programa. ....	72
<b>Tabela 3.</b> Análise das VTs que compõem o alinhamento do programa. ....	72
<b>Tabela 4.</b> Análise da tipologia de questões colocadas pelo apresentador e respetiva frequência. ....	72
<b>Tabela 5.</b> Análise da duração das diferentes tipologias de questões colocadas pelo apresentador. ....	73
<b>Tabela 6.</b> Análise das telepromoções que integram o alinhamento do programa. ....	73
<b>Tabela 7.</b> Apresentação do alinhamento do programa. ....	73
<b>Tabela 8.</b> Resultados dos programas Goucha e Júlia nos dias 1, 2, 3, 4 e 5 de agosto de 2022, no que diz respeito ao rating – rat (%). ....	76
<b>Tabela 9.</b> Número e duração total (em minutos e segundos) das videotapes que integraram o alinhamento dos programas Goucha e Júlia, por emissão. ....	81
<b>Tabela 10.</b> Número de questões abertas e fechadas colocadas pelos apresentadores do programa Goucha e Júlia em cada dia de emissão. ....	83
<b>Tabela 11.</b> Tempo, em minutos e segundos, ocupado em cada emissão pelos apresentadores dos programas Goucha e Júlia na formulação de questões abertas e fechadas. ....	85
<b>Tabela 12.</b> Tempo, em minutos e segundos, ocupado em cada emissão pelos apresentadores e promotores da telepromoção 1 (Medicare) nos programas Goucha e Júlia. ....	86

<b>Tabela 13.</b> Tempo, em minutos e segundos, ocupado em cada emissão pelos apresentadores e promotores da telepromoção 2 (Suplementos Calcitrin) nos programas Goucha e Júlia. ....	87
<b>Tabela 14.</b> Indicação da presença (assinalada com “Sim”) ou ausência (assinalada com “Não”) de teaser nos programas Goucha e Júlia nas emissões dos dias 1, 2, 3, 4 e 5 de agosto de 2022. ....	96
<b>Tabela 15.</b> Posição do apresentador no início da emissão do dia 1 de agosto de 2022. ....	105
<b>Tabela 16.</b> Classificação das rubricas que compõem o alinhamento do programa Goucha no dia 1 de agosto de 2022. ....	105
<b>Tabela 17.</b> Análise das VTs que compõem o alinhamento do programa Goucha no dia 1 de agosto de 2022. ....	106
<b>Tabela 18.</b> Análise da tipologia de questões colocadas pelo apresentador e respectiva frequência na emissão do dia 1 de agosto de 2022. ....	107
<b>Tabela 19.</b> Análise da duração das diferentes tipologias de questões colocadas pelo apresentador na emissão do dia 1 de agosto de 2022. ....	107
<b>Tabela 20.</b> Análise das telepromoções que integram o alinhamento do programa Goucha no dia 1 de agosto de 2022. ....	107
<b>Tabela 21.</b> Alinhamento do programa Goucha no dia 1 de agosto de 2022. ....	108
<b>Tabela 22.</b> Posição do apresentador no início da emissão do dia 2 de agosto de 2022. ....	111
<b>Tabela 23.</b> Classificação das rubricas que compõem o alinhamento do programa Goucha no dia 2 de agosto de 2022. ....	111
<b>Tabela 24.</b> Análise das VTs que compõem o alinhamento do programa Goucha no dia 2 de agosto de 2022. ....	113
<b>Tabela 25.</b> Análise da tipologia de questões colocadas pelo apresentador e respectiva frequência na emissão do dia 2 de agosto de 2022. ....	113
<b>Tabela 26.</b> Análise da duração das diferentes tipologias de questões colocadas pelo apresentador na emissão do dia 2 de agosto de 2022. ....	114
<b>Tabela 27.</b> Análise das telepromoções que integram o alinhamento do programa Goucha no dia 2 de agosto de 2022. ....	114
<b>Tabela 28.</b> Alinhamento do programa Goucha no dia 2 de agosto de 2022. ....	115
<b>Tabela 29.</b> Posição do apresentador no início da emissão do dia 3 de agosto de 2022. ....	117

<b>Tabela 30.</b> Classificação das rubricas que compõem o alinhamento do programa Goucha no dia 3 de agosto de 2022. ....	117
<b>Tabela 31.</b> Análise das VTs que compõem o alinhamento do programa Goucha no dia 3 de agosto de 2022. ....	118
<b>Tabela 32.</b> Análise da tipologia de questões colocadas pelo apresentador e respectiva frequência na emissão do dia 3 de agosto de 2022. ....	118
<b>Tabela 33.</b> Análise da duração das diferentes tipologias de questões colocadas pelo apresentador na emissão do dia 3 de agosto de 2022. ....	119
<b>Tabela 34.</b> Análise das telepromoções que integram o alinhamento do programa Goucha no dia 3 de agosto de 2022. ....	119
<b>Tabela 35.</b> Alinhamento do programa Goucha no dia 3 de agosto de 2022. ....	120
<b>Tabela 36.</b> Posição do apresentador no início da emissão do dia 4 de agosto de 2022. ....	122
<b>Tabela 37.</b> Classificação das rubricas que compõem o alinhamento do programa Goucha no dia 4 de agosto de 2022. ....	122
<b>Tabela 38.</b> Análise das VTs que compõem o alinhamento do programa Goucha no dia 4 de agosto de 2022. ....	124
<b>Tabela 39.</b> Análise da tipologia de questões colocadas pelo apresentador e respectiva frequência na emissão do dia 4 de agosto de 2022. ....	125
<b>Tabela 40.</b> Análise da duração das diferentes tipologias de questões colocadas pelo apresentador na emissão do dia 4 de agosto de 2022. ....	125
<b>Tabela 41.</b> Análise das telepromoções que integram o alinhamento do programa Goucha no dia 4 de agosto de 2022. ....	125
<b>Tabela 42.</b> Alinhamento do programa Goucha no dia 4 de agosto de 2022. ....	126
<b>Tabela 43.</b> Posição do apresentador no início da emissão do dia 5 de agosto de 2022. ....	128
<b>Tabela 44.</b> Classificação das rubricas que compõem o alinhamento do programa Goucha no dia 5 de agosto de 2022. ....	128
<b>Tabela 45.</b> Análise das VTs que compõem o alinhamento do programa Goucha no dia 5 de agosto de 2022. ....	130
<b>Tabela 46.</b> Análise da tipologia de questões colocadas pelo apresentador e respectiva frequência na emissão do dia 5 de agosto de 2022. ....	130
<b>Tabela 47.</b> Análise da duração das diferentes tipologias de questões colocadas pelo apresentador na emissão do dia 5 de agosto de 2022. ....	131

<b>Tabela 48.</b> Análise das telepromoções que integram o alinhamento do programa Goucha no dia 5 de agosto de 2022. ....	131
<b>Tabela 49.</b> Alinhamento do programa Goucha no dia 5 de agosto de 2022. ....	132
<b>Tabela 50.</b> Posição da apresentadora no início da emissão do dia 1 de agosto de 2022. ....	135
<b>Tabela 51.</b> Classificação das rubricas que compõem o alinhamento do programa Júlia no dia 1 de agosto de 2022. ....	135
<b>Tabela 52.</b> Análise das VTs que compõem o alinhamento do programa Júlia no dia 1 de agosto de 2022. ....	137
<b>Tabela 53.</b> Análise da tipologia de questões colocadas pela apresentadora e respectiva frequência na emissão do dia 1 de agosto de 2022. ....	137
<b>Tabela 54.</b> Análise da duração das diferentes tipologias de questões colocadas pela apresentadora na emissão do dia 1 de agosto de 2022. ....	138
<b>Tabela 55.</b> Análise das telepromoções que integram o alinhamento do programa Júlia no dia 1 de agosto de 2022. ....	138
<b>Tabela 56.</b> Alinhamento do programa Júlia no dia 1 de agosto de 2022. ....	139
<b>Tabela 57.</b> Posição da apresentadora no início da emissão do dia 1 de agosto de 2022. ....	142
<b>Tabela 58.</b> Classificação das rubricas que compõem o alinhamento do programa Júlia no dia 2 de agosto de 2022. ....	142
<b>Tabela 59.</b> Análise da tipologia de questões colocadas pela apresentadora e respectiva frequência na emissão do dia 2 de agosto de 2022. ....	143
<b>Tabela 60.</b> Análise da duração das diferentes tipologias de questões colocadas pela apresentadora na emissão do dia 2 de agosto de 2022. ....	143
<b>Tabela 61.</b> Análise das telepromoções que integram o alinhamento do programa Júlia no dia 2 de agosto de 2022. ....	144
<b>Tabela 62.</b> Alinhamento do programa Júlia no dia 2 de agosto de 2022. ....	144
<b>Tabela 63.</b> Posição da apresentadora no início da emissão do dia 3 de agosto de 2022. ....	147
<b>Tabela 64.</b> Classificação das rubricas que compõem o alinhamento do programa Júlia no dia 3 de agosto de 2022. ....	147
<b>Tabela 65.</b> Análise da tipologia de questões colocadas pela apresentadora e respectiva frequência na emissão do dia 3 de agosto de 2022. ....	148

<b>Tabela 66.</b> Análise da duração das diferentes tipologias de questões colocadas pela apresentadora na emissão do dia 3 de agosto de 2022. ....	149
<b>Tabela 67.</b> Análise das telepromoções que integram o alinhamento do programa Júlia no dia 3 de agosto de 2022. ....	149
<b>Tabela 68.</b> Alinhamento do programa Júlia no dia 3 de agosto de 2022.....	150
<b>Tabela 69.</b> Posição da apresentadora no início da emissão do dia 4 de agosto de 2022. ....	153
<b>Tabela 70.</b> Classificação das rubricas que compõem o alinhamento do programa Júlia no dia 4 de agosto de 2022. ....	153
<b>Tabela 71.</b> Análise da tipologia de questões colocadas pela apresentadora e respectiva frequência na emissão do dia 4 de agosto de 2022. ....	154
<b>Tabela 72.</b> Análise da duração das diferentes tipologias de questões colocadas pela apresentadora na emissão do dia 4 de agosto de 2022. ....	154
<b>Tabela 73.</b> Análise das telepromoções que integram o alinhamento do programa Júlia no dia 4 de agosto de 2022. ....	155
<b>Tabela 74.</b> Alinhamento do programa Júlia no dia 4 de agosto de 2022.....	156
<b>Tabela 75.</b> Posição da apresentadora no início da emissão do dia 5 de agosto de 2022. ....	158
<b>Tabela 76.</b> Classificação das rubricas que compõem o alinhamento do programa Júlia no dia 5 de agosto de 2022. ....	158
<b>Tabela 77.</b> Análise da tipologia de questões colocadas pela apresentadora e respectiva frequência na emissão do dia 5 de agosto de 2022. ....	159
<b>Tabela 78.</b> Análise da duração das diferentes tipologias de questões colocadas pela apresentadora na emissão do dia 5 de agosto de 2022. ....	160
<b>Tabela 79.</b> Análise das telepromoções que integram o alinhamento do programa Júlia no dia 5 de agosto de 2022. ....	160
<b>Tabela 80.</b> Alinhamento do programa Júlia no dia 5 de agosto de 2022.....	161

## Introdução

O mercado audiovisual tem registado transformações significativas nas últimas décadas, ao longo das quais não raras foram as vezes em que se profetizou o fim da televisão, sobretudo em consequência do advento tecnológico conducente ao surgimento de plataformas de *streaming*. Estas apresentam a capacidade de adaptar a sua oferta ao perfil de cada utilizador, o que faz da experiência de consumo uma jornada altamente personalizada. Não obstante este facto, os canais generalistas em sinal aberto continuam a ter uma capacidade agregadora e de captação do público muito interessante, refletindo a bibliografia uma adaptação contínua destes às novas exigências de mercado (Eastman e Ferguson, 2013).

A televisão assume-se como um *medium* que alterou por completo a forma como o ser humano percebe e interage com o mundo, ou não tivesse sido o primeiro a permitir uma transmissão coordenada de som e imagem, despertando um novo potencial de sonho e ambição que convidou o Homem a descondicionar-se e pensar além-fronteiras (Leon, 2013).

A oferta televisiva atual reflete a existência de uma grande diversidade de conteúdos, sejam estes de índole informativa, de entretenimento ou educativos. O entretenimento, em geral, e os *talk shows*, em particular, tendem a ser interpretados como o “parente pobre” da arena mediática televisiva, em virtude do tom ligeiro que tendem a assumir. Contudo, importa sublinhar que estes conteúdos ocupam grande parte da grelha das estações generalistas, sendo responsáveis pela geração de receitas substanciais através da dinamização do bolo publicitário (Sobral, 2012). Tendo em consideração que as estações privadas apresentam um modelo de negócio baseado na obtenção de lucro, consideramos relevante aprofundar o estudo dos *talk shows* na ótica das estratégias utilizadas para captar a atenção do público e, conseqüentemente, promover o sucesso do formato.

A Dissertação mostra-se constituída por quatro capítulos, ao longo dos quais vamos explorando as características, especificidades, estratégias e principais observações registadas em consequência do estudo empírico efetuado aos *talk shows* Goucha (TVI) e Júlia (SIC).

O programa Goucha, emitido pela estação privada TVI, é conduzido pelo reputado apresentador Manuel Luís Goucha. Já o formato Júlia, da responsabilidade da estação privada SIC, é apresentado pela célebre Júlia Pinheiro. Importa ressaltar que ambos os apresentadores são altamente experientes na condução de conteúdos, com mais de três

décadas de carreira televisiva, ao longo das quais apresentaram diferentes formatos, em estações distintas, tanto de natureza pública como privada. Tal facto despertou o nosso interesse no sentido de detalhar o alinhamento de cada um dos formatos, estudar em concreto o papel que o apresentador exerce em cada um dos programas e de que modo é que cada uma das variáveis estudadas pode influenciar o índice de audiências.

No Capítulo 1 – Televisão e Entretenimento, apresentamos uma perspetiva evolutiva da televisão, desde o seu surgimento até aos tempos atuais. A este nível, considerámos pertinente incluir uma secção específica respeitante ao cenário português, dado que o objeto de estudo do trabalho é precisamente a competição entre as estações televisivas privadas TVI e SIC no que ao índice de audiências diz respeito. Ainda neste Capítulo é possível encontrar uma explicação pormenorizada das distinções entre categorias, géneros e formatos televisivos, bem como as características e especificidades inerentes aos *talk shows*, tipologia de programa amplamente abordada na presente investigação. Ainda dentro do Capítulo 1 aprofundamos o estudo dos *talk shows* ao mergulhar nas estratégias de programação, alinhamento e cenografia deste tipo de programas, bem como na forma de medição das audiências em televisão.

O Capítulo 2 – Apresentadores de *Talk Shows* faz uma resenha das principais características atribuídas aos apresentadores de maior sucesso dos formatos estudados, analisando também os dispositivos e materiais de apoio caracteristicamente utilizados em contexto de apresentação. Tendo em consideração que o apresentador se assume como a cara do programa e é responsável pela sua condução, a este é também muitas vezes atribuída a responsabilidade pelo sucesso do *talk show* (Timberg, 2004). Por este motivo, considerámos relevante atentar para alguns pormenores referentes à sua ação, nomeadamente os traços da comunicação não verbal ou linguagem corporal passíveis de condicionar o sucesso do ato comunicacional. A este nível, abordamos o impacto do sorriso, da posição das mãos, da inclinação do troco, do posicionamento das pernas, entre outros. Atentamos ainda para as chamadas “poses de poder”, que segundo Cuddy (2015) se assumem como ferramentas passíveis de influenciar a forma como o apresentador se sente e é percebido pelo público. Neste âmbito, exploramos também o trabalho de Robbins (1993), que nos apresenta o espelhamento ou mimetização da linguagem corporal do interlocutor como forma de estabelecimento de *rappport*, um processo natural promotor de confiança e empatia. Concluimos o Capítulo 2 da Dissertação com a apresentação dos diferentes tipos de questões passíveis de serem colocadas pelos

apresentadores de *talk shows* no exercício das suas funções, dado que grande parte da sua intervenção assenta precisamente neste domínio.

O Capítulo 3 – Desenho Metodológico apresenta o objeto de estudo e objetivos da investigação, bem como a pergunta de partida que serviu de mote à realização da Dissertação. Também neste Capítulo detalhamos a metodologia adotada para a condução da investigação, a qual assume um carácter predominantemente quantitativo, não obstante a análise qualitativa de alguns aspetos. Com efeito, foi conduzida uma análise de conteúdo (técnica de investigação de natureza quantitativa), com um olhar crítico qualitativo para os aspetos que careciam desse tipo de abordagem. O Capítulo 3 inclui ainda o Manual de Codificação, construído de raiz para efeitos de condução do presente estudo, e que se encontra sustentado no trabalho de Quivy e Campenhoudt (1995). Por fim, apresentamos as limitações do estudo empírico realizado.

O Capítulo 4 – Análise e Discussão dos Resultados procura analisar criticamente os resultados recolhidos. Deste modo, exploramos com um olhar crítico as observações efetuadas aquando da análise dos dez programas que compõem a amostra, procurando identificar eventuais relações causais/tendências que nos permitam inferir quanto a possíveis fatores passíveis de condicionar o sucesso dos *talk shows*, em particular dos formatos Goucha e Júlia.

Por uma questão de organização e fluidez de leitura da Dissertação, optámos por colocar a apresentação dos resultados no Apêndice A do trabalho. Deste modo, é possível encontrar nesta secção o Manual de Codificação devidamente preenchido para cada um dos dez programas analisados. Não obstante serem traçadas algumas considerações já a este nível, o comentário crítico mais significativo figura no Capítulo 4 da Dissertação, onde aglutinamos todas as observações efetuadas, devidamente alicerçadas numa comparação crítica, em bibliografia e, sempre que possível, contrapostas com o índice de audiências.

Na Conclusão da Dissertação apresentamos as principais tendências identificadas com base na análise crítica dos resultados, o que abre a porta para possíveis investigações adicionais. Por esse motivo, considerámos pertinente apresentar também algumas perspetivas futuras, as quais poderão dar continuidade ao estudo desenvolvido.

O entretenimento televisivo tem uma elevada capacidade de captação do público, sendo dos conteúdos com maior procura e, por isso, que mais influencia o sucesso audimétrico das estações televisivas generalistas. Os *talk shows*, em particular, ao explorarem a componente de espetáculo e apelarem à emoção, têm feito o público sonhar,

sendo uma ferramenta aspiracional e uma forma de mergulhar nos desafios do mundo com um olhar revigorado (Albronda, et al., 1995).

Os *talk shows* não devem ser vistos como um conteúdo de menor relevância, mas antes como a plataforma através da qual se pode prestar serviço público, despertando consciências, mudando rumos e fazendo o público olhar para si próprio com um sentido de responsabilidade acrescido e, acima de tudo, uma dose adicional de respeito e amor próprio (Winfrey, 2020).

## Parte I – Enquadramento Teórico

### Capítulo 1 – A Televisão e o Entretenimento

A televisão apresenta-se como o *medium* que conseguiu, pela primeira vez e em tempo real, uma articulação harmoniosa entre a transmissão de som e imagem. A oferta televisiva é hoje em dia bastante diversa, seja em canais de sinal aberto – os chamados *free-to-air* – seja nos que preconizam uma subscrição mensal – a denominada televisão por cabo – ou ainda nos canais de transmissão por satélite. Não obstante o índice de audiências dos canais generalistas ter sido negativamente influenciado pelo advento tecnológico e o consequentemente surgimento de plataformas de *streaming*, estes continuam a ter um grande potencial de captação e agregação do público (Eastman e Ferguson, 2013).

O *medium* em epígrafe oferece uma vasta gama de conteúdos, sejam estes informativos, de entretenimento ou ainda de cariz educativo. O entretenimento em particular, cujos custos de produção são caracteristicamente mais avultados quando comparados, por exemplo, com os serviços noticiosos (conteúdo informativo), é muitas vezes considerado menos relevante pelo seu carácter tendencialmente mais ligeiro. Contudo, os programas de entretenimento, nomeadamente os *talk shows*, ocupam uma parte significativa da grelha diária de muitos canais, sobretudo os de índole generalista, influenciando de forma direta o índice de audiências (Sobral, 2012). Por esse motivo, reveste-se de particular importância um estudo pormenorizado deste formato e respetivas estratégias de programação, definição do alinhamento e outros aspetos formais que detalharemos adiante. Abordaremos ainda as formas de cálculo da audimetria mais comumente utilizadas.

#### 1.1 A Televisão e o Entretenimento – Perspetiva Evolutiva

O surgimento da televisão alterou por completo os processos comunicacionais nos quais o ser humano é parte integrante, bem como a forma como este interage e percebe o mundo. Leon (2015) afirma que poucas foram as tecnologias com um potencial equivalente para despertar a imaginação utópica das sociedades.

Ao mergulharmos no estudo da evolução da televisão, somos imediatamente remetidos para um cenário norte-americano, pináculo do nascimento, evolução e

consolidação deste *medium*. Neste contexto, surge um nome incontornável e de menção obrigatória – David Sarnoff – o primeiro a reconhecer o potencial da tecnologia *wireless* enquanto fator promotor de uma transmissão de conteúdos em larga escala a partir de um único ponto geográfico (da qual a televisão fez bom uso aquando do seu surgimento e durante as décadas subsequentes). Foi Sarnoff o responsável por fazer da NBC (atualmente, uma das mais poderosas redes de televisão norte-americana) a maior estação de rádio à escala global e, à época, falar já do surgimento de um novo aparelho capaz de transmitir não apenas o som, mas também imagens, através de ondas eletromagnéticas indetetáveis ao olho humano. Em 1945, já muito próximo do término da II Guerra Mundial, Sarnoff proclamou a televisão como a pequena janela através da qual o Homem poderia não apenas conhecer o mundo que o rodeava, como ir além-fronteiras, destruindo barreiras e contactando com uma realidade até então para si desconhecida. Na verdade, Sarnoff profetizou que a televisão seria a principal fonte de entretenimento, educação e notícias à escala mundial (Leon, 2015). Charaudeau e Ghiglione (2008) chegaram a ir um pouco mais longe, afirmando que a televisão seria responsável por dar voz a grupos marginalizados e investir em todas as falhas que o ser humano, enquanto parte integrante de uma comunidade, não foi capaz de resolver. Esta missão seria assegurada pela sua capacidade de dar visibilidade e palco a grupos, eventos e acontecimentos outrora negligenciados.

A produção de programas para rádio orientou em grande medida aquela que viria a ser a produção televisiva. Existiam, à época (nas décadas de 30 e 40 do século XX), dois grandes modelos de financiamento da rádio e que viriam a ser extrapolados para o contexto televisivo (Leon, 2015):

1. Pagamento de uma taxa de utilização por parte do consumidor;
2. Disponibilização de intervalos publicitários passíveis de ser adquiridos por empresas/organizações/marcas interessadas em divulgar os seus produtos. Neste modelo, as receitas eram asseguradas pela dinamização do bolo publicitário, estratégia que viria a repescada e largamente utilizada pela televisão privada ou comercial.

Independentemente do cenário vigente, constatava-se já na altura um interesse demarcado do público por programas de entretenimento, sendo estes os que registavam um desempenho superior em termos do índice de audiências, o que levava os diretores das estações e os produtores a apostarem cada vez mais neste tipo de conteúdo,

desenvolvendo novos programas que pudessem corresponder às expectativas e desejos expressos pela população (Leon, 2015). Note-se que nos Estados Unidos da América (EUA), a televisão surgiu com um cariz puramente privado (o que conferia total autonomia aos gestores para definirem o alinhamento), ao contrário do que se verificou em Portugal e muitos outros países da Europa, onde o serviço televisivo chegou à população pela mão do Estado (numa época em que vigoravam os regimes ditatoriais), com importantes implicações no que à produção e distribuição de conteúdos dizia respeito (Torres, 2011).

O lançamento do serviço de televisão ocorreu em 1939, em Nova Iorque (EUA) pela mão de três estações televisivas – a NBC, a CBS e a DuMont – que obtiveram o licenciamento necessário para a difusão de conteúdos junto dos (parcos milhares de) agregados familiares com capacidade financeira para adquirirem os primeiros equipamentos destinados ao consumo doméstico (Leon, 2015).

A produção de conteúdos televisivos continuou a ser feita tendo por base os programas que registavam maior sucesso na rádio, sendo que em 1986 um importante nome no ecossistema mediático, Robert Wright (então Presidente da NBC), efetuou uma importante constatação: os programas de entretenimento continuavam a ser os mais procurados, mas a competição já não era feita apenas entre as estações televisivas generalistas. Com o surgimento da televisão por cabo, que atingiu o seu auge em 1990 no panorama norte-americano, entraram novas parcelas na equação e o bolo publicitário que assegurava muitas das produções passou a ser dividido por mais canais, com o consequente aumento da dificuldade em dinamizar os espaços publicitários junto dos anunciantes, dado o aumento da oferta. Foi precisamente nesta altura que se verificou um ponto de viragem na história do *medium* em estudo, entrando-se na era do multicanal. Para fazer face à competição trazida por esta nova conjuntura, os executivos das diferentes estações televisivas optaram por uma estratégia de redução de custos, que contemplou uma aposta em produtoras próprias, o estabelecimento de parcerias que permitissem uma distribuição mais eficiente dos conteúdos e a adoção de uma nova abordagem em termos de programação que os distinguisse dos canais oferecidos pela televisão por cabo (Leon, 2015).

### **1.1.1 Contextualização do Cenário Português**

Em Portugal, o surgimento do serviço de televisão data de 1957, ano em que a Radiotelevisão Portuguesa (RTP) deu início às suas transmissões regulares após diversos ensaios iniciados no ano anterior a partir da Feira Popular de Lisboa. Note-se que neste período vigorava um regime ditatorial, que influenciava de forma bastante pronunciada os conteúdos emitidos, dada a importância da evicção de uma eventual menção a valores democráticos, por forma a controlar a população. A este nível, importa ainda mencionar que a televisão portuguesa nasceu alicerçada num modelo de serviço público, contrariamente ao cenário norte-americano anteriormente apresentado. Na verdade, este último considerava inadequada, abusiva e um atentado à democracia o envolvimento do Estado num órgão de comunicação social (Torres, 2011).

A televisão comercial (ou privada) surgiu em Portugal no início dos anos 90, com o lançamento de um concurso público, em 1991, pelo então Primeiro Ministro do XII Governo Constitucional, Aníbal Cavaco Silva. Este passo abriu portas ao surgimento de dois canais generalistas privados, primeiro a SIC (Sociedade Independente de Comunicação), em 1992 (propriedade do Grupo Impresa), e em 1993 a TVI (Televisão Independente), que viria a ser propriedade do Grupo Media Capital (Lopes, 2012). Atualmente, o mercado televisivo português é constituído por quatro canais generalistas, designadamente (Burnay, et al., 2014):

- RTP1 (canal público)
- RTP2 (canal público)
- SIC (canal comercial ou privado)
- TVI (canal comercial ou privado)

A iniciativa privada alterou por completo a programação televisiva no ecossistema português. Com o surgimento dos canais generalistas privados SIC e TVI passou a verificar-se um enfoque nas preferências dos telespetadores, sendo os conteúdos produzidos cada vez mais nessa ótica. Quando existia apenas o serviço público de televisão, a máxima era “informar, educar, entreter”, tendo a ordem de apresentação destes vocábulos relevância, já que os conteúdos eram produzidos em função da visão dos gestores da estação, negligenciando as preferências do público, e mantendo sempre a premissa do interesse público, ao invés do interesse do público seguido pelos canais privados (Fernandes, 2000). Esta mesma visão é corroborada pelo trabalho de Lopes (2000), que refere que com o surgimento da televisão comercial, os fatores de ordem

financeira e económica ganharam uma expressão mais significativa, onde a disputa pelo índice de audiências fez diminuir os conteúdos de interesse público para surgirem cada vez mais programas alinhados com os gostos do público (note-se que os canais privados encontram na dinamização do seu espaço publicitário a grande fonte de receitas, pelo que é essencial bons resultados em termos destas métricas por forma a atrair os anunciantes). É por esse motivo que os programas de entretenimento ganharam cada vez mais espaço na grelha das estações generalistas, passando inclusivamente a integrar o chamado horário nobre (*prime time*) e retirando espaço aos programas de informação, sobretudo a partir de 2000 (Lopes, 2007). Tendo em consideração que a programação e o alinhamento dos conteúdos televisivos serão amplamente abordados ao longo do presente trabalho académico, importa referir que em televisão são considerados essencialmente quatro grandes períodos horários (Fernandes, 2000):

- *Day time* (entre as 06h00 e as 19h00)
- Acesso ao *prime time* (entre as 19h00 e as 20h00)
- *Prime time* (entre as 20h00 e as 00h00)
- *Late night* (entre as 00h00 e as 06h00)

Note-se que, em termos de dinamização do bolo publicitário, considera-se que o *prime time* compreende o intervalo temporal entre as 20h00 e as 22h00, momento a partir do qual se inicia o *late night*. Contudo, numa perspetiva prática e em virtude da concorrência que se verifica entre as estações televisivas, o *prime time* tende a estender-se até às 00h00, pelo que a classificação de Fernandes (2000) e OBITEL (2014) será a abordagem que adotaremos no âmbito da presente Dissertação.

Uma vez que o objeto de estudo do presente trabalho académico é a competição entre as estações privadas SIC e TVI no que ao índice de audiências diz respeito, considerámos relevante apresentar uma breve resenha histórica da competição entre os três canais generalistas portugueses com maior expressão no mercado – RTP1, SIC e TVI – e respetivos resultados alcançados.

A partir do momento em que o ecossistema televisivo português passou a ser constituído tanto por canais públicos como privados, a RTP1 manteve a liderança durante os primeiros três anos, momento em que a SIC conseguiu vencer pela primeira vez (em 1995). Os resultados obtidos pelo canal privado pareciam dever-se a uma maior proximidade com o espetador, bem como a um acordo com o Grupo Globo (detentor da produtora Globo, responsável pela produção de muitas das telenovelas mais aclamadas)

que permitia à SIC transmitir as suas telenovelas (note-se que este acordo havia sido celebrado previamente entre a RTP1 e o Grupo Globo, mas findo o tempo de vigência não foi renovado) (Lopes, 2000). De acordo com Sobral (2012), a programação da SIC era caracterizada por um elevado número de programas de entretenimento, desde telenovelas, *talk shows* e programas de humor. A partir de 1997, os programas de entretenimento ganharam ainda mais espaço na programação da SIC, com um reforço da aposta em novos *talk shows* e telenovelas (Fernandes, 2000).

Perante a perda de terreno para a SIC, a RTP1 adotou diferentes estratégias para recuperar a liderança ao longo dos anos, ainda que sem sucesso. Segundo Torres (2011), a incapacidade do serviço público de televisão em produzir programas de entretenimento como os canais privados e a ausência de um jornalismo com um caráter mais jovem e próximo do público, foram os grandes entraves ao sucesso e que potenciaram o surgimento de duras críticas ao modelo de gestão da estação. Esta visão é suportada pelo trabalho de Lopes (2009), ao afirmar que a génese da RTP esteve associada ao poder governamental, tornando-a demasiado institucional e, por isso, menos propensa à mudança e à adoção de uma estratégia de proximidade com o telespetador.

No que concerne ao canal generalista privado TVI, os seus primeiros anos de vida foram marcados por uma elevada instabilidade do ponto de vista financeiro e até executivo. Os baixos índices de audiências pareciam dever-se a uma programação demasiado alicerçada nos valores cristãos, os quais não se encontravam em consonância com as preferências do público (Lopes, 2000). O ponto de viragem para o canal surgiu próximo do novo milénio com a contratação de José Eduardo Moniz para Diretor-Geral da estação, em 1998 (Ferreira, et al., 2011). A alteração de conjuntura do espaço mediático a favor da TVI registou-se em 2000 com uma forte campanha de comunicação que culminou com uma mudança abrupta em termos de programação – uma cenografia irreverente, novas cores, a aposta na ficção nacional e o surgimento de novos programas de entretenimento conduzidos por figuras públicas bem conhecidas pela população portuguesa. Também em 2000 estreou o *reality show* – *Big Brother* – que a SIC havia recusado (Cunha e Burnay, 2006).

É particularmente relevante referir que entre 2000 e 2010, a TVI fez uma aposta demarcada no entretenimento, tendo a preponderância destes programas aumentado de 4% para 22,8% na grelha da estação. Durante este período, os excelentes resultados em termos do índice de audiências permitiram à TVI recolher um elevado investimento

publicitário, potenciando a saúde financeira do canal. A TVI começou por liderar em *prime time* em 2001 e conquistou a liderança absoluta em 2005 (Ferreira, et al., 2011).

Já em 2019, a SIC volta a assumir a liderança, numa altura em que aposta em dois conteúdos que já tinham sido a fórmula do sucesso da TVI na primeira década do século XXI: os *reality shows* e as telenovelas, tendo também investido em novos formatos de entretenimento. O motivo pelo qual a TVI desacelerou a estratégia anteriormente adotada parece dever-se à eventual saturação dos formatos, o que deu espaço à SIC para experimentar esta abordagem (Pinheiro, 2021).

A primeira década do novo milénio foi pautada por uma aposta clara no entretenimento no que ao panorama televisivo português diz respeito, onde parece ter-se constado uma ausência de formatos inovadores e uma tendência para a homogeneidade em termos das grelhas dos canais RTP1, SIC e TVI (Sobral, 2012). Esta postura em termos de programação, não obstante a SIC e a TVI serem claramente mais focadas no espetáculo e na componente comercial e a RTP1 no serviço público, parecem contrariar a natureza generalista das três estações (Fernandes, 2000).

Ao longo destes anos de competição entre os canais generalistas, independentemente da posição dos dois privados, a RTP1 tem apresentado uma tendência consistente de permanência no terceiro lugar (Lopes, 2012). Importa mencionar que o aumento da oferta de canais por cabo em Portugal (a partir da segunda década do ano 2000) trouxe alguma complexidade à arena televisiva, já que o número de concorrentes aumentou e, conseqüentemente, o bolo publicitário passou a poder ser dividido por mais *players*, com os inerentes constrangimentos de ordem económica que este cenário implica (Lopes, 2012).

Em termos históricos, tanto a SIC como a TVI continuaram a dar primazia aos formatos de entretenimento, o que levou a uma redução significativa dos conteúdos noticiosos, tendencialmente assumidos pela estação pública. Por esse motivo, surgiu uma nova linha editorial, o *infotainment*, que conjuga a informação e o entretenimento numa tentativa de reavivar a natureza generalista das estações, sobretudo no caso de Queluz de Baixo – TVI (Lopes, 2008).

## **1.2 Categorias, Géneros e Formatos Televisivos**

De acordo com Jost (2009), a arena mediática, em particular a televisiva, é pautada por uma diversidade de géneros e formatos, os quais podem ser dissecados e

consequentemente analisados tendo por base três vetores essenciais: o mundo real, o mundo fictício e o mundo lúdico. Este ângulo de análise encerra em si mesmo um elevado carácter subjetivo e até filosófico, sobretudo no que concerne ao primeiro parâmetro – o mundo real. Esta subjetividade é corroborada por Hartley (1982), quando este afirma que a realidade se assume como uma mera construção humana, dependendo sempre do agente que a observa.

Antes de entrarmos em detalhe na esfera dos programas de entretenimento, consideramos pertinente definir os termos “categorias”, “géneros” e “formatos”, ressaltando-se desde já a diversidade de critérios e classificações existentes no seio da comunidade académica no que concerne a esta matéria. Chamaremos, para o efeito, à colação os postulados de Souza (2015), os quais se revestem de particular interesse e relevância a este nível e cuja classificação adotaremos ao longo do presente trabalho. O autor afirma que, não obstante existirem diferentes classificações à escala global, os programas televisivos podem ser divididos em três categorias essenciais:

- **Entretenimento;**
- **Informação;**
- **Educação.**

Para além das categorias supramencionadas, as quais orientam o telespetador para o conteúdo expectável de cada programa (preparam a expectativa do público), pode ainda ser definida uma quarta categoria, denominada “Especial”, onde podemos incluir programas de cariz infantil, religioso ou respeitantes a minorias étnicas. Por uma questão de organização e tendo em consideração o facto de o presente trabalho académico versar essencialmente acerca de programas da categoria de entretenimento, utilizaremos a classificação tridimensional acima apresentada.

Ao abordarmos o conceito de “género”, começámos por atentar à origem epistemológica do vocábulo, por forma a podermos particularizar e melhor compreender os diferentes géneros televisivos. De acordo com o Médio Dicionário Aurélio, “género” pode ser definido como um “conjunto de espécies que apresentam um certo número de caracteres comuns convencionalmente estabelecidos” (Ferreira, 1980). Deste modo, Souza (2015) refere que um determinado género televisivo reúne programas que podem ser agrupados pelas características em comum que apresentam, partilhando da visão de Foucault (1969), já que considera que a classificação dos programas por género tem por

objetivo trazer ordem ao raciocínio, devendo ter em consideração fatores de ordem cultural subjacentes a cada público. Apresentamos, de seguida, os diferentes géneros, de acordo com as três categorias televisivas anteriormente mencionadas:

- **Géneros da categoria entretenimento:** culinária, desporto, filme, telenovela, musical, *reality show*, *talk show*, concurso, revista, entre outros;
- **Géneros da categoria informação:** debate, documentário, entrevista, telejornal, entre outros;
- **Géneros da categoria educação:** educativo e instrutivo. Tendo em consideração a similaridade entre os dois vocábulos, clarificamos que a diferença entre os dois reside na especificidade a que se dirigem os conteúdos do segundo, isto é, ambos procuram educar, mas no género instrutivo o conteúdo versa especificamente acerca de determinado tema/atividade profissional (ex. telescola).

Para além da classificação em categorias e géneros, Souza (2015) aborda ainda a segmentação dos programas televisivos em formatos. O autor alerta-nos para o facto de tendencialmente existir alguma sobreposição entre os termos “género” e “formato”, apesar de não terem a mesma tradução prática. Para efeitos de elucidação, e fazendo um paralelismo com o ramo da biologia, somos convidados a perceber que na televisão existem géneros e formatos, tal como no reino animal e vegetal existem géneros e espécies. Se na biologia diferentes espécies formam um género e estes, quando agrupados, formam uma classe, na televisão os diferentes formatos constituem um género e os géneros, quando agrupados, formam uma categoria. Em termos teóricos, podemos definir um “formato” como as características globais/gerais de um determinado programa de um ponto de vista de análise interna, isto é, na ótica da produção. Importa assim mencionar que o termo “formato” destina-se sobretudo à orientação das equipas das estações para melhor gestão interina no que concerne à forma e tipo de produção inerente a um formato televisivo, nomeadamente, cenografia, tipo de iluminação, estilo de caracterização – maquilhagem e cabeleireiro – tipologia de convidados (quando aplicável) e tipologia de audiência (quando aplicável). Este termo não se destina, portanto, à compreensão por parte do público em geral. Assumem-se como exemplos de formatos, a telenovela, o *talk show*, os concursos de talentos, entre outros.

Para melhor compreendermos a classificação proposta pelo autor, atentemos para a seguinte figura:

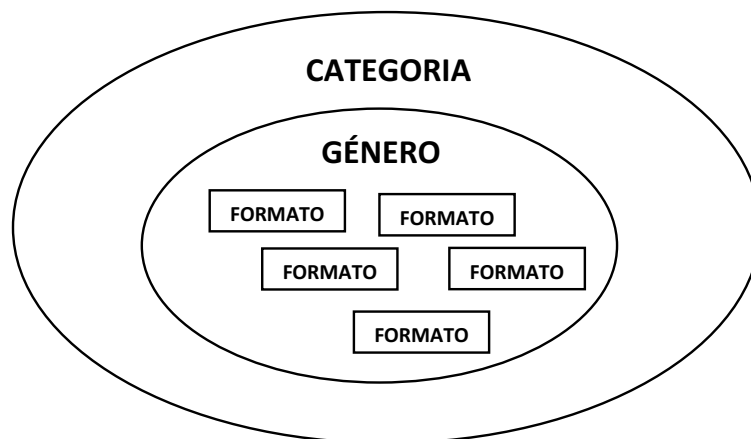


Figura 1. Diagrama da interação entre categorias, gêneros e formatos televisivos. Fonte: Souza (2015).

Apesar da classificação apresentada, Souza (2015) alerta-nos para o facto de o ecossistema mediático se encontrar em constante mutação, o que conduz ao fenómeno de hibridização, com conseqüente fusão de formatos outrora distintos, o que torna a análise e classificação de cada um dos programas ainda mais desafiante, visão essa também partilhada por Esser (2013), que acrescenta que este aumento de complexidade traz constrangimentos acrescidos, tanto na ótica da produção, como dos fenómenos de receção (que dizem respeito ao telespetador).

### 1.2.1 O *Talk Show* enquanto formato de Entretenimento (Características e Especificidades)

Tendo em consideração o âmbito da presente Dissertação, consideramos relevante analisar de forma mais pormenorizada a origem e características dos *talk shows*, ou *fresh talks*, os quais são caracteristicamente emitidos em formato de blocos de assuntos, onde a informalidade, as emoções e os afetos se assumem como estratégias centrais para criar proximidade com o telespetador (Albronda, et al., 1995).

Os *talk shows* surgiram nos EUA no século XX e, tal como os jornais diários impressos em papel, eram vistos como um formato leve, dispensável e com pouco valor, o que justificava o parco investimento que as estações televisivas efetuavam à época na sua produção, inclusivamente os grupos mediáticos norte-americanos conhecidos pelos avultados investimentos que faziam (e continuam a fazer). Verificou-se, porém, uma alteração de conjuntura no início dos anos 90 do século XX, quando começaram a surgir

obras que refletiam a importância deste tipo de programas, nomeadamente a nível político (com a presença inédita de candidatos à Presidência dos EUA a surgirem no formato em apreço), bem como trabalhos académicos que versavam acerca do papel fulcral dos apresentadores de *talk shows* e a similitude de funções que se verificava entre estes e os jornalistas ditos tradicionais (Timberg, 2002).

Os *talk shows* regem-se por um conjunto de regras e princípios que os distinguem dos demais formatos televisivos. Em primeira instância, há que perceber que estes evoluíram a partir da rádio, mas não se encontram estabelecidos desde o surgimento da televisão, o que nos remete para outra importante distinção – entre conversas em televisão e *talk shows*. As conversas em televisão, termo por si só com uma abrangência muito mais lata do que os *talk shows*, dizem respeito a todos os momentos de conversa, muitas vezes sem qualquer guião pré-estabelecido, porém altamente planeadas e alicerçadas na intervenção de um anunciante, de um apresentador ou de uma equipa de apresentadores. As conversas em televisão abrangem, por isso, todo e qualquer período de emissão que envolva momentos de comunicação verbal, pelo que contemplam formatos como concursos de culinária, entrevistas a políticos, telejornais e até mesmo o jornalismo de investigação. Já os *talk shows*, por seu turno, são inteiramente desenhados e construídos em torno do ato de conversação em si, sendo este o elemento central (Timberg, 2002). Em Portugal, os *talk shows* transitaram da rádio e entraram na televisão através do serviço público, ainda que com um carácter mais tímido em comparação com o panorama norte-americano (Brandão e Burnay, 2019).

Os *talk shows* são caracteristicamente conduzidos por um apresentador (ou uma equipa de apresentadores), o qual é responsável por definir o tom e a direção de cada emissão. Contudo, consideramos relevante sublinhar que nos casos de maior sucesso deste tipo de formato, o apresentador não se assume apenas como o elemento central (a chamada “estrela”) do programa; por norma, este exerce uma influência significativa na definição do alinhamento de cada emissão, na aprovação final dos guiões de cada conversa e até mesmo na liderança dos diferentes elementos que compõem a equipa de produção. Deste modo, do ponto de vista organizacional, o apresentador assume frequentemente o papel de diretor do programa e do ponto de vista de comunicação e marketing (aspetos mais facilmente percebidos pelo espetador), o apresentador é a cara e a marca do programa em si, sendo responsável pela venda do mesmo e, consequentemente, pelo sucesso registado (ou ausência dele). Timberg (2004) chega mesmo a afirmar que o apresentador é a componente insubstituível de um *talk show*, já

que o programa pode eventualmente continuar mesmo que se verifique a sua saída, porém passará a ser inevitavelmente diferente, já que estes formatos vivem dos atributos das personalidades mediáticas responsáveis pela sua condução e que o público lhes reconhece de forma inequívoca.

Os *talk shows* gozam ainda de outra característica essencial e altamente diferenciadora – a utilização permanente do tempo presente em todos os momentos de interação, seja com os convidados, seja com os telespetadores. Este aspeto apresenta-se como o denominador comum de todos os *talk shows*, seja em emissões em direto, em programas gravados ou emitidos novamente, criando-se sempre a ilusão de o telespetador estar a contactar com o mundo tal como ele é no momento em que o conteúdo se encontra a ser transmitido (Timberg, 2002).

Para além dos pontos já mencionados, nos programas do tipo *talk show* existe um aspeto adicional que não pode ser negligenciado – a relação de quase intimidade entre o apresentador e a sua audiência (Tolson, 2014). Apesar de o primeiro (emissor) se encontrar envolvido num processo comunicacional que contempla um interlocutor coletivo, a natureza da partilha e a própria atmosfera construída para programas desta natureza é de tal forma intensa, que ambas as partes tendem a sentir-se próximos, como se estivessem a percorrer um caminho em conjunto, o que pode explicar a proximidade muitas vezes sentida e expressa pelos cidadãos quando encontram os seus ídolos televisivos (Timberg, 2004).

Importa ainda mencionar que com a evolução dos *talk shows* e a crescente adesão da população aos mesmos, estes passaram a ser vistos como importantes fontes de receita, sobretudo no que concerne à capitalização do bolo publicitário através da atração de novos anunciantes. Também a este nível o apresentador exerce um papel determinante, já que o formato vive da sua imagem e credibilidade e também as marcas têm este fator em linha de conta ao selecionarem determinado programa para promoverem o seu produto. Este aspeto consegue justificar o investimento financeiro que as estações televisivas tendem a fazer nos seus apresentadores, assegurando-lhes vencimentos substanciais. A título de exemplo, já no início dos anos 2000, a fortuna de Oprah Winfrey, uma reputada apresentadora norte-americana e cuja principal atividade profissional era a condução de um *talk show* em nome próprio, estava avaliada em 900 milhões de dólares (Timberg, 2002).

No que diz respeito à classificação dos *talk shows*, Timberg (2004) agrupa-os em três categorias essenciais, designadamente:

- **Late-night Talk Shows:** neste tipo de *talk show*, o apresentador senta-se caracteristicamente à conversa com um convidado, existindo outros interlocutores com menor relevância para a emissão em apreço posicionados próximos da ação principal. A popularidade dos *late-night talk shows* começou a crescer com o surgimento dos formatos norte-americanos “*Broadway Open House*” e “*The Tonight Show*”. Em Portugal, as estações televisivas parecem não apostar neste tipo de oferta audiovisual com a exceção da RTP1, onde encontramos vários exemplos: “Cá por Casa”, apresentado por Herman José, “Depois Vai-se a ver e Nada”, apresentado por José Pedro Vasconcelos” e “5 Para a Meia Noite”, apresentado por Miguel Rocha;
- **Talk Shows emitidos em período diurno (ou *day time*) com presença de público/auditório:** este tipo de *talk show* passou a evidenciar o público (presente em estúdio) de forma explícita, colocando-o muito próximo da ação principal e dando-lhe a possibilidade de participar pontualmente, interagindo com o apresentador e/ou convidados. Em muitos casos, o público presente em estúdio surge de forma quase permanente, fazendo parte da cenografia. Assume-se como ponto digno de menção o facto de o alinhamento destes programas ser construído para apelar sobretudo a uma audiência feminina e caracteristicamente com a função de doméstica/dona de casa, dado ser a população que tendencialmente consome conteúdos televisivos neste período do dia. Em Portugal, são exemplo deste tipo de *talk show* os programas “Goucha”, apresentado por Manuel Luís Goucha, “Júlia”, apresentado por Júlia Pinheiro ou “A Nossa Tarde”, apresentado por Tânia Ribas de Oliveira;
- **Talk Shows noticiosos matinais:** o surgimento deste tipo de *talk show* assumiu um carácter algo tímido, tendo em conta o receio das estações televisivas em apostar em conteúdos que aliassem a informação ao entretenimento. A força motriz para o seu aparecimento, generalizado hoje em dia e amplamente utilizado em todo o mundo, foi a variedade de programas desta natureza existentes na rádio e com elevada aceitação. Retomando o trabalho de Souza (2015), este tipo de *talk show* constitui um excelente exemplo da hibridização de formatos e até de categorias. Repare-se que estão aqui presentes duas categorias – entretenimento e informação – e dois possíveis géneros – telejornal e *talk show*. Por esse motivo, considera-se

atualmente a existência de programas de infoentretenimento (o chamado *infotainment*), como forma de explicar fenómenos como este, que espelham o dinamismo da arena mediática. Conforme mencionado previamente, o surgimento destes programas em Portugal, do qual o Esta Manhã (TVI) é exemplo, reflete a aposta clara das estações generalistas no entretenimento, ao mesmo tempo que procuram resgatar os conteúdos informativos característicos da sua natureza constitutiva (Lopes, 2008).

### **1.3 Estratégias de Programação, Alinhamento e Cenografia dos *Talk Shows***

O advento da era digital trouxe sérios desafios aos profissionais responsáveis pela construção do alinhamento de cada programa e definição das consequentes estratégias de programação em televisão. Com o surgimento de novas plataformas (nomeadamente de *streaming*) e a capacidade de estas sugerirem conteúdo especificamente direcionado ao perfil de cada consumidor, tem-se verificado uma migração destes da televisão tradicional para outras plataformas de carácter predominantemente digital (sobretudo quando focamos a nossa análise nas faixas etárias mais jovens). Se, por um lado, as estações televisivas (em particular as generalistas, como é o caso da TVI e da SIC) têm o dever de manter o seu carácter generalista, por outro, não podem esquecer imposições de ordem financeira, uma vez que em última análise são negócios cujo modelo deve prever a geração de lucro, o que pode condicionar a programação e a definição do alinhamento (Aslama et al., 2011).

No caso particular dos *talk shows*, sobretudo no que concerne aos emitidos em período diurno com presença de público, Luko (2013) afirma que se tem verificado uma alteração de posicionamento ao longo dos anos, com uma tendência cada vez menor para a participação da plateia (seja ela de carácter pontual, esporádico ou residente). Segundo o autor, a sua função tende a cingir-se a aplaudir quando solicitado ou a responder a eventuais questões colocadas pelo apresentador, ao invés do que se verificava no passado, onde o público residente tinha um papel muito mais ativo ao longo da emissão, participando em diversos momentos, muitas vezes com a partilha da sua própria posição acerca das mais diversas temáticas. Podem ser apontados dois motivos principais para a alteração de conjuntura em apreço:

1. Um certo ceticismo por parte dos apresentadores no que diz respeito ao envolvimento do público, o que nos remete para uma corrente de pensamento

antiga e com um carácter pouco inclusivo, que afirmava que apenas às elites era dado o privilégio de fazer televisão;

2. Ausência de critérios para a seleção das pessoas que integram o público de cada programa, motivo pelo qual a sua presença é considerada como fazendo parte do *décor*, sendo mais um elemento da cenografia assegurado mediante uma contrapartida financeira.

Ainda sobre a construção do alinhamento dos *talk shows*, Luko (2013) alerta para os condicionalismos de ordem financeira impostos pelas estações. Independentemente do interesse do grande público e até da visão do apresentador e da equipa de produção, determinados conteúdos publicitários deverão ser emitidos em virtude de particularidades de ordem económica subjacentes. Esta visão pode ser complementada com os postulados de Habermas (1991), que alerta para o facto de ter sido criado um espaço público fictício, onde o apresentador parece falar em nome da opinião pública, mas na verdade fá-lo em nome dos interesses económicos dos proprietários das estações televisivas.

Por forma a clarificar eventuais sobreposições de termos, chamamos à colação o trabalho de Livingstone (2005), que nos apresenta a definição e principais diferenças entre os termos “público” e audiência”, o que nos pareceu relevante tendo em consideração a utilização frequente dos mesmos ao longo da presente Dissertação, bem como pelo facto deste interlocutor coletivo integrar a cenografia dos *talk shows*. Segundo a autora, num mundo altamente mediado como aquele em que vivemos, públicos e audiências, tal como comunidades e nações, são compostas pelas mesmas pessoas, diferindo apenas o papel que estas desempenham. Quando nos referimos ao termo “audiência”, este remete-nos de imediato para uma população ou segmento populacional passivo, trivial e integrante de uma esfera mais privada; já o “público” apela a um envolvimento cívico e político mais significativo, sendo considerado mais relevante, ativo e valioso. Apesar desta distinção, a própria autora considera que a definição destes conceitos tem sido cada vez mais desafiante ao longo dos tempos, tendo em consideração a rápida evolução que se tem constatado nos media, bem como a volatilidade nas formas de pensar e comunicar associadas ao ser humano. A este nível, e aumentando ainda mais a complexidade deste ecossistema, Abrantes e Dayan (2006) afirmam que quando falamos de receção de produtos televisivos, entramos na arena das diferentes entidades coletivas – *personae fictae* – o que nos remete para a existência de diferentes tipos de públicos e audiências, cuja atenção e forma de interpretar os conteúdos pode variar de forma substancial. Já

Esquenazi (2006) afirma que estudar públicos e audiências é uma tarefa amiúde complexa, dada a heterogeneidade da amostra, a par da parafernália de enquadramentos sociais, económicos, culturais e simbólicos que as caracterizam. Pese embora o facto de não nos focarmos especificamente na distinção entre “públicos” e “audiências”, consideramos pertinente manter em mente os trabalhos supramencionados por forma a orientar o nosso raciocínio e melhor podermos interpretar cada um dos postulados teóricos apresentados.

Segundo Mehl (2005), a evolução da televisão e dos seus conteúdos, em particular o surgimento de uma audiência visível (audiência em virtude da sua parca participação) indica um fenómeno que vai muito para além daquilo que os responsáveis pela programação e diretores das estações televisivas previam. Estes escolhem atores que representam a evolução da sociedade para terem parte mais ou menos ativa nos seus programas, sociedade essa constituída pela audiência, o que espelha bem a interdependência e a influência bidirecional que os media e o público/audiência exercem um no outro.

### **1.3.1 Estratégias de Programação**

A programação em televisão apresenta a sua inspiração e fundamentos na programação em rádio, sendo responsável por definir a identidade da estação, criando uma marca junto do público (Fernandes, 2000). Com o surgimento da televisão e a difusão dos seus conteúdos no início dos anos 40 do século XX nos EUA, muitos foram os programas que migraram diretamente da rádio para a televisão, sem grande necessidade de adaptação (Perebinossoff, et al., 2005). De acordo com Williams e Williams (1990), a programação pode ser definida como a tarefa que permite a criação de uma sequência lógica de programas, a qual dá origem a uma grelha bem definida e que oferece ao telespetador a possibilidade de seguir um fluxo coerente ao longo do dia. Casetti e Chio (1990) acrescentam, indicando que a programação é o conjunto de operações que torna possível o encontro entre o emissor (neste caso, a estação televisiva) e o recetor (público/audiência) ao tornar claro o papel que cada um desempenha.

Não obstante os fundamentos serem os mesmos, a programação em televisão suportada financeiramente pelos anunciantes não registou a mesma recetividade por parte das marcas, quando comparada com a programação em rádio, sobretudo devido aos custos avultados inerentes ao primeiro *medium*. Este foi o mote para o início dos patrocínios

partilhados, isto é, duas ou mais marcas passaram a marcar presença nos programas, divulgando os seus produtos e cobrindo assim os custos de produção. Os programas de entretenimento, em particular os concursos, tiveram um papel preponderante a este nível, tendo em conta as audiências elevadas e o consequente impacto que tinham ao conseguirem esgotar os produtos anunciados, como aconteceu com a reputada marca Revlon (Perebinossoff, et al., 2005).

Apesar dos excelentes resultados obtidos pelos programas supramencionados, foi um escândalo associado aos mesmos que esteve na origem da programação profissional em televisão – o facto de ter vindo a público o alegado conhecimento das respostas às questões colocadas aos concorrentes que participavam em concursos televisivos, bem como o treino que estes recebiam para conseguirem aparentar suspense em frente às câmaras, apesar de já conhecerem todo o alinhamento previsto. Com a quebra de confiança sentida pelo público em relação às estações televisivas, os gestores tomaram a decisão de criar departamentos específicos e contratar profissionais responsáveis pela definição das estratégias de programação e, consequentemente, pelo alinhamento dos programas. Ao programador passou a ser pedida a dura tarefa de seleccionar conteúdos para cada intervalo horário ajustados às necessidades do público e aos imperativos financeiros da estação (Perebinossoff, et al., 2005).

O período compreendido entre 1970 e 1990 foi bastante positivo para os responsáveis pela programação das estações televisivas norte-americanas em virtude do processo de globalização (Timon, 2015). Com um mercado externo amplo e disponível para a aquisição e distribuição dos conteúdos, os orçamentos das estações dilataram substancialmente, trazendo um novo fôlego e permitindo investir em formatos inovadores (Perebinossoff, et al., 2005).

Quando falamos de programação em televisão, há que atentar para o primeiro passo – a produção de conteúdos, onde os formatos de entretenimento são tendencialmente muito mais dispendiosos do que os conteúdos noticiosos, por exemplo. A este nível, note-se que não basta existir uma boa ideia, sendo necessária a estruturação adequada para a executar e, acima de tudo, a venda do formato aos anunciantes com capacidade financeira necessária para o alavancar (Timon, 2015). Perante o exposto, torna-se fácil perceber que poucos são os grupos de media com capacidade financeira para arriscar e esperar o tempo suficiente para que eventuais ideias disruptivas funcionem. Assim, do ponto de vista executivo, opta-se muitas vezes pela chamada “integração vertical”, onde tanto a produção com a distribuição são feitas “dentro de casa”, isto é, pelo mesmo grupo de

media, já que a produtora pertence ao próprio grupo. Outro dos ângulos que os executivos tendem a adotar contempla a criação de acordos coletivos que preveem a venda conjunta de mais do que um programa, com o intuito de pelo menos um deles alcançar um êxito tal que compense (economicamente) os restantes e o investimento efetuado.

### 1.3.1.1 Objetivos da Programação

Segundo Perebinossoff, et al. (2005), sempre que há lugar ao desenvolvimento de um novo programa, deve verificar-se uma definição clara dos objetivos estabelecidos para o mesmo (sobretudo quando falamos de formatos cujo investimento é substancial, como é o caso dos programas de entretenimento, dos quais os *talk shows* são um exemplo). Os principais objetivos a ter em consideração no caso dos canais generalistas privados são (Contreras e Palacio, 2001):

- **Audiência o mais abrangente possível:** tendo em consideração que a televisão se assume como um meio de comunicação de massas, quanto maior for a audiência potencial de determinado programa, maior a probabilidade de sucesso. Fernandes (2000) afirma mesmo que o sucesso económico de uma estação generalista se encontra altamente dependente desta capacidade apelativa junto das massas;
- **Capacidade de criar burburinho:** com o número de programas disponíveis, em particular de formatos de entretenimento, é essencial que um produto consiga, por si só, gerar alvoroço suficiente para ser falado junto das massas e, assim, atrair as audiências. Um produto televisivo que seja capaz de “fazer barulho”, é um excelente prenúncio de sucesso. Muitas vezes, este objetivo é conseguido por via da contratação de uma celebridade de reconhecido impacto e credibilidade e uma estratégia concertada de comunicação;
- **Prestígio e premiação:** este é um dos objetivos para o qual os executivos olham com mais atenção, tendo em consideração o potencial de acréscimo de reputação (ou vice-versa) que acarreta. No caso dos formatos de entretenimento, muitas são as estações que investem quantias avultadas para garantirem a possibilidade de serem consideradas para um prémio nacional ou internacional, dado que isso as alavancará em termos de prestígio e eventual retorno financeiro por via do investimento publicitário. Note-se que alguns programas são mantidos em antena

apesar do seu fraco desempenho na ótica do índice de audiências se forem alvo de premiação significativa.

### 1.3.1.2 As Duas Principais Estratégias de Programação

Existem essencialmente duas formas de programação em televisão, sobretudo quando falamos de programas de entretenimento e, em particular, de *talk shows* (Arrieta, 2011):

- **Domínio em relação ao formato:** a essência do sucesso reside no conceito do programa, sendo o apresentador selecionado em função das exigências do formato. Estes programas são colocados em antena em função do conceito, e não de quem o conduz;
- **Domínio em relação à “estrela” ou apresentador:** a essência do programa concentra-se na personalidade mediática responsável pela sua condução, sendo esta a tipologia com mais exemplos de sucesso. Deste modo, todo o formato é desenhado e ajustado para se encaixar nas exigências do apresentador. A entrada destes programas na grelha está alicerçada na credibilidade e respeito que o público reconhece à personalidade em apreço. Note-se que os dois programas em estudo, Goucha (TVI) e Júlia (SIC) encaixam nesta tipologia, ou não fosse a nomenclatura de ambos o próprio nome da figura pública responsável pela sua condução, apelando à credibilidade e reputação que a população portuguesa lhes reconhece.

### 1.3.1.3 Os Fatores Chave para a Programação e Definição do Alinhamento

Antes de apresentarmos os fatores chave para a programação, chamamos à coação a Teoria dos Usos e Gratificações (Blumler e Katz, 1974), que nos explica que o público seleciona determinado programa em função da visão que tem do mundo, das suas necessidades individuais e dos eventuais benefícios decorrentes de assistir ao formato em apreço. Por outras palavras, a seleção de conteúdos tem por base o uso que o telespetador fará do mesmo e as gratificações que obterá. Por este motivo, os programadores devem ter em conta as necessidades individuais e coletivas do seu público e contruir a grelha alicerçada neste encontro de expectativas. Os trabalhos de Perebinossoff, et al. (2005) e Arrieta (2011) indicam-nos que, não obstante ser virtualmente impossível dar resposta a

todas as exigências, bem como prever o sucesso de um novo formato, existem certos elementos que potenciam a adesão do público:

- **Existência de conflito/tensão:** muitos são os estudiosos que apresentam este como o principal fator de sucesso. A colisão entre pontos de vista/crenças é essencial para captar a atenção dos telespetadores. O autor chama à atenção para o caso particular dos *talk shows*, onde muitas vezes são convidados intervenientes com ideologias opostas, as quais são confrontadas em direto, com grande sucesso do ponto de vista do índice de audiências;
- **Durabilidade:** pode apontar-se este como sendo um dos principais fatores conducentes ao sucesso de determinado formato, dado que um programa pensado para estar em antena por longos períodos de tempo não pode ser alicerçado numa ideia volátil. Os programadores devem prestar especial atenção a este ponto, dado que é seu dever garantir que o conceito pensado para o programa tem o potencial de manter o interesse dos espetadores semana após semana, muitas vezes ao longo de anos. Tome-se como exemplo o *talk show* apresentado por Oprah Winfrey, intitulado Oprah (mais um exemplo de um programa que vive da credibilidade reconhecida à apresentadora), em antena durante mais de vinte e cinco anos e sempre líder de audiências (Timberg, 2004);
- **Empatia com o apresentador:** uma das características do ser humano é o facto de se ligar mais facilmente às pessoas com quem estabelece empatia, sentindo mais confiança na presença das mesmas ou a assistir a conteúdos conduzidos por estas. Note-se que o apresentador se torna uma presença assídua, ainda que por meios digitais, na casa dos telespetadores, pelo que este fator é fulcral, verificando-se o mesmo com os convidados selecionados para cada programa (fator menos relevante e mais fácil de ser diluído com o tempo). A este nível, há que ressaltar o efeito negativo da sobre exposição que algumas figuras públicas sofrem, o que leva à perda de parte do seu carisma, credibilidade e interesse, aspetos estes a ter em consideração sobretudo por parte das celebridades envolvidas e dos seus representantes/agentes (Aslama, 2006);
- **Consistência:** a consistência em termos do conteúdo é essencial para fidelizar o telespetador e criar uma rotina na sua vida, fazendo-o sentir o desejo de assistir ao próximo programa. É essencial que os programadores (ou eventualmente o apresentador) consigam criar um alinhamento de tal forma consistente que o

espetador já esteja à espera de determinado nível de conteúdo, sem o conseguir prever em concreto, ou seja, tornar o programa expectável, mas não rotineiro;

- **Energia:** este é o fator chave, que confere ritmo e entusiasmo a determinado formato. Note-se que um programa não tem de ser frenético ou sequer envolver grandes movimentos por parte dos atores – apresentador e convidados – para preencher este requisito. A energia pode estar presente num *close-up*, num toque, num sorriso, num encontro apaixonado entre dois intervenientes, num levantar de sobrelance ou na simples aproximação em relação a um convidado, entre outros exemplos;
- **Equipa de produção profissional:** muito dificilmente um programa será bem-sucedido sem uma boa equipa de guionistas/escritores, bem como assistentes, realizadores e operadores de câmara profissionais;
- **Atualidade:** um programa tem de refletir o estado do mundo, da sociedade e a forma de pensar dos indivíduos que a compõem. Caso contrário, se estiver já ultrapassado em termos de conceção e alinhamento, não despertará a atenção do público;
- **Atenção às tendências:** em consonância com o ponto anterior, é essencial que o programa reflita as tendências atuais da sociedade, por forma a despertar o seu interesse. Esta atenção às tendências esconde outro fator essencial: a capacidade de os produtores perceberem quando determinada tendência identificada como tal deixou de o ser, pelo que o alinhamento deve subtilmente transitar para uma abordagem mais contemporânea;
- **Orçamento adequado:** não obstante existirem condicionalismos de ordem financeira, é fulcral que os executivos garantam um orçamento ajustado às ambições que têm para cada formato, sob pena de a qualidade ser afetada e, conseqüentemente, o sucesso do programa também;
- **Potencial de ser vendido:** no meio televisivo, uma ideia que não vende, não é uma boa ideia, motivo pelo qual os programas (sobretudo os de entretenimento) devem ser pensados numa ótica de venda a terceiros e até eventual exportação, dado o potencial aumento dos lucros da estação. Este ponto pode ser particularmente delicado no caso dos *talk shows*, dado que muitos vivem do carisma da personalidade mediática (e podem ser facilmente mimetizados sem a

necessidade de serem comprados), mas no caso dos concursos ou dos *reality shows* este é um aspeto basilar;

- **Inovação:** não existe *feedback* mais negativo para um estação do que receber a crítica de que os espetadores sentem que já viram conteúdo como aquele inúmeras vezes. A cada novo programa deve ser exigido um toque de inovação e frescura, despertando a curiosidade da audiência. Fernandes (2000) acrescenta ainda que este é o elemento mais importante para seduzir as massas e promover a sua fidelização à estação televisiva.

#### 1.3.1.4 As Influências Externas e Internas na Programação

Quando falamos de programação em televisão, devemos manter em mente o facto deste não ser um ecossistema fechado, encontrando-se por isso sujeito a diversas influências, tanto de cariz externo (indivíduos ou organizações que não participam diretamente na produção e distribuição dos conteúdos, mas cujo posicionamento social/poder são passíveis de influenciar as dinâmicas de programação) como interno (indivíduos e/ou departamentos dentro da própria estação com capacidade e autoridade para exercer pressão e, assim, influenciar os processos de produção e distribuição de conteúdos) (Nazareth, 2016).

As influências de natureza externa exercem um impacto significativo ao nível da programação, sobretudo no caso das estações televisivas privadas, cuja operação depende em larga escala do financiamento obtido a partir da dinamização do bolo publicitário, bem como pelo facto de a sua atividade se encontrar alicerçada na obtenção de licenças concedidas por entidades externas (Fernandes, 2000). São exemplo deste tipo de influências (Perebinossoff, et al., 2005):

- **Visão do grupo de media:** apesar desta força apresentar uma natureza híbrida, dado poder ser considerada por alguns estudiosos como sendo de âmbito interno, o que é facto é que a visão do grupo de media responsável pela promoção e distribuição do programa influencia a atividade dos programadores (interpretados como elementos externos por não terem funções executivas), podendo mesmo levar ao cancelamento do mesmo. Para além disso, é também esta parcela da equação a responsável pela aprovação dos orçamentos atribuídos a cada formato, impactando todas as operações que ocorrem a montante (Arrieta, 2011);

- **Anunciantes:** esta é sem dúvida a maior influência externa, dado que um programa que não consegue atrair ou manter os anunciantes dificilmente será bem-sucedido, uma vez que são estes que tipicamente o suportam de um ponto de vista financeiro (Torres, 2011). Por este motivo, a relação com os anunciantes e os seus produtos é de primordial relevância. Note-se ainda que esta influência é de tal forma poderosa que muitos anunciantes têm a capacidade de influenciar o alinhamento dos programas (Contreras e Palacio, 2001);
- **Tempo de resposta por parte dos anunciantes:** intimamente relacionado com o ponto anterior, este aspeto versa especificamente acerca do facto de a maior parte dos programadores preferir idealizar a executar os passos iniciais de produção de um novo programa sem incluir os anunciantes. Contudo, muitos executivos optam por solicitar à sua força de vendas que apresente a ideia a pelo menos um grande anunciante por forma a validá-la, diminuir o tempo de resposta e, conseqüentemente, obter financiamento em caso de aval positivo por parte da empresa/marca;
- **Organizações e Entidades da Sociedade Civil:** estas podem assumir uma constituição jurídica diversa, mas comungam do facto de através da partilha da sua visão em relação aos diferentes programas poderem influenciar a opinião pública e, conseqüentemente, a adesão da mesma aos formatos em antena. Esta influência externa deve ser gerida com particular atenção, por forma a não criar atritos evitáveis e salvaguardar o sucesso dos programas. Contudo, a gestão em apreço não deve condicionar a liberdade de expressão e a visão estabelecida para cada programa;
- **Órgãos Governamentais:** este aspeto é particularmente relevante quando falamos de estações televisivas públicas, onde o Estado condiciona os orçamentos e até mesmo os órgãos de gestão dos canais (não exercendo alegadamente qualquer influência nos conteúdos, sob pena de interferir com o tão fulcral direito à liberdade de expressão e independência dos órgãos de comunicação social em relação ao poder governamental). Contudo, mesmo as estações privadas estão sujeitas a esta influência, dado que a transmissão do sinal eletromagnético é tipicamente efetuado através de infraestruturas

públicas, pelo que necessitam da autorização do Estado para a concretização desta ação (Contreras e Palacio, 2001).

No que concerne às influências de cariz interno, podemos destacar (Perebinossoff, et al., 2005):

- **Departamento de vendas:** a força de vendas responsável por apresentar os novos programas aos anunciantes exerce um papel relevante junto dos programadores, sobretudo pelo facto de conhecer as preferências das marcas e o tipo de conteúdo que tendencialmente tem mais adesão por parte do público na ótica do retorno financeiro;
- **Departamento financeiro:** este departamento tem o poder de viabilizar ou cancelar um projeto ainda na fase de conceção ou idealização. Nenhum programa poderá ser produzido sem o aval destes profissionais, responsáveis pela gestão financeira da estação e pela geração de lucro e minimização dos riscos/prejuízos. Por este motivo, os programadores tendem a ter especial atenção na relação com o departamento em apreço;
- **Departamento de relações externas:** o sucesso de uma estação televisiva reside, em grande medida, nas relações que os seus executivos e principais representantes conseguem estabelecer com as forças externas apresentadas previamente. Esse ambiente saudável só é conquistado se o conteúdo dos programas não desrespeitar a visão destes interlocutores ou afetar os seus interesses (dentro de limites razoáveis). Deste modo, o departamento de relações externas é responsável por validar (ou não) se determinado conceito é viável, tendo em conta a postura pública da estação, bem como se se encontra alinhado com a sua visão e valores;
- **Órgãos de gestão de topo:** os programadores reportam caracteristicamente a um Diretor-Geral que, por sua vez, presta contas ao Presidente ou *Chief Executive Officer* (CEO) do grupo. Assim sendo, mesmo que os restantes departamentos viabilizem um novo formato, este pode ser bloqueado caso a gestão de topo não lhe reconheça valor ou um enquadramento financeiro favorável à sua execução;
- **Departamento de marketing:** a relação com este departamento é particularmente relevante, dado que é este o responsável pela promoção do

programa em antena, isto é, pela exibição dos spots promocionais que convidarão o público a assistir ao programa. A grelha promocional está em alteração constante devido a imposições de natureza comercial, bem como à existência de anunciantes com elevado poder negocial, o que pode levar à retirada de determinados spots promocionais internos dos intervalos temporais previstos. Caso as promoções não sejam emitidas à hora em que o público alvo do programa está tipicamente a ver televisão, tal facto pode condicionar o sucesso do programa e, conseqüentemente, a atividade dos programadores (cuja influência a este nível é nula).

### 1.3.2 Estratégias para a Definição do Alinhamento

A construção do alinhamento tanto da grelha como de cada um dos programas faz parte da atividade mais lata da programação em televisão. De acordo com Arrieta (2011), a principal regra quando se define o alinhamento é selecionar o conteúdo/programa para o período horário em que o público-alvo do mesmo se encontra a ver televisão, pelo que é fulcral efetuar um levantamento histórico do comportamento demográfico da população em relação aos diferentes formatos. Não é por acaso que os *talk shows* são tipicamente emitidos durante a manhã e/ou a meio da tarde, dado ser o período em que mais indivíduos do género feminino com a função de doméstica (público-alvo deste tipo de programas, sobretudo com uma idade mais avançada) se encontram em casa e, por isso, com maior disponibilidade para ter a televisão ligada e, assim, assistir ao conteúdo que está a ser transmitido. Note-se que os *talk shows* são o exemplo perfeito de um tipo de programa cujo desenho não se coaduna com qualquer período horário (ao contrário, por exemplo, dos serviços noticiosos), precisamente devido à sua natureza e ao público-alvo a que apelam.

Para além da seleção do horário do dia mais propício ao público-alvo do programa, Eastman e Ferguson (2012) apresentam-nos ainda outras estratégias utilizadas por parte dos programadores para potenciar o sucesso do mesmo, designadamente:

- **Tentpoling:** consiste em posicionar o programa, em termos de alinhamento, imediatamente a seguir a um programa/contéudo altamente apelativo ao público em geral, o que pode ser conseguido com recurso a uma celebridade ou a uma entrevista polémica;

- ***Hammocking***: consiste em colocar determinado programa entre outros dois líderes de audiências;
- ***Bridging***: esta técnica consiste em iniciar o programa antes do seu concorrente, o qual é emitido por outra estação televisiva;
- ***Supersizing***: nesta técnica prevê-se a dilatação do tempo de emissão do programa, o que tem uma vantagem dupla, pois os telespetadores têm tendência não só a terminar de ver o programa em emissão, mas também o seguinte, pois na maior parte dos casos preferem não mudar para um programa doutra estação que já está a ser emitido;
- ***Stunting***: sendo uma técnica arriscada, esta consiste em surpreender os espetadores com conteúdos (frequentemente de entretenimento) altamente inesperados (que não fazem caracteristicamente parte do formato) e que não só despertem interesse, como sejam fator de conversa junto da sociedade. A técnica de *stunting* é muito utilizada para resgatar programas cujo índice de audiências esteja a ter um fraco desempenho;
- ***Crossprogramming***: sendo este o maior trunfo em termos de estratégias de construção do alinhamento, o qual também toma o nome de programação cruzada, consiste em fazer transitar histórias/conteúdos de um programa para o seguinte. Por outras palavras, dá-se início a uma narrativa que será concluída no programa imediatamente a seguir, por forma a despertar o interesse dos telespetadores, fazendo-os continuar sintonizados na mesma estação. Note-se, contudo, que esta estratégia é altamente desafiante do ponto de vista da sua concretização, já que requer uma sincronização perfeita entre os guiões dos diferentes programas e, por isso, a articulação dos diferentes guionistas e restantes elementos da equipa de produção;
- ***Stripping***: esta é a estratégia mais comumente utilizada pelas estações de televisão e consiste em colocar o mesmo programa, todos os dias da semana (às vezes até mesmo ao fim de semana), à mesma hora, para educar a população, instituindo-lhes o hábito de esperar sempre determinado programa à mesma hora.

Por fim, em consonância com o transmitido previamente na ótica da sobre exposição de alguns apresentadores, também os programas podem sofrer os efeitos negativos de uma permanência excessiva em antena. Tal facto verificou-se com o aclamado programa “Quem Quer Ser Milionário”, nos EUA, pois apesar de a população apreciar o formato,

a sua repetição tornou-se excessiva, o que fez com que adquirisse um caráter expectável na ótica do público, conduzindo a uma quebra significativa do índice de audiências (Perebinossoff, et al., 2005).

### 1.3.3 Cenografia dos *Talk Shows*

O espaço cenográfico, cenografia ou *mise-en-scène*, detentor duma estética que produz significados tanto imediatos como simbólicos, tem um impacto significativo no sucesso dos programas de entretenimento. A argumentação, a narração e a representação, as quais integram as estruturas do texto televisivo, assumem-se como aspetos que se encontram intimamente interligados e onde o apresentador exerce a sua ação através de posturas, gestos e palavras como parte integrante do espetáculo. O espaço onde se apresenta reverte consideravelmente para os modos em que as estruturas passam do emissor para o recetor (Casetti, et al. 1999).

De acordo com Charaudeau, et. al (1997), o espaço cenográfico de um *talk show* tem como intuito representar um segmento do mundo real, levando o telespetador a sentir e interpretar os conteúdos apresentados de acordo com a moldura fornecida. O apresentador deste tipo de formatos exerce um papel de suma relevância, já que dá o tom à emissão e orienta o conteúdo verbal e não verbal de cada momento de interação/processo comunicacional. Abordaremos o papel do apresentador no Capítulo 2 do presente Enquadramento Teórico, pelo que focar-nos-emos agora nos restantes aspetos integrantes da *mise-en-scène* e respetiva influência. Assim, destacamos:

- **Imersão do telespetador no momento presente:** todos os conteúdos emitidos durante um *talk show* devem fazer o espetador (interlocutor) sentir que faz parte daquele momento, como se estivesse a participar ativamente na sua construção. Os conteúdos gráficos emitidos, como fotografias ou *videotapes* (VTs) assumem aqui um papel de destaque, já que devem orientar o indivíduo para o momento presente, captando a sua atenção;
- **Figuração:** com recurso a matéria semiológica codificada (desenhos, esculturas, objetos, películas fotográficas ou cinematográficas), o espaço cenográfico deve ser capaz de mimetizar a realidade. Quando bem conseguida, esta estratégia permite à produção criar um mundo considerado como real pelo espetador, abraçando a ideia de autenticidade ali materializada, já que através da visualização de uma imagem crê conseguir aceder ao mundo tal como ele é.

Aprofundando um pouco mais o tema da cenografia, importa perceber que os *talk shows*, os quais evoluíram a partir dos debates televisivos, sempre apostaram na espetacularização, seja de carácter verbal, seja de índole visual (Charaudeau, et. al, 1997). O carácter verbal remete-nos para as conversas que aí decorrem, as quais parecem ser espontâneas e naturais, podendo na verdade ser encenadas e encontrando-se na maior parte das vezes guionadas (Goffman, 1981); já a índole visual pretende orientar o espetador na cena que se encontra a decorrer, o que é conseguido através do posicionamento específico das câmaras, bem como por via de um conjunto de processos de filmagem, os quais contemplam diferentes ângulos de realização e enquadramentos específicos coordenados pelo realizador e executados por toda a equipa de produção. Em Portugal, bem como um pouco por todo o mundo, tem-se dado primazia à recriação do espaço privado nos estúdios em que decorrem os *talk shows*, por via da mimetização das divisões de uma casa pelas quais tanto o apresentador como os seus convidados se movimentam. Dentro destes, a recriação da cozinha parece ser uma das técnicas com maior sucesso, despertando o interesse dos telespetadores, dada a maior conexão emocional que é estabelecida. O primeiro programa a adotar esta estratégia foi o “Cá Por Casa”, da RTP1, conduzido por Hérman José, e seguido por Cristina Ferreira no “Programa da Cristina” (à época, emitido pela SIC).

### 1.3.3.1 Técnicas de Encenação Visual

Quando falamos de encenação visual, a regra de ouro consiste em perceber que estas técnicas, por si só, isto é, de forma isolada, não produzem o efeito pretendido, sendo necessária uma utilização sinérgica das mesmas. Atentemos agora para as diferentes abordagens passíveis de ser executadas (Charaudeau, et. al, 1997):

- **Visibilidade:** esta técnica pretende direcionar a atenção do espetador para os indivíduos que são efetivamente relevantes para o conteúdo em emissão. Este aspeto é conseguido à custa do número de vezes que um convidado é filmado, bem como o tempo que permanece em antena. Quanto mais visível for um convidado, mais os telespetadores tenderão a considerá-lo fulcral para a cena. Neste contexto, surgem os diferentes planos que podem ser utilizados, cada um capaz de criar perceções diferentes: um grande plano de um convidado cria uma ideia de intimidade; um plano aproximado ou *close-up* remete-nos para a

personalização; um plano semi conjunto ou conjunto (quando existe mais do que um convidado) cria uma noção de espaço público;

- **Eixos de Visão ou Pontos de Vista:** os eixos de visão permitem condicionar a relação que se estabelece entre o telespetador e o objeto encenado (seja este humano ou não). Por exemplo, uma visão frontal cria a percepção de que o telespetador está a ser abordado “olhos nos olhos”, aproximando-o da cena; uma visão de acompanhamento conduz o telespetador ao longo de uma cena que envolva dinâmica/movimentação, o que é conseguido através da técnica do campo e contra campo; uma visão de conjunto, conseguida através do movimento descendente de uma só câmara consegue criar uma noção de objetivação; e a visão compósita consiste em fragmentar o ecrã com diferentes ângulos/planos, o que toma o nome de plurifocalização e pode criar um efeito de ubiquidade;
- **Sequenciação:** diz respeito a um encadeamento concreto das imagens que se fundem com o discurso que se encontra a ser proferido, o que permite conferir ritmo e energia ao programa e contribui ativamente para a componente de espetáculo mencionada previamente. Destaca-se, a este nível: a sincronia com a palavra, que consiste em filmar o ator que se encontra a falar; a assincronia com a palavra, que prevê que as imagens em antena não contemplem o ator que se encontra a discursar; a sincronia com a situação, a qual prevê acompanhar a dinâmica de uma cena que envolve vários atores e/ou movimento; a sincronia com o conteúdo dos propósitos, que permite o surgimento de elementos concretos que ilustram a temática que se encontra a ser abordada, como é exemplo a exibição de livros de escritores, álbuns de cantores ou peças de vestuário criadas por estilistas.

A articulação das três técnicas principais supramencionadas permite criar o chamado encadeamento homogéneo, onde as palavras, os objetos e as imagens surgem de forma sequencial, centrando o espetador no conteúdo da conversa. A utilização das três técnicas de forma propositadamente desarticulada, onde a sequência de imagens não acompanha a sequência de palavras, pode ter como intuito dar ênfase ao efeito de espetáculo característico dos *talk shows*.

### 1.3.3.2 As Variantes Estruturais da *mise-en-scène*

Os *talk shows* emitidos em período diurno, o chamado *day time*, com presença de público ou auditório apresentam entre si algumas diferenças no que concerne à *mise-en-scène*. Abordaremos, de seguida, os principais tipos de organização topológica da cena exibida no que versa acerca do cenário e disposição dos diferentes elementos que o compõem, por forma a melhor compreendermos o impacto que a cenografia pode exercer na percepção criada junto do telespetador.

Começamos por falar da disposição do público, o qual se pode desde logo posicionar de forma visível para o telespetador, com o intuito de criar proximidade e passar a mensagem subliminar de que também o cidadão dito comum faz parte daquele ambiente. Encontrando-se visível, o seu posicionamento pode ser em círculo (em todo o redor da ação principal), em semicírculo ou em bancadas dispostas por filas (situação mais comum). É ainda possível que o público não se encontre visível, sendo apenas filmado em situações em que o apresentador coloca uma questão à plateia, em que lhes é dada a hipótese de partilhar o seu testemunho ou interpelar o convidado com uma questão ou sempre que a sua reação seja de tal forma emocional que se justifique ser incluída na emissão (Charaudeau, et. al, 1997).

No que diz respeito ao cenário, este pode adquirir um carácter mais conservador ou mais moderno, apelando o último mais à ideia de espetáculo. Os cenários mais conservadores costumam ser utilizados em formato de debate televisivo para apelar à seriedade e ao formalismo (Livingstone, 2005).

A iluminação dos *talk shows* é caracteristicamente direta (sobre o apresentador e os convidados) e o espaço cénico costuma estar aberto na direção das câmaras e dos próprios bastidores. Não obstante existirem um grande diversidade de planos de gravação, os *talk shows* fazem um uso significativo dos planos de meio corpo para melhor captarem as expressões dos envolvidos na cena, e assim, conseguem transparecer as suas emoções (Charaudeau, et. al, 1997).

Por fim, importa mencionar a disposição do(s) convidado(s) entre si e em relação ao apresentador. Estes podem colocar-se lado a lado, caracteristicamente com um pequeno ângulo, o que transparece uma sensação de proximidade ou, por oposição, podem ser colocados frente a frente, situação esta mais frequente em situações de confronto direto e/ou sempre que se recebem convidados com ideologias opostas. O apresentador costuma

assumir uma posição lateral em relação ao(s) convidado(s) ou central quando está a mediar um possível conflito (Robbins, 1993).

#### **1.4 TAM: *Television Audience Measurement***

O sucesso de um programa de televisão só pode ser quantificado através da medição concreta do número de pessoas (ou agregados familiares) que assistiu ao mesmo, bem como da caracterização dessa amostra, que permite efetuar um levantamento sociodemográfico objetivo do público alvo de determinado formato (Perebinossoff, et al., 2005).

Napoli (2011) afirma que a construção de uma audiência se assume como um fenómeno multifatorial, no qual entram forças como a conjuntura económica, política e social. O sucesso de uma estação televisiva reside, portanto, na sua capacidade de criar uma narrativa coesa, interessante e consistente.

A medição do índice de audiências (TAM) ou audimetria pode ser efetuada com base em duas unidades de medida: *share* ou *rating*. A este nível, é particularmente importante referir que o investimento publicitário é condicionado pela análise das estatísticas dos *ratings* obtidos, o que sustenta a importância de uma medição objetiva do referido índice (Perebinossoff, et al., 2005).

A medição das audiências é possível com recurso a um aparelho tecnológico denominado audímetro. Em Portugal, como nos restantes países, o cálculo é feito por amostragem, sendo que cada aparelho de televisão presente nos lares que compõem a amostra (cerca de 1.100 a nível nacional) encontra-se ligado a um audímetro. A tecnologia sofisticou-se de tal modo que se tornou possível registar o comportamento televisivo de cada um dos elementos do agregado familiar, essencial para o estudo do comportamento da população por faixa etária, já que cada um destes possui o seu próprio telecomando cuja recolha e tratamento dos dados é efetuada de forma segregada e independente.

Em Portugal, os dados referentes à audimetria são disponibilizados diariamente pela Comissão de Análise de Estudos de Meios (CAEM), com base no levantamento, análise e tratamento dos dados efetuado pela consultora GfK Marketing Services S.A, em articulação com a MediaMonitor.

Apresentaremos, de seguida, as duas unidades de medida utilizadas para a apresentação dos resultados referentes à audimetria, designadamente, *share* e *rating*.

#### **1.4.1 *Share* de Audiência (shr %)**

O *share* assume-se como uma das unidades de medida disponibilizadas pela CAEM no que versa acerca dos hábitos de consumo televisivo da população portuguesa. Este espelha a relação entre o tempo total despendido pela população a ver determinado programa/canal e o tempo total que esta despendeu a ver televisão, em dado intervalo de tempo (hora, dia, semana ou mês). Atente-se para a seguinte fórmula para melhor compreendermos o cálculo efetuado:

$$\frac{t \text{ investido no visionamento de um programa/canal}}{t \text{ total investido a ver televisão}} \times 100$$

#### **1.4.2 *Rating* de Audiência (rat %)**

O *rating* diz respeito à audiência média e é outras das unidades de medida também disponibilizada pela CAEM. O cálculo do *rating* traduz a relação entre o tempo total despendido pela população a ver determinado programa/canal e a totalidade da amostra (isto é, todos os indivíduos alvo, independentemente de estes terem ou não assistido ao programa/canal). Segue-se a fórmula exemplificativa do cálculo em apreço:

$$\frac{t \text{ investido no visionamento de um programa/canal}}{n^{\circ} \text{ de pessoas que compõem a amostra}} \times 100$$

## Capítulo 2 – Apresentadores de *Talk Shows*

No Capítulo 1 do presente trabalho tivemos oportunidade de explorar as características e especificidades inerentes ao formato televisivo *talk show*, tendo sido igualmente evidenciada a importância do apresentador deste tipo de programas de entretenimento. No Capítulo 2 exploraremos com maior detalhe o papel do apresentador de *talk shows*, bem como os fatores chave preditores do sucesso da sua intervenção e tipos de questões passíveis de serem colocadas pelo mesmo. Abordaremos ainda a influência da linguagem corporal nos processos de comunicação, bem como a técnica de *rappport* enquanto processo natural de estabelecimento de confiança e empatia (Robbins, 1993).

O trabalho de Trewin (2001) ajuda-nos a dar o tom necessário ao Capítulo em que nos encontramos, já que a autora refere que o trabalho do apresentador de televisão é dos mais desafiantes e atípicos do mundo, onde todos os dias são invariavelmente distintos, apelando a uma forte capacidade de adaptação. De acordo com o seu estudo, fatores como resiliência e atuação perante o inesperado assumem-se como pedras angulares para o sucesso na área profissional em epígrafe.

### 2.1 Principais Características

Gemma Hunt (2007) afirma que a excelência de um apresentador de televisão reside na sua genuinidade, já que a audiência tem um sentido apurado para distinguir entre características verdadeiras e aquelas que são fabricadas. Caso detete a presença das segundas, facilmente se afastará emocionalmente do conteúdo veiculado pelo apresentador e, por isso, do formato por si conduzido, aspeto esse ainda mais demarcado nos *talk shows*, tendo em consideração a relação de quase intimidade que se estabelece entre o apresentador e o seu interlocutor (neste caso, coletivo, dado tratar-se do público/audiência) (*apud* Wolfe, 2012).

No que concerne a programas televisivos do tipo *talk show*, o apresentador assume-se como a imagem do mesmo, sendo por isso tendencialmente responsabilizado pelo sucesso do formato (ou ausência dele) (Timberg, 2004).

De acordo com Losada (2005), um apresentador terá tanto mais sucesso quanto mais credibilidade o público lhe reconhecer. Note-se que este aspeto se encontra perfeitamente alinhado com um dos postulados de Perebinossoff, et al. (2005), mencionado no Capítulo 1, ao afirmar que os formatos de maior sucesso no âmbito dos *talk shows* são desenhados

em torno da personalidade mediática que os conduz, tendo em consideração o apreço e carinho que o público nutre pela mesma. Boyd (2000) acrescenta outras características importantes para o sucesso do apresentador de *talk shows*, como honestidade, profissionalismo, imparcialidade no que concerne às temáticas abordadas, boa voz, boa imagem, autoridade, confiança, concentração, clareza no discurso, entusiasmo e tranquilidade. Calderón (2005) encontra-se em consonância com os autores previamente mencionados, indicando ainda que um bom apresentador é aquele que é dotado de intuição, cultura, agilidade mental, capacidade de interromper no momento certo e de apresentar a questão adequada no *timing* perfeito. Remata referindo que o sucesso de um apresentador de televisão se encontra dependente da capacidade deste em ter uma noção de tempo aprimorada, bem como um poder de síntese desenvolvido, não apenas em formatos do tipo *talk show*, como nos demais programas.

Aprofundando o campo das características inerentes ao profissional de comunicação que opera em contexto televisivo, na sua obra intitulada *Personality Presenters Television's Intermediaries with Viewers*, Bonner (2011) apresenta uma reflexão interessante, referindo que a forma como a sociedade evoluiu levou ao estabelecimento de uma relação estreita entre o conceito de “apresentador de televisão” e a construção social de “celebridade”, já que estes são vistos como as estrelas das estações televisivas, sendo por isso altamente respeitados e valorizados, já que da sua intervenção advêm fontes de receitas amiúde interessantes. Adicionalmente, o autor alerta-nos para a existência de uma característica basilar partilhada pelos apresentadores de *talk shows* mais bem-sucedidos à escala mundial, a qual é muitas vezes negligenciada tendo em consideração o seu caráter subjetivo e invisível ao olho humano – o carisma. Bonner (2011) refere-se a este “ingrediente” como sendo a “química” que o apresentador estabelece com o seu público através da interação com a câmara, o que leva à criação de uma admiração quase inexplicável do segundo pelo primeiro. Note-se que esta característica invisível é frequentemente confundida com um certo “*sex appeal*” que é reconhecido aos apresentadores (sobretudo de programas de entretenimento), a qual tende a eletrizar a cena e a captar a atenção dos telespetadores. Este ponto remete-nos para a importância da imagem no pequeno ecrã, o que justifica as produções demarcadas das principais figuras mediáticas, as quais se apresentam caracteristicamente com um vestuário altamente cuidado, penteados sofisticados e uma maquilhagem acentuada. Não obstante podermos afirmar que “*sex appeal*” e “carisma” se encontram separados por uma linha ténue, há que clarificar que o segundo vai muito para além da imagem do

apresentador, apelando mais à sua essência e características de personalidade, que fazem dele uma individualidade magnética.

Bonner (2011) fala-nos ainda da forma como o desenvolvimento de culturas altamente mediatizadas conduziu, não só à ascensão dos apresentadores de *talk shows* a verdadeiras celebridades (conforme mencionado anteriormente), como ao facto de serem frequentemente convidados para os programas de entretenimento figuras públicas das mais diversas áreas (cinema, música, escrita, entre outras), como forma de potenciar o interesse do público e, conseqüentemente, aumentar o índice de audiências. Este aspeto reveste-se de particular importância, uma vez que pode levar-nos a equacionar que os programadores e guionistas têm esta tendência social em linha de conta aquando da construção do alinhamento, adotando a linha de raciocínio em apreço por forma a agradar ao público, ou não fosse a atenção às notas ornamentais referentes às tendências sociais um dos fatores de sucesso dos *talk shows*, conforme abordado no Capítulo 1.

Bonner (2011) e Lopes (2007) apresentam uma visão muito semelhante, sobretudo no que versa acerca dos fenómenos de hibridização de formatos e categorias. Segundo o primeiro, os apresentadores atuam cada vez mais como intermediários culturais, promovendo a reflexão do público em matérias sociais e culturais, o que faz com que a apresentação tenha uma estrutura cada vez menos definida, havendo espaço para a fusão da informação com o entretenimento. O autor remata, referindo que os apresentadores têm optado por abordar de forma cada vez mais expressiva assuntos estruturantes das sociedades contemporâneas, chegando mesmo a atuar a nível social. Note-se que o panorama português reflete de forma muito clara esta tendência, com figuras mediáticas como Manuel Luís Goucha (amplamente abordado no âmbito do presente trabalho) a assumir-se publicamente como um defensor dos direitos das mulheres (sobretudo em matéria de violência doméstica), a assegurar em direto o pagamento de um tratamento nos EUA a um dos convidados cujo enquadramento financeiro não lhe permitia fazer face à sua doença ou a efetuar uma doação de 35.000€, também em direto, para garantir a reconstrução da habitação de uma família fragilizada (TVI, 2021).

Retomando o trabalho de Trewin (2001), que apresenta a resiliência e uma capacidade apurada para lidar com o inesperado como características basilares dos apresentadores de *talk shows*, podemos sistematizar os traços gerais dos profissionais mais bem-sucedidos nesta área como sendo:

- Excelentes comunicadores, com a capacidade de transformar informações complexas em dados compreensíveis e facilmente assimiláveis (muitas vezes

em direto, sem qualquer possibilidade de preparação prévia, o que reforça a importância da capacidade de improviso);

- Aptos a estar na linha da frente. A um apresentador é pedido que seja firme o suficiente para aguentar grandes pressões, sem transparecer stress ou ansiedade em frente às câmaras;
- Altamente desenvolvidos no domínio da escuta ativa, o que lhes permite conduzir as conversas de forma mais eficiente e apelativa;
- Confiantes, mas humildes o suficiente para aprenderem com os que os rodeiam;
- Naturais, exibindo uma boa postura, voz e dicção;
- Capazes de trabalhar em equipa, cabendo-lhes muitas vezes a tarefa de liderar todos os elementos que fazem parte da produção.

Ainda no domínio das características dos apresentadores de *talk shows*, apresentamos uma citação de Cate Conway (2005), aclamado apresentador do programa *The Seven Thirty Show*, que nos permite aprofundar este estudo: “Um bom apresentador tem de estar à vontade consigo mesmo e confortável com quem é. De outro modo, não será capaz de colocar nem os convidados nem os telespetadores à vontade. Um bom apresentador tem de estar feliz e cheio de vida” (*apud* Wolfe, 2012). Esta reflexão de Conway (2005) coaduna-se com a componente de espetáculo esperada dos *talk shows*, onde o apresentador é claramente o anfitrião responsável por conferir ritmo e energia ao formato, gerindo toda a cena e orientando os convidados ao longo da mesma.

Perante o exposto, importa perceber se apresentação e representação se assumem como ações sinónimas. A comunidade científica parece ter reunido consenso em relação a esta matéria, dado que muitos são os académicos que afirmam serem tarefas completamente distintas, apesar de decorrerem numa arena (leia-se, cenografia) semelhante.

Perfeitamente alinhados com Cate Conway (2005), tanto Lesley-Anne Webb (2005), como Howard Corlett (2006), afirmam que apresentação não é representação. Ser-se apresentador tem tudo que ver com manifestar a essência individual da personalidade mediática, a qual deve olhar diretamente para a câmara e estabelecer uma relação de proximidade com o seu público; já na representação, é pedido ao ator que dispa a sua personalidade e empreste o seu corpo a uma personagem, processo durante o qual as suas opiniões e desejos devem ser deixados de lado, e o olhar direto para as câmaras deve ser

evitado (*apud* Wolfe, 2012). Este aspeto da autenticidade e do olhar direto para a lente da câmara encontra-se bem presente na arena mediática televisiva portuguesa, onde de forma transversal todos os apresentadores de *talk shows* parecem adotar esta postura como forma de aproximação emocional ao público. Ainda no âmbito da expressão mais completa da sua essência, as figuras públicas como os apresentadores de *talk shows* parecem ter descoberto o potencial das redes sociais digitais, em particular o Instagram, o Twitter e o TikTok, utilizando as suas páginas pessoais para exporem diariamente detalhes da vida privada, como rotinas, hábitos alimentares ou as suas próprias casas como forma de aproximação ao público, o que tende a aumentar a intimidade entre a personalidade mediática e a audiência, contribuindo positivamente (quando bem conseguido) para a promoção da notoriedade da mesma e, conseqüentemente, para o sucesso dos trabalhos por si conduzidos (Freeman, 2019).

## **2.2 Dispositivos e Materiais de Apoio**

Os programas televisivos do tipo *talk show* implicam uma elevada dose de imprevisibilidade, dado que vivem da presença de terceiros (convidados) cuja postura, palavras e linha de raciocínio são sempre difíceis de prever, ainda que sejam largamente influenciados pela condução feita pelo apresentador. Ainda assim, tendo em conta o desenho cénico do formato em apreço, existem determinadas estruturas fixas e cujo encadeamento deve ser seguido pelo apresentador. Por forma a facilitar a função deste, praticamente todos os *talk shows* dispõem de teleponto, uma tecnologia amiúde utilizada em televisão e que sustenta a sua execução num sistema de espelhos que permitem ao apresentador aceder ao texto que deve seguir, o qual não é visível para o telespetador (Wolfe, 2012).

O grande desafio que os apresentadores enfrentam é o de conseguirem ler o texto sem se perceber que o estão a fazer, isto é, veicularem um discurso de tal forma espontâneo que não pareça estar escrito ou ensaiado. Este aspeto é conseguido à custa de treino prévio e da simbiose entre técnicas de comunicação verbal e não verbal (a chamada linguagem corporal) (Wolfe, 2012). Trewin (2001), considera que o teleponto facilita o trabalho do profissional de comunicação, mas também pode conduzi-lo a uma postura demasiado rígida e vidrada, o que deitará por terra os benefícios deste advento tecnológico. Adverte ainda para a importância de este conhecer o texto e dispor de cópias físicas caso haja algum bloqueio na câmara.

Note-se que o teleponto é controlado por um operador, que vai fazendo o texto seguir à medida que o apresentador vai proferindo o seu discurso. Este detalhe espelha bem a importância do trabalho em equipa nos *talk shows*, bem como uma relação saudável entre o apresentador e a equipa de produção, já que daí depende, em parte, o sucesso da sua intervenção (Wolfe, 2012).

O conceito chave quando se utiliza teleponto, e que o apresentador deve ter em mente, é conseguir com que o telespetador pense que este está a falar para si e não a ler para si. Deve, por isso, manter-se o registo conversacional característico dos *talk shows*, mesmo quando o apresentador utiliza cartões de apoio em complemento ao teleponto (muito comum nos segmentos de entrevistas, em que não é tão cómoda a utilização da tecnologia em epígrafe, dado o tom mais emotivo e de maior proximidade que se pretende entre o convidado e o apresentador). Aquando da utilização de teleponto, é essencial recorrer a variações ao nível dos diferentes elementos da comunicação verbal, nomeadamente (Wolfe, 2012):

- Utilização de diferentes tons de voz;
- Recurso a ritmos distintos;
- Utilização frequente de pausas;
- Respiração serena e pausada.

A articulação destas técnicas confere dinamismo, credibilidade, ritmo e energia ao discurso. Adicionalmente, estas podem ser conjugadas com técnicas de linguagem corporal promotoras de um estilo de comunicação inclusivo, como veremos adiante (Bonner, 2011).

Ainda no domínio da utilização de teleponto, é importante que o texto esteja escrito de forma a poder ser corretamente descodificado pelo apresentador. Por exemplo, uma vírgula indica que a personalidade mediática deve efetuar uma breve pausa (muitas vezes alicerçada na respiração), ao passo que um ponto final é indicador de uma pausa mais prolongada/dramática (Wolfe, 2012).

Tal como mencionado previamente, para além do teleponto, também é comum o apresentador de *talk shows* fazer-se acompanhar de cartões de apoio, onde consegue aceder ao alinhamento do programa e às questões/linha condutora previstas para cada um dos momentos de conversa. Os cartões em apreço, de dimensão considerável, mas não excessiva, devem estar escritos com um tipo e tamanho de letra que permitam ao apresentador orientar-se fácil e rapidamente ao longo do texto, devendo ainda existir mais

do que uma cópia em caso de acidente. A reputada apresentadora de televisão, Teresa Guilherme, referiu publicamente que um dos maiores ensinamentos que aprendeu em ambiente televisivo diz respeito precisamente à importância da numeração dos cartões caso estes caíam ou saíam da ordem prevista. Mais recentemente, temos assistido na esfera televisiva portuguesa a uma substituição dos cartões por *tablets*, o que revela um alinhamento do ambiente televisivo com os tempos que vivemos, cumprindo propósitos de natureza ambiental. Note-se, contudo, que deve sempre ser salvaguardada a autonomia do equipamento antes do início de cada emissão (Guilherme, 2020).

Para além do teleponto e dos cartões de apoio, é frequente os apresentadores de *talk shows* disporem de um *in-ear* (ou auricular) ligado à régie, a partir do qual a produção (frequentemente o realizador) vai partilhando informações adicionais relevantes para a emissão, as quais não são ouvidas pelo público. Wolfe (2012) e Trewin (2011) parecem encontrar-se no mesmo comprimento de onda, já que ambos afirmam ser fulcral que o apresentador se consiga distanciar o suficiente da informação que está a receber para que o seu discurso permaneça fluido, natural e empático.

No caso dos apresentadores de televisão, os *in-ears* costumam ser produzidos à medida da sua orelha por forma a alojarem-se perfeitamente na cavidade auricular, minimizando o risco de queda durante a emissão. O auricular encontra-se ligado a um aparelho de *feedback*, cujo volume é ajustável e que deve ser testado antes do início de cada emissão. No caso das apresentadoras, caracteristicamente com cabelos mais longos, a equipa de produção tende a camuflar os *in-ears* através da utilização de penteados mais ousados, pensados para o efeito (Wolfe, 2012).

Os *in-ears* são tipicamente utilizados para informar diretamente o apresentador acerca do tempo de que dispõe para concluir o segmento/conversa/entrevista em que se encontra, quando é que deve lançar um compromisso publicitário, qual a câmara para onde deverá olhar de seguida (as quais se encontram numeradas) ou sempre que ocorre um imprevisto e é necessário prolongar determinado segmento do programa pelo facto de o momento seguinte ainda não se encontrar pronto (ex. atraso por parte de um convidado ou constrangimentos ao nível da cenografia a utilizar na próxima rubrica) (Simons, 2017).

A utilização eficiente de um *in-ear* preconiza a divisão da mente do apresentador, mantendo-se concentrado na cena que está a decorrer, ao mesmo tempo que recebe instruções por parte da produção (encontrando-se ciente que não pode/deve responder) (Wolfe, 2012). Quando bem concretizado, nem os convidados nem os telespetadores se apercebem desta interação paralela entre o apresentador e a produção, o que requer um

elevado nível de contenção por parte do primeiro, sobretudo no que concerne à sua linguagem corporal, em particular as expressões faciais que faz (ou evita) aquando da receção de instruções via *in-ear* (Simons, 2017).

### 2.3 Linguagem Corporal

Todos os profissionais que operam no domínio das artes performativas, como é o caso de cantores, atores, atletas ou modelos, devem ter especial atenção à postura que exibem, uma vez que esta condiciona de forma expressiva o seu desempenho. Apesar de a apresentação em televisão não ser considerada um tipo de arte performativa, é inegável que esta decorre na esfera pública e implica um certo nível de *performance* por parte do apresentador, onde a postura que o mesmo exhibe condiciona, não só a forma como este se sente, mas também (e sobretudo) a perceção que cria no seu público (Wolfe, 2012).

Uma postura correta auxiliará o apresentador de *talk shows* a ter uma respiração adequada, a colocar corretamente a sua voz e conferir-lhe-á um grau acrescido de autoridade (percecionado pelos telespetadores). De acordo com Wolfe (2012), podemos entender por “postura”, a forma como o apresentador posiciona o seu corpo e que se manifesta aquando da sua entrada em cena, no momento de receber e cumprimentar os convidados, na forma como se senta, anda e permanece em estúdio. O autor afirma que este fator, integrante do domínio lato da comunicação não verbal ou linguagem corporal, transparece sinais visuais referentes à energia, confiança e bem-estar do apresentador, os quais são passíveis de ser percecionados, tanto pelos elementos presentes em estúdio, como pelo público.

Quando abordamos a temática da linguagem corporal, seja em ambiente televisivo ou fora dele, o trabalho académico de Cuddy (2015) reveste-se de particular relevância. Segundo a autora, são parte integrante da linguagem corporal os seguintes elementos e respetivo impacto:

- **Contacto visual:** o estabelecimento de contacto visual tende a potenciar a confiança entre o emissor e o recetor em todo e qualquer processo comunicativo. Por este motivo, é benéfico para o apresentador de *talk shows* o estabelecimento frequente de contacto visual, tanto com os convidados, como com o público (através da câmara). Parece ser este o motivo pelo qual o alinhamento deste tipo de formatos prevê diversos momentos de interpelação direta ao público, onde o apresentador olha diretamente para as

lentes da câmara, criando-se a percepção visual de que está a falar com o telespetador (Wolfe, 2012);

- **Sorriso:** a troca de sorrisos entre o emissor e o recetor é uma das formas mais poderosas para estabelecer um registo comunicacional positivo e de abertura, visão essa também partilhada por Navarro (2010). Por esse motivo, é comum vermos os apresentadores de *talk shows* sorrirem frequentemente, o que tende a descontrair os convidados, cria uma atmosfera positiva, dá energia ao programa e estabelece empatia também com os telespetadores;
- **Posição dos pés:** o ser humano tem tendência a direcionar os seus pés para os locais onde reside o seu interesse. Perfeitamente alinhados com Cuddy (2015), os autores Pease e Pease (2017), explicam que num processo comunicacional em que ambos os intervenientes tenham os pés direcionados um para o outro, tal facto parece indicar a existência de interesse na interação, sendo um sinal benéfico. No caso da apresentação de *talk shows*, este aspeto nem sempre é facilmente detetável, dado que tanto o apresentador como os convidados passam muito tempo sentados (o que pode condicionar este aspeto) e os ângulos de realização nem sempre permitem explorar este tema;
- **Posição do tronco:** de forma geral, o Homem tem tendência a aproximar-se do que lhe provoca sensações agradáveis e a afastar-se fisicamente de situações/eventos/acontecimentos que lhe provocam desconforto/não lhe agradam. A este nível, Cuddy (2015) alerta-nos para o facto de a linguagem corporal dever sempre ser analisada em contexto, isto é, como é que o ser humano reage perante determinado estímulo, ensinamento esse também veiculado por Navarro (2010). No caso dos *talk shows*, uma aproximação do convidado em relação ao apresentador (ou vice-versa), espelhada através da inclinação do tronco, é um sinal positivo em termos do interesse no processo comunicacional. Por seu turno, um afastamento pode indicar um desalinhamento entre o emissor e o recetor, o que tende a afetar negativamente a efetividade do ato conversacional;
- **Posição das pernas:** de forma geral, sempre que o emissor se encontra de pé e imóvel, as pernas devem encontrar-se à largura dos ombros por forma a conferir uma postura confiante e assertiva. Quando sentado, a análise não deve ser feita de forma tão direta, já que Cuddy (2015) nos alerta para

questões como a linha neutra de cada pessoa, isto é, a sua tendência natural para assumir determinada postura que lhe é fisiologicamente confortável. Note-se que um cruzar de pernas poderia ser interpretado como uma barreira ao processo de comunicação, já que “fecha” o indivíduo em relação ao seu interlocutor (Pease e Pease, 2017). Contudo, se essa postura lhe for, conforme mencionado, fisiologicamente confortável, o cruzar de pernas é perfeitamente natural e pode não indiciar qualquer desalinhamento em relação à interação que se encontra a decorrer. Ainda assim, tal como explanado anteriormente, importa analisar estes eventos em contexto, isto é, o que acontece perante determinado estímulo (se o convidado cruza a perna perante uma questão colocada pelo apresentador em relação a um tema potencialmente mais sensível, isso pode indicar algum desconforto e o surgimento de uma barreira ao processo de comunicação, situação essa que o apresentador deve ser capaz de gerir);

- **Posição das mãos:** as mãos são a parte do corpo humano que estabelece o maior número de sinapses (sinais elétricos de origem nervosa) com o cérebro sendo, por isso, o elemento integrante da linguagem corporal que mais influencia os processos comunicacionais. Quando o emissor, ao longo do seu discurso, exhibe as palmas das mãos, este tende a ser percebido como fiável, transparente e honesto; a apresentação frequente das costas das mãos tende a ser interpretada como uma barreira ao processo de comunicação, sendo descodificada como ausência de abertura para o diálogo, afastando o emissor e o recetor; a utilização da cúpula do poder pelo emissor (ver Figura 2.) tende a ser descodificada pelo recetor como estando na presença de alguém poderoso e detentor do conhecimento, devendo por isso respeitá-lo. No caso dos apresentadores de *talk shows*, o facto destes passarem grande parte do tempo sentados pode influenciar a posição que as suas mãos assumem. Contudo, verifica-se uma tendência para exibirem as palmas das mãos, estabelecendo um registo de comunicação de abertura com o interlocutor (neste caso, tanto com o convidado, como com os telespetadores) (Trewin, 2011).



Figura 2. Posicionamento das mãos (palmas das mãos, à esquerda; costas das mãos, ao centro; cúpula do poder, à direita). Fonte: Criação Própria.

- **Movimento dos braços:** intimamente associados ao posicionamento das mãos, Cuddy (2015) refere que os movimentos dos braços devem ser controlados e o mais fluidos e arredondados possível, por forma a envolver o interlocutor e a transmitir-lhe calma e confiança. Os apresentadores de *talk shows* parecem evidenciar esta característica de forma consistente, com a exceção dos segmentos do programa em que é necessário imprimir mais ritmo e energia. Nestes casos, movimentos mais abruptos podem conduzir à criação da atmosfera pretendida.

Cuddy (2015) apresenta-nos ainda uma ferramenta muito interessante que o ser humano tem para controlar a forma como se sente e é percecionado, potenciando a confiança e diminuindo os níveis de stress – as chamadas “**poses de poder**”. Segundo a autora, todos os seres vivos pertencentes ao reino animal têm tendência para ocupar mais espaço em situações em que pretendem exercer o seu domínio. Ao fazê-lo – no caso do ser humano, colocando por exemplo os pés à largura dos ombros e as mãos na cintura, ou elevando os braços desafiando a força da gravidade (Figura 3.) – os níveis de adrenalina (hormona responsável pela confiança e concentração) aumentam em cerca de 20% e a concentração sanguínea de cortisol (hormona responsável pela sensação de stress) diminui em cerca de 25%. Estes resultados são alcançados cerca de dois minutos depois de se dar início à pose de poder, isto é, depois de o indivíduo começar consciente e voluntariamente a ocupar mais espaço.



Figura 3. Exemplos de poses de poder. Fonte: Universidade de Harvard, Amy Cuddy.

No caso dos apresentadores de *talk shows*, é frequente verificarmos que estes assumem uma postura de dominância, posicionando a coluna direita, os ombros consistentemente para trás e raramente se verifica a existência de barreiras físicas entre si e os interlocutores (Wolfe, 2012). Este aspeto pode explicar a confiança que exibem e a capacidade que têm em manter a energia do programa a cada emissão, bem como a autoridade que o público lhes reconhece.

Também o trabalho de Robbins (1993) é particularmente relevante quando falamos de temas como linguagem corporal. Este autor apresenta-nos o conceito de “*rapport*” enquanto processo natural de estabelecimento de confiança e empatia entre o emissor e o recetor envolvidos num ato comunicacional. Segundo o próprio, uma das estratégias utilizadas para o efeito, e que faz bom uso dos diferentes elementos integrantes da comunicação não verbal, é a **técnica do espelhamento**, que consiste em “imitar” o interlocutor no que diz respeito à linguagem corporal por si exibida.

Robbins (1993) afirma que o ser humano tem tendência a estabelecer uma conexão mais forte e a partilhar mais informação com pessoas com as quais se identifica e cujo registo comunicacional é semelhante ao seu, motivo pelo qual (ainda que de forma inconsciente), quando entra em contacto com alguém que utiliza uma linguagem corporal semelhante à sua, tende a confiar mais rapidamente nesse indivíduo, o que facilita o processo de comunicação.

A técnica de espelhamento prevê que, de forma subtil e pontual, o indivíduo interessado em estabelecer *rapport* mimetize traços da linguagem corporal do seu interlocutor. A título de exemplo, se este cruzou a perna, passado algum tempo também o emissor pode fazê-lo (de forma harmoniosa e discreta); ou se o interlocutor coçou a cara (o chamado “gesto pacificador” em linguagem corporal) também o emissor pode acompanhá-lo decorrido um curto intervalo de tempo. A este nível, importa ressaltar que a mimetização da linguagem corporal de alguém deve, em primeiro lugar, respeitar a individualidade do praticante, isto é, aquilo que lhe é natural e, em segunda instância, assumir um carácter discreto, por forma a não ser perceptível e criar uma situação desconfortável passível de minar todo o processo comunicativo (Robbins, 1993).

No caso dos apresentadores de *talk shows*, a literatura não refere a utilização intencional da técnica supramencionada por parte dos mesmos. Contudo, tendo em consideração que estes participam diariamente em processos de comunicação sofisticados e se assumem como profissionais da área, é plausível equacionar que podem ter conhecimento da mesma e fazer uso do seu potencial, ainda que de forma pontual.

## 2.4 Tipos de Questões

Uma das funções do apresentador de *talk shows* é colocar a questão certa no momento adequado ao convidado que tem à sua frente. Esta deve dar cumprimento ao propósito definido para aquele momento de interação, motivo pelo qual é essencial que o alinhamento seja construído de forma cuidadosa, definindo-se claramente a linha condutora para as conversas previstas. Trewin (2001) explica-nos que aquando da preparação de cada entrevista/momento de interação, o pensamento base deve ser “Será isto interessante?” ou “O que é que as pessoas querem mesmo saber em relação a este tema/pessoa?”, por forma a despertar o interesse do público. Este raciocínio assume-se como o ponto de partida para a seleção do ângulo a adotar para cada segmento do *talk show*.

Apesar da estruturação inerente a cada entrevista, é essencial que o apresentador seja capaz de improvisar perante o inesperado ou perceber quando é que outra pergunta (a qual pode não se encontrar escrita) faz mais sentido, tendo em consideração o rumo que o diálogo está a tomar (Timberg, 2004).

Alvar et al. (2014) e Trewin (2001) parecem concordar no facto de todas as entrevistas deverem apresentar uma estruturação lógica e bem definida, com a colocação das questões por uma ordem que desafie o convidado. Os autores afirmam ainda que os temas não podem ser analisados de forma amorfa, isto é, determinada temática aparentemente banal pode ser eventualmente explorada mediante a construção adequada à volta da mesma. Por exemplo, uma picada de uma aranha pode parecer algo pouco interessante do ponto de vista de menção num *talk show*. Contudo, se esse acontecimento for protagonizado por uma celebridade ou num sítio público que envolva um aparato significativo, tal facto encerra em si um elevado potencial de mediatização, ganhando espaço no palco de um *talk show* onde, uma vez mais, a componente de espetáculo é rainha.

No que concerne à formulação de questões, Alvar et al. (2014) afirma que uma boa pergunta reúne cinco características essenciais:

- É simples e clara;
- Encontra-se devidamente situada no tempo e no espaço;
- É provocadora/desperta o raciocínio e o espírito crítico do interlocutor;
- Encontra-se adaptada à idade, enquadramento e interesses do interlocutor;
- Apela a uma resposta elaborada.

Para além das características acima elencadas, importa perceber que paralelamente à colocação da pergunta certa no momento perfeito, existem algumas técnicas que tendem a aumentar o nível de proximidade entre o convidado e o apresentador, fazendo o primeiro relaxar e participar de forma mais efetiva, nomeadamente (Trewin, 2001):

- Dirigir-se sempre ao(s) convidado(s) pelo nome e manter o contacto visual (pelos motivos explicitados anteriormente);
- Praticar a escuta ativa sempre que o convidado se encontra a formular uma resposta. Este é um dos pontos onde os apresentadores de *talk shows* tendem a falhar, já que aproveitam este intervalo temporal para rever as perguntas que ainda têm em carteira. Contudo, nada desmotiva mais um convidado do que perceber que a sua resposta não está a ser verdadeiramente considerada, pelo que é fulcral demonstrar-lhe este sinal de respeito;
- Reagir a cada resposta com um interesse notório, já que tal postura tende a relaxar e a motivar o convidado;
- Evitar interromper o convidado. Contudo, caso seja necessário, o apresentador deve procurar não o fazer com uma frequência excessiva, pois isso pode desinteressar o público e incomodar o convidado. Caso este evite responder a uma questão, e se o apresentador pretender manter essa linha condutora, deverá fazê-lo de forma graciosa e não intrusiva (de outro modo, gerar-se-á desconforto entre os dois, o que será perceptível ao público e nefasto ao ato comunicacional em si);
- No caso de se encontrar presente mais do que um convidado, o apresentador deve estar alerta para os temas mais ajustados ao *background* de cada um destes, dirigindo-lhes a(s) questão(ões) mais adequadas ao propósito da conversa;
- Complementar a questão colocada (comunicação verbal) com linguagem corporal promotora de confiança e empatia.

Trewin (2001) chama-nos ainda à atenção para o facto de tradicionalmente a questão principal ser precisamente o título dado ao segmento/história/conversa. O apresentador do *talk show* deve estar desperto para este facto, aguardando pelo *timing* e tensão emocional certos para colocar o tema chave da conversa em discussão. Note-se ainda que os jornalistas responsáveis pela escrita dos guiões devem ter uma perspetiva das respostas que serão dadas a cada questão (ainda que esta seja uma tarefa sobejamente desafiante e

subjetiva), por forma a munir o apresentador de uma base de argumentação credível em caso de necessidade, sendo igualmente fulcral que este estude o guião previamente (sem o memorizar de tal forma que pareça mecânico aquando da interação com o convidado).

Outro dos aspetos que o apresentador deve ser capaz de explorar é o silêncio. É natural que o convidado possa ficar surpreendido com algumas questões e necessite de tempo para refletir. Nesses casos, o apresentador não deve ficar tenso ou nervoso, devendo ser capaz de transparecer confiança e serenidade perante o silêncio. Em média, deve-se aguardar entre cinco a sete segundos após a colocação de uma questão, dado que tipicamente o convidado começará a falar findo este intervalo temporal. Contudo, importa perceber que quanto mais delicada/complexa for uma questão, maior deverá ser o intervalo de tempo em que o apresentador se deve sentir confortável para aguardar em silêncio, mantendo uma postura confiante e humilde e uma expressão facial afável, empática e serena. O silêncio também pode e deve ser explorado sempre que o apresentador não esteja satisfeito com a resposta dada ou caso sinta que existe mais conteúdo a ser dado pelo convidado. Tipicamente, o silêncio fará o convidado falar, devendo este aspeto ser gerido com delicadeza por forma a não causar constrangimentos, nem ao convidado, nem ao público. Importa ainda mencionar que o silêncio tende a aumentar a tensão e a carga dramática, apoiando as premissas basilares de construção de um *talk show* (Alvar et al., 2014 & Timberg, 2004).

Antes de apresentarmos os diferentes tipos de questões que podem ser colocadas, referimos um aspeto relevante do trabalho de Trewin (2001), que indica que uma pergunta deve ser sempre colocada, ou para permitir ao convidado brilhar, ou para revelar algo que a audiência deseje saber. Se não existe um motivo definido para formular a questão em apreço, então a mesma deve ser retirada do alinhamento.

Outro dos aspetos para o qual Trewin (2001) chama à atenção é para a importância de o apresentador de *talk shows* saber segmentar as suas questões. Caracteristicamente, os convidados procuram falar o menor intervalo de tempo possível (com a exceção dos políticos, cuja tendência para marcarem presença em formatos de entretenimento é cada vez maior), pelo que o apresentador não deve formular questões nem extensas de mais, nem excessivamente completas. Por seu turno, deve procurar dividir uma mesma questão em várias perguntas mais simples, as quais alimentarão o diálogo por mais tempo, preenchendo o alinhamento de forma eficaz. A título de curiosidade, em média, cada convidado demora cerca de trinta segundos a responder a cada questão (período durante o qual o apresentador deve ouvir ativamente a resposta por forma a detetar novos pontos

de interesse, ao mesmo tempo que procura rever o guião mentalmente ou com recurso aos cartões de apoio previamente mencionados, respeitando e valorizando a resposta que está a ser dada).

Ao apresentador de *talk shows* cabe a dura tarefa de seleccionar, em caso de necessidade, as questões a colocar ao convidado, dado que por uma questão de tempo é natural que não as consiga colocar todas (até porque tendencialmente, e por uma questão de salvaguarda, os guiões são escritos por defeito, isto é, com perguntas a mais para o intervalo de tempo disponível). Esta tarefa pode ser dura e ingrata para o apresentador, sendo que a regra de ouro para uma gestão eficaz desta matéria é priorizar as áreas de maior interesse para o público e manter-se nestas tanto tempo quanto possível. Deste modo, maior será a probabilidade de captar a atenção do público, influenciar positivamente o índice de audiências e, conseqüentemente, fazer jus aos imperativos comerciais da estação televisiva.

No que concerne aos tipos de questões passíveis de serem colocadas em contexto de *talk shows*, a sua classificação pode assumir diferentes registos. Contudo, por uma questão de sistematização e consonância com os objetivos propostos para o presente trabalho, seguimos a classificação de Alvar et al. (2014), que nos apresenta três tipos essenciais de questões, as quais passaremos a detalhar:

- Questões Divergentes e Convergentes;
- Questões Abertas ou Informativas;
- Questões Fechadas.

#### **2.4.1 Questões Divergentes e Convergentes**

Este tipo de questão aplica-se a painéis de convidados, isto é, quando se encontra presente em estúdio mais do que um convidado a abordar a mesma temática. Nestes casos, o apresentador do formato deve ter especial atenção à ideologia e visão de cada um dos presentes, gerindo com sensibilidade o rumo da conversa por forma a não ferir suscetibilidades. Contudo, é importante referir que muitas vezes o conflito é criado propositadamente, isto é, são trazidas questões à arena de debate que à partida provocarão discórdia entre os presentes, gerando-se tensão e conflito. Este aspeto tem o potencial de captar a atenção do público e contribuir positivamente para o índice de audiências (Alvar et al., 2014).

Uma questão divergente diz respeito ao enfoque numa matéria disruptiva entre os presentes e que não gera consenso entre os mesmos. São exemplo de temas que caracteristicamente cumprem este propósito, política, religião, desporto e questões de género/orientação sexual (Sesno, 2017).

As questões de natureza convergente são aquelas cuja visão dos convidados está à partida no mesmo comprimento de onda, tendo maior potencial para gerar harmonia e concordância entre estes. Questões como os direitos das crianças ou a proteção de minorias étnicas parecem reunir mais facilmente consenso entre a sociedade civil, sendo muitas vezes um bom tema para salvar um momento que esteja a ser particularmente intenso e que precise de ser travado por parte do apresentador (Sesno, 2017).

Cabe ao apresentador do *talk show* gerir a frequência com que utiliza cada tipo de questão, por forma a tornar o programa interessante e respeitar a presença de cada um dos convidados.

#### **2.4.2 Questões Abertas ou Informativas**

As questões abertas ou informativas são aquelas que são tipicamente mais utilizadas em contexto de *talk shows*, dado serem as que apelam mais à recolha de conteúdo por parte dos convidados (Timberg, 2004). Note-se que uma questão aberta também pode entrar na classificação de divergente ou convergente. Contudo, esta também pode ser colocada em conversas de um para um, isto é, quando está presente apenas um convidado em estúdio (Sesno, 2017).

A tipologia de questão em apreço tende a manter o diálogo mais interessante e permite ao convidado expressar de forma mais fidedigna a sua essência. Quando um apresentador coloca uma questão aberta, sabe que (à partida) o convidado utilizará mais tempo para dar a resposta, o que lhe permite pensar na questão seguinte e aferir a temperatura da conversa na ótica do telespetador, dando-lhe oportunidade de ajustar o rumo da questão seguinte, caso se justifique. Estas questões costumam iniciar-se por “O que é que?”, “Qual?”, “Onde?”, “De que modo”, entre outros (Trewin, 2001).

#### **2.4.3 Questões Fechadas**

As questões fechadas são também conhecidas por questões de “Sim ou Não”, dado que a forma como são colocada apelam a uma resposta desta natureza – curta e direta (Alvar et al., 2014).

Por norma, os apresentadores de *talk shows* tendem a evitar este tipo de questões, dado terem a consciência que as mesmas não alimentam o diálogo e que muito possivelmente terão de colocar outra questão imediatamente a seguir para dar continuidade à conversa. Note-se ainda que as perguntas fechadas não permitem explorar de forma tão expressiva, nem os temas, nem o percurso de vida/visão do convidado, pelo que também não são tão interessantes na ótica do telespetador (Trewin, 2001).

Para concluir, sublinhamos que se espera que o apresentador do formato em estudo saiba gerir os *timings* e o tipo de questão colocada a cada convidado, tendo sempre em consideração os valores e ideais da estação televisiva, os imperativos de natureza comercial que estão subjacentes ao programa, os objetivos estabelecidos para aquele segmento do alinhamento, as tendências da sociedade e a expectativa do público. Note-se que o facto de estes programas serem caracteristicamente emitidos em direto se pode traduzir num acréscimo de pressão, a qual deve também ser eficazmente gerida pela personalidade mediática.

## Parte II – Estudo Empírico

### Capítulo 3 – Desenho Metodológico

No presente Capítulo procuraremos detalhar o desenho metodológico da Dissertação. Serão explanados o objeto e objetivos da investigação, a pergunta de partida, os métodos e técnicas de investigação, bem como todas as tabelas que construímos para a recolha e análise dos dados.

#### 3.1 Objeto de Estudo e Objetivos da Investigação

O objeto de estudo é a competição entre as estações generalistas privadas portuguesas, TVI e SIC, no que ao índice de audiências (audimetria) diz respeito. Recorrendo a uma bateria linguística de carácter bélico, encontramos-nos no domínio da célebre “guerra de audiências”.

No que concerne aos objetivos da investigação, apraz-nos elencar os seguintes:

- Estudar a potencial influência do alinhamento dos programas Goucha (TVI) e Júlia (SIC) nas audiências registadas;
- Estudar o papel do apresentador na condução dos programas Goucha (TVI) e Júlia (SIC) e a sua possível relação com o índice de audiências registado;
- Analisar a *mise-en-scène*/cenografia de cada um dos *talk shows* em estudo e o seu potencial impacto nas audiências.

Importa mencionar que ambos os programas, Goucha e Júlia, se inserem na categoria de entretenimento, sendo classificados como *talk shows*. O programa Goucha é emitido pela estação televisiva privada – TVI – e é conduzido por Manuel Luís Goucha. Já o programa Júlia é emitido pela estação televisiva privada – SIC – sendo conduzido por Júlia Pinheiro.

Os dois programas integram a grelha das respetivas estações televisivas no mesmo período horário sendo, por isso, concorrentes. No caso do *talk show* Goucha, este vai caracteristicamente para o ar pelas 16h05, até às 18h20. O programa Júlia costuma iniciar-se pelas 16h10 e prolonga-se também até às 18h20.

A seleção dos formatos em apreço deveu-se ao facto de ambos apresentarem a nomenclatura da personalidade mediática responsável pela sua condução (alinhado com os postulados teóricos mencionados no Enquadramento Teórico), serem

concorrentes e conduzidos por apresentadores altamente versados na arena mediática (ambos com mais de três décadas de carreira televisiva) e que já apresentaram diferentes formatos, inclusivamente em estações televisivas portuguesas distintas (tanto públicas, como privadas). Tal facto pode levar-nos a equacionar que ambos detêm um conhecimento profundo no que concerne às estratégias de programação e técnicas de apresentação, pelo que considerámos pertinente conduzir um estudo em que possamos comparar os formatos por si conduzidos, contrapondo-os com o índice de audiências.

### 3.2 Pergunta de Partida

Uma vez definido o objeto e objetivos de estudo, começámos por estruturar a pergunta de partida, a qual assume a seguinte redação: **“Qual a relação entre o alinhamento dos programas televisivos “Goucha” e “Júlia” e a audimetria?”**.



*Figura 4. Manuel Luís Goucha (à esquerda) e Júlia Pinheiro (à direita). Fonte: Website das estações televisivas.*

### 3.3 Métodos e Técnicas de Investigação

O presente estudo assenta a sua condução numa **metodologia de carácter predominantemente quantitativo, analisando de forma qualitativa alguns dos resultados**. Foi, para o efeito, constituída uma amostra de cinco dias úteis sequenciais, ao longo dos quais foram analisados os programas Goucha e Júlia. Atente-se para o seguinte esquema exemplificativo por forma a clarificar visualmente o esquema de análise seguido:

## AGOSTO 2022

Domingo	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado
	①	②	③	④	⑤	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

Figura 5. Calendário exemplificativo dos dias de análise dos programas televisivos, *Goucha e Júlia*. As circunferências a vermelho assinalam os dias úteis cujas emissões foram alvo de análise. Fonte: Criação Própria.

Perante o exposto, assume-se como ponto digno de menção o facto de termos optado por efetuar uma **análise de conteúdo** (com um olhar crítico e qualitativo, não obstante a natureza quantitativa da técnica de investigação em apreço), tendo sido selecionada a janela temporal de 1 a 5 de agosto 2022. A abordagem em apreço permitiu-nos explorar os seguintes pontos de interesse:

- Posicionamento espacial (em estúdio) do apresentador ao longo do programa;
- Identificação e duração das rubricas que compõem cada um dos programas;
- Classificação setorial dos convidados de cada uma das rubricas (sempre que aplicável);
- Análise das *videotapes* (VTs) no que versa acerca da sua duração, eventual participação do apresentador e existência ou não de instrumental de fundo;
- Análise e classificação das questões colocadas pelo apresentador;
- Análise e classificação das telepromoções;
- Descrição e análise do alinhamento;
- Descrição da cenografia de cada estúdio (cores e elementos dominantes);
- Descrição e análise da linguagem corporal do apresentador;
- Identificação da eventual existência de *teasers* lançados pelo apresentador como convite aos telespetadores para assistirem ao próximo programa;
- Relação dos pontos anteriormente mencionados com o índice de audiências (sempre que possível/plausível).

Por forma a construirmos o Manual de Codificação (*Codebook*) que nos permitisse explorar os temas acima elencados, baseámo-nos no trabalho de Quivy e Campenhoudt (1995). Este processo dividiu-se em três etapas essenciais:

- Construção do guião de análise a partir da revisão da literatura efetuada (e devidamente espelhada no Enquadramento Teórico da presente Dissertação);
- Teste Piloto, que preconizou o visionamento dos conteúdos e conduziu à realização de ajustes nas tabelas desenhadas no âmbito da investigação em apreço;
- Visionamento integral dos conteúdos alicerçado nas tabelas finais.

Apresentaremos, de seguida, o Manual de Codificação utilizado no âmbito da Dissertação e que sustentou o estudo conduzido.

### 3.3.1 Manual de Codificação (*Codebook*)

A análise dos dez programas que integraram a nossa amostra teve por base o Manual de Codificação que passaremos a detalhar. Este é meramente exemplificativo, não apresentando ainda qualquer tradução real dos dados recolhidos.

**Data de Emissão:** dia, mês e ano da emissão.

**Intervalo Horário:** período de tempo em que o programa esteve em antena.

**Duração Total do Programa:** duração do programa em horas e minutos.

**Duração do Genérico de Abertura:** duração do genérico em segundos.

**Início do Programa (*assinalar com X*):**

*Tabela 1. Posição do apresentador no início da emissão.*

Posicionamento do Apresentador	De pé junto ao sofá	Sentado no sofá	De pé junto à mesa de conversas	Sentado / De pé junto à cozinha

## Classificação das Rubricas:

Tabela 2. Classificação das rubricas que compõem o alinhamento do programa.

	Classificação	Duração (XmYs)	Local do Estúdio	Nº Interrupções (Intervalo / Telepromoção)	Música (S / N)
1.	Desastre				
2.	Relações				
3.	Entrevista a uma Figura Pública				
4.	Culinária				

A Tabela 2. permitiu-nos efetuar a classificação setorial dos convidados (ex. ator, professor, médico, desempregado, entre outros). Em cada uma das rubricas foram também analisados os ângulos de realização, nomeadamente no que versa acerca dos planos utilizados, bem como a eventual existência de instrumental de fundo e tom predominante do mesmo (isto é, mais dramático/emotivo ou ligeiro/divertido).

## Classificação das videotapes (VTs):

Tabela 3. Análise das VTs que compõem o alinhamento do programa.

	Duração (XmYs)	Participação Apresentador (S / N)	Música (S / N)
1. VT 1			
2. VT 2			
TOTAL			

## Classificação das Questões do Apresentador:

Tabela 4. Análise da tipologia de questões colocadas pelo apresentador e respetiva frequência.

Número de Questões	Questões Abertas	Questões Fechadas	Questões Divergentes	Questões Convergentes
TOTAL				

Tabela 5. Análise da duração das diferentes tipologias de questões colocadas pelo apresentador.

<b>Média de Duração das Questões</b>	<b>Questões Abertas</b>	<b>Questões Fechadas</b>	<b>Questões Divergentes</b>	<b>Questões Convergentes</b>
<b>TOTAL (XmYs)</b>				

As Tabelas 4. e 5. assumem-se como complementares à Tabela 2., já que espelham a tipologia e o tempo investido pelo apresentador na formulação de questões. Note-se, contudo, que a sua intervenção é muito mais lata do que a simples apresentação de perguntas, podendo fazer comentários ou dar a sua opinião, daí a pertinência da inclusão de ambas as tabelas.

### **Classificação das Telepromoções:**

Tabela 6. Análise das telepromoções que integram o alinhamento do programa.

	<b>Duração (XmYs)</b>	<b>t Promotor (XmYs)</b>	<b>t Apresentador (XmYs)</b>
<b>Telepromoção 1</b>			
<b>Telepromoção 2</b>			
<b>TOTAL (XmYs)</b>			

### **Descrição do Alinhamento:**

Tabela 7. Apresentação do alinhamento do programa.

<b>Horário</b>	<b>Conteúdo</b>
16:05 – 16:42	Entrevista a uma Figura Pública
16:42 – 17:00	Intervalo 1
(...)	(...)

### **Descrição da Cenografia – Cores e Elementos dominantes do Estúdio**

A cenografia dos programas não varia de forma substancial entre cada emissão no que concerne ao estúdio fixo de cada formato, com a exceção de existirem acontecimentos específicos que promovam a sua alteração (como é o caso da rubrica de culinária, no

programa Goucha, às sextas-feiras). Deste modo, foi feita uma descrição genérica da *mise-en-scène* de cada um programas, tendo sido contempladas eventuais variações.

Destacamos que o programa Júlia apresenta várias rubricas que decorrem em espaços distintos do estúdio principal do formato, motivo pelo qual foi feita uma descrição e análise pormenorizada dos mesmos sempre que se constatou tal variação.

### **Descrição da Linguagem Corporal do Apresentador**

O estudo da linguagem corporal (comunicação não verbal) do apresentador incidiu nos seguintes pontos de análise em cada uma das rubricas identificadas:

- Posição das Pernas (Cruzadas / Descruzadas)
- Posição do Tronco (Recostado / Inclinado para a Frente)
- Posição dos Mãos (Palmas das Mãos / Costas das Mãos / Cúpula do Poder)
- Presença / Ausência de Sorriso
- Espelhamento / Mimetização da Linguagem Corporal do Convidado

A equipa de investigação encontra-se ciente do facto de o apresentador exhibir alterações frequentes da sua linguagem corporal ao longo de cada emissão, pelo que nos focámos apenas nos traços predominantes de cada um dos pontos supra elencados.

### **Análise dos Teasers**

A este nível, tivemos em conta se o apresentador convidava ou não diretamente o telespetador a assistir à próxima emissão do programa.

### **Índice de Audiências**

O acesso ao índice de audiências foi conseguido através dos dados disponibilizados pela GfK Portugal, em articulação com a MediaMonitor.

Os resultados obtidos em cada emissão (em termos de *rating*) foram contrapostos com cada um dos tópicos supramencionados (sempre que possível) por forma a identificar eventuais padrões/tendências e possíveis relações causais, as quais não devem nunca ser interpretadas como inequívocas, dado para que para tal teria de ser conduzido um estudo mais robusto, com variáveis adicionais e uma amostra alargada.

### 3.4 Limitações do Estudo

O estudo em apreço apresenta limitações que, por um lado, nos convidam à elaboração cuidadosa dos comentários críticos, os quais não deverão ser considerados como inequívocos e, por outro, abrem a porta a possíveis investigações futuras. Deste modo, apresentamos como limitações do estudo empírico e, conseqüentemente, da Dissertação:

- Amostra concentrada no tempo, pelo que seria importante robustecê-la incluindo mais programas de diferentes semanas, por forma a analisar eventuais variações ao longo do tempo;
- Acesso apenas ao *rating* global dos programas. Seria relevante contrapor os resultados obtidos em cada uma das rubricas com as observações aí registadas, por forma a analisar criticamente o impacto de eventuais mudanças/variações no índice de audiências;
- Ausência de entrevistas com Manuel Luís Goucha e Júlia Pinheiro, o que permitiria complementar os resultados alcançados.

Por uma questão de organização do presente trabalho, e por forma a facilitar a leitura e orientação ao longo do documento, a recolha de dados encontra-se no Apêndice A da Dissertação, com a apresentação do Manual de Codificação devidamente preenchido para cada uma das emissões analisadas. Deste modo, apresentamos de seguida a Análise e Discussão dos Resultados com base nas observações efetuadas.

## Capítulo 4 – Análise e Discussão dos Resultados

No Capítulo 4 apresentaremos um olhar crítico sobre os resultados obtidos, efetuando uma análise tanto de caráter qualitativo como quantitativo a cada um dos programas analisados. Será traçada uma comparação entre os dois formatos (Goucha e Júlia) para cada um dos tópicos presentes no Manual de Codificação apresentado anteriormente. Sempre que possível, faremos ainda um paralelismo entre as observações efetuadas e o índice de audiências registado, por forma a identificar possíveis relações causais/influências do alinhamento no *rating*. Ressalvamos que os comentários adiante apresentados não devem ser entendidos como conclusões inequívocas, dado que para tal seria necessário um estudo mais aprofundado, com variáveis adicionais e uma amostragem mais robusta. Note-se ainda que os programas televisivos do tipo *talk show* revestem-se de uma complexidade significativa, sendo este um ecossistema multifatorial para o qual pesam variáveis não contempladas na presente Dissertação, pelo que os comentários e elações aqui apresentadas devem ser lidos como possíveis tendências.

### Índice de Audiências – *Rating*

Iniciamos a Análise e Discussão dos Resultados com a apresentação comparativa do *rating* registado pelos programas Goucha e Júlia nos dias 1, 2, 3, 4 e 5 de agosto de 2022, dados que nos foram disponibilizados pela GfK Portugal, em parceria com a MediaMonitor. Atente-se, para o efeito, para a Tabela 8.:

Tabela 8. Resultados dos programas Goucha e Júlia nos dias 1, 2, 3, 4 e 5 de agosto de 2022, no que diz respeito ao *rating* – rat (%).

	Goucha – rat (%)	Júlia – rat (%)
01/08/2022	3,86	2,92
02/08/2022	3,09	3,03
03/08/2022	3,36	3,00
04/08/2022	3,36	3,21
05/08/2022	3,30	2,98

Por análise da Tabela 8., torna-se perceptível que o programa Goucha venceu em todas as emissões compreendidas entre os dias 1 e 5 de agosto de 2022 (inclusive), tendo registado um *rating* superior em todos dias quando comparado com o seu concorrente – o formato Júlia. Por esse motivo, para o intervalo horário em que os dois programas estão

a ser emitidos, podemos afirmar que a TVI venceu a SIC no que à audimetria diz respeito e utilizando o *rating* como unidade de medida e comparação.

Note-se que, tal como mencionado previamente, encontramos-nos perante um ecossistema complexo, o qual contempla diferentes variáveis capazes de condicionar, em conjunto, os resultados obtidos por cada uma das estações televisivas. Atentaremos, de seguida, para os diferentes aspetos analisados, os quais serão contrapostos com o índice de audiências e comparados entre si, isto é, as evidências do programa Goucha serão comparadas com os achados do programa Júlia.

### **Análise da Duração do Programa**

No caso do programa Goucha, a sua duração variou entre 2h15m e 2h20m nos dias que foram alvo de análise. Já a duração do programa Júlia variou entre 2h00 e 2h25, o que denota uma oscilação superior, em termos de extensão do programa, quando comparado com o concorrente, Goucha.

Note-se que para a referida contabilização, considerámos o início de cada programa como o momento em que é lançado o genérico de abertura e o término do mesmo como o último segundo do intervalo que antecede o início do programa seguinte.

Não obstante a duração de os dois programas ser muito semelhante, podemos ser levados a equacionar que o público pode ter alguma tendência a preferir o formato que apresenta maior uniformidade no que versa acerca da sua duração, já que o programa Goucha (mais uniforme neste aspeto) registou melhores resultados em todos os dias no que ao *rating* diz respeito. Esta relação encontra-se alinhada com os postulados de Perebinossoff, et al. (2005) e Arrieta (2011), ao afirmarem que a consistência de um *talk show* se assume como um dos fatores passíveis de condicionar a fidelização do público, levando-o a preferir o formato em apreço. Também aqui é possível detetarmos a presença sólida de uma importante estratégia de programação – o *stripping* – a qual prevê que o programa seja posicionado na grelha da estação todos os dias (úteis) à mesma hora, instituindo esse hábito no telespetador (Eastman e Ferguson, 2012). Ainda assim, importa sublinhar que estes fatores por si só, isto é, isoladamente, não devem ser interpretados como passíveis de justificar os resultados obtidos em termos da audimetria.

### **Análise da Duração do Genérico de Abertura**

O programa Goucha apresenta um genérico com a duração aproximada de onze segundos, ao passo que o programa Júlia exhibe um genérico com cerca de nove segundos.

Ambos apresentam um caráter enérgico, ritmado e divertido, sendo essa uma constatação interessante – o facto de os dois programas adotarem uma linha sonora semelhante, refletindo um certo alinhamento entre os *talk shows* em análise.

Tendo em conta a duração diminuta dos genéricos em apreço e, sobretudo, a similitude entre os dois no que versa acerca da sua duração, consideramos não existirem comentários adicionais passíveis de serem feitos em relação a esta matéria.

### **Análise do Início do Programa – Posição dos Apresentadores**

O programa Goucha iniciou-se sempre da mesma forma no que diz respeito ao posicionamento do apresentador. Manuel Luís Goucha deu início a cada emissão sentado sempre no sofá onde decorria(m) a(s) conversa(s) da primeira parte do programa. Já o formato Júlia apresentou alguma variação, com a apresentadora Júlia Pinheiro a iniciar dois dos programas sentada no sofá e três destes de pé, junto ao sofá.

Não obstante estarmos a falar de uma subtileza, uma vez que o programa Goucha venceu todas as emissão alvo de análise no âmbito da presente Dissertação, podemos ser levados a equacionar que, uma vez mais, o público tem tendência a selecionar os formatos que se caracterizam por uma maior uniformidade e consistência (Arrieta, 2011), como é o caso do programa Goucha no aspeto em análise, devendo este ser interpretado como apenas um dos fatores passíveis de condicionar o sucesso do *talk show*.

### **Análise das Rubricas**

Para efeitos de análise crítica de cada uma das rubricas analisadas, optou-se por utilizar como sinónimos as seguintes expressões: “rubrica”, “entrevista” e “conversa”.

#### **Análise das Rubricas do programa Goucha**

O programa Goucha apresenta um alinhamento bastante consistente no que concerne ao número e natureza das suas rubricas – por norma, verifica-se a existência de uma primeira entrevista a um anónimo (por vezes, em coletivo, isto é, com mais do que um convidado em estúdio em simultâneo) e de um segundo momento de conversa com uma figura pública (numa das emissões registaram-se duas conversas com anónimos e uma com uma figura pública). No caso dos anónimos, a natureza das histórias é muito diversa verificando-se, contudo, uma maior incidência em narrativas que abordem complicações na área da saúde. Já nas rubricas com figuras públicas, a sua área profissional tende a ser diferente em cada emissão, tendo contado com a presença de cantores, atores, políticos e

relações-públicas. Porém, encontramos um denominador comum em todas as entrevistas a figuras públicas – o facto de terem sido explorados os momentos de maior dificuldade e tensão e a forma como isso contribuiu para o sucesso do seu percurso profissional.

No programa Goucha todas as rubricas apresentaram instrumental de fundo. O primeiro momento de conversa nunca foi interrompido por compromissos publicitários, ao passo que o segundo exibiu consistentemente duas interrupções – um intervalo e uma telepromoção. No que diz respeito ao local onde cada uma destas rubricas decorreu, a primeira desenrolou-se no sofá e a segunda na mesa de conversas, num espaço distinto do estúdio.

No que aos ângulos de realização diz respeito, no caso do programa Goucha, verificou-se uma utilização demarcada de *close-ups* e grandes planos. Recorreu-se ainda, de forma mais pontual, a planos conjuntos e, por uma vez, a um plano em contrapicado.

### **Análise das Rubricas do programa Júlia**

O programa Júlia apresenta maior variação no que diz respeito ao alinhamento e natureza das rubricas, assim como aos locais em que as mesmas se desenrolam. Por norma, o programa mostra-se constituído por duas rubricas, com a exceção de uma das emissões que contou com três momentos distintos.

O formato conduzido por Júlia Pinheiro parece alicerçar o seu alinhamento de forma mais substancial em entrevistas a figuras públicas, chegando a existir emissões totalmente constituídas por conversas desta natureza. Quando se verifica a existência de rubricas com anónimos, estas tanto surgem na primeira parte, como na segunda. No caso destas entrevistas, verificou-se que o tema abordado versava sempre acerca de problemas de saúde.

Quanto ao instrumental de fundo, todas as rubricas do programa Júlia apresentaram este elemento, com a exceção de duas. No que diz respeito a interrupções ao longo das entrevistas, o programa Júlia apresenta também maior variação quando comparado com o seu concorrente. No formato da SIC, por vezes a primeira rubrica apresenta duas interrupções – intervalo e telepromoção – e a segunda nenhuma; numa das emissões não houve qualquer interrupção em nenhuma das rubricas; noutra registou-se a existência de uma única interrupção apenas na segunda rubrica; e num dos casos não se registou qualquer quebra no primeiro momento, tendo-se verificado duas interrupções – intervalo e telepromoção – na segunda conversa.

O programa Júlia apresenta também variações substanciais no que versa acerca dos espaços onde decorrem as entrevistas. Muitas vezes, estas não acontecem no estúdio principal do programa, sendo utilizado um espaço interior distinto. Verifica-se ainda que a cenografia varia de forma significativa de conversa para conversa (tema explorado adiante). Em três das emissões, foi possível observar que uma das conversas decorreu em espaço exterior com outra particularidade relevante – o facto de nem sempre ser a apresentadora Júlia Pinheiro a conduzir as entrevistas. Por vezes, essa função é assumida por outras figuras públicas convidadas, como o cantor Toy, o ator José Raposo ou o ator João de Carvalho.

No que concerne aos ângulos de realização, o programa Júlia recorre de forma significativa a *close-ups* e a grandes planos. No caso do formato da SIC, também é utilizado o ecrã tripartido, o que confere dinamismo à cena.

Fazendo um comentário comparativo entre os dois formatos, somos levados a equacionar que este tipo de *talk show* beneficia de uma certa uniformidade no que diz respeito ao alinhamento e natureza das suas rubricas, bem como aos momentos de interrupção, já que no caso em que tal se verificou de forma mais expressiva (programa Goucha), a estação televisiva responsável pelo mesmo venceu em termos do índice de audiências. Destacamos, uma vez mais, que tais constatações se encontram alinhadas com os trabalhos de Perebinossoff, et al. (2005) e Arrieta (2011), mencionados no Enquadramento Teórico da Dissertação. Adicionalmente, foi possível constatar a importância da personalidade mediática responsável pela condução do formato, tal como defendido por Timberg (2004), já que na situação em que foi sempre o apresentador que dá nome ao programa a conduzir as entrevistas (programa Goucha), foi esse o formato vencedor. O dinamismo seguido pela SIC quanto ao alinhamento das rubricas, espaço em que as mesmas decorrem, interrupções e escolha da personalidade mediática responsável pela condução das mesmas não parece ser benéfico, pelo menos no que ao *rating* diz respeito.

No que concerne à duração de cada rubrica, o formato Júlia tem tendência a apresentar segmentos ligeiramente mais curtos do que o programa Goucha. Note-se que esta comparação nem sempre foi passível de ser efetuada diretamente em virtude de numa das emissões de cada programa (não coincidentes) terem existido três rubricas, ao invés das habituais duas. Ainda assim, sempre que foi plausível efetuar esta comparação, a duração das rubricas do programa Júlia era inferior em relação ao formato Goucha. Tendo

em consideração que o segundo venceu, somos levados a equacionar que um intervalo temporal maior poderá permitir ao apresentador explorar de forma mais aprofundada cada tema, com um potencial efeito positivo na captação da atenção do telespetador influenciando, assim, positivamente o índice de audiências.

Para além dos pontos já mencionados, verificou-se que o programa Júlia recorre de forma mais frequente a figuras públicas, o que pelos resultados alcançados não parece ter um impacto positivo na audimetria.

Por fim, no que diz respeito aos ângulos de realização, ambos os formatos parecem adotar uma estratégia muito semelhante, sendo que no programa Júlia verificou-se a utilização de ecrãs tripartidos e no caso do seu concorrente registou-se um plano em contrapicado. Tendo em consideração a similitude da estratégia seguida, consideramos não existirem possíveis relações causais entre os ângulos de realização e o índice de audiências a serem registadas.

### **Análise das Videotapes (VTs)**

Um dos aspetos a que prestámos particular atenção no nosso estudo empírico foi a análise das *videotapes* (VTs) dos programas Goucha e Júlia. Por forma a podermos perceber quantas VTs integraram cada uma das emissões analisadas, bem como a sua duração (em minutos e segundos), atente-se para a Tabela 9:

*Tabela 9. Número e duração total (em minutos e segundos) das videotapes que integraram o alinhamento dos programas Goucha e Júlia, por emissão.*

	<b>Goucha</b>		<b>Júlia</b>	
	<b>Número</b>	<b>Duração</b>	<b>Número</b>	<b>Duração</b>
<b>01/08/2022</b>	6	7m30s	4	16m34s
<b>02/08/2022</b>	6	10m10s	0	0m00s
<b>03/08/2022</b>	1	3m20s	0	0m00s
<b>04/08/2022</b>	7	11m45s	0	0m00s
<b>05/08/2022</b>	4	12m14s	0	0m00s

Pela análise da Tabela 9., torna-se perceptível que o programa Goucha apresenta em todas as emissões uma ou mais VTs, ao passo que o formato Júlia só incluiu VTs numa das emissões analisadas (a referente ao dia 1 de agosto de 2022).

Para além do explanado na Tabela 9., importa mencionar que no caso do formato da TVI, o apresentador nunca participa na locução dos conteúdos de qualquer VT, sendo que todas elas contaram com instrumental de fundo com um carácter tendencialmente

emotivo/dramático. Todas as entrevistas encontram-se devidamente alicerçadas em VTs que são emitidas antes e/ou durante a realização das mesmas, dando suporte ao conteúdo e convidando os telespetadores a acompanharem a conversa seguinte. No que respeita ao formato Júlia, foi possível identificar que a apresentadora participou na locação de uma das VTs, tendo todas elas incluído instrumental de fundo da mesma natureza que o programa Goucha. Por análise da Tabela 9., torna-se também possível perceber que no dia em que a SIC emitiu VTs, estas ocuparam mais do dobro do tempo em antena em comparação com o seu concorrente.

Tendo em consideração que o programa Goucha venceu em todos os dias analisados e que este contou sempre com a presença de uma ou mais VTs, somos levados a equacionar que este elemento possa orientar o público ao longo da emissão, despertando o seu interesse e captando a sua atenção, o que pode influenciar positivamente o índice de audiências no que concerne ao *rating*. Note-se, contudo, que esta hipótese carece de um estudo mais aprofundado por forma a poder ser validada. Adicionalmente, os resultados levam-nos a equacionar que uma duração excessiva das VTs possa influenciar negativamente a adesão do público, já que no único dia em que o programa Júlia exibiu conteúdos desta natureza, e estes ocuparam mais do dobro do tempo em relação ao seu concorrente, o programa perdeu (aspeto este que carece de uma amostragem maior e de variáveis adicionais para ser comprovado).

### **Análise das Questões colocadas pelos Apresentadores**

Um dos parâmetros apresentados no Manual de Codificação e que foi alvo de análise no âmbito do presente trabalho, foi a tipologia de questões colocadas pelos apresentadores, bem como o tempo (em minutos e segundos) ocupado em cada emissão para a formulação das diferentes categorias de perguntas. Com o intuito de sistematizar os resultados obtidos e podermos comparar de forma mais eficiente os dois programas, atente-se para as Tabelas 10. e 11. A Tabela 10. sumariza o número de questões fechadas e abertas colocadas pelo apresentador em cada uma das emissões do formato Goucha e Júlia, respetivamente. Já a Tabela 11. evidencia o tempo de emissão ocupado por cada uma das categorias de perguntas, tanto no programa Goucha, como no formato Júlia. Destacamos ainda que Júlia Pinheiro tem tendência para explorar de forma bastante significativa o silêncio, tal como Alvar et al. (2014) afirmam que um bom apresentador de *talk shows* deve ser capaz de fazer. Deste modo, mais do que as questões que apresenta,

Júlia Pinheiro faz muitos comentários, os quais são explorados pelos convidados, o que pode sustentar algumas das observações e análises críticas a seguir apresentadas.

Tabela 10. Número de questões abertas e fechadas colocadas pelos apresentadores do programa Goucha e Júlia em cada dia de emissão.

	Goucha		Júlia	
	Questões Abertas	Questões Fechadas	Questões Abertas	Questões Fechadas
01/08/2022	78	135	54	177
02/08/2022	65	138	20	144
03/08/2022	94	185	35	190
04/08/2022	61	177	34	83
05/08/2022	31	171	18	135

A análise da Tabela 10. permite-nos perceber que tanto Manuel Luís Goucha como Júlia Pinheiro têm tendência para efetuar mais questões fechadas do que abertas em cada emissão. Este aspeto verificou-se em todos os programas analisados. Destacamos ainda que o apresentador da TVI tem tendência para iniciar as perguntas com um carácter aberto, concluindo-as de forma fechada (sobretudo quando percebe que o convidado não encontrou uma linha de resposta clara).

A Tabela 10. evidencia ainda que Manuel Luís Goucha efetua mais questões abertas do que Júlia Pinheiro (note-se que nem todas as entrevistas analisadas foram conduzidas pela apresentadora, conforme mencionado previamente; contudo, este aspeto verificou-se em todas as emissões, mesmo nas que foram integralmente assumidas pela própria). Perante o exposto, e tendo em conta que o programa Goucha venceu todos os dias que integraram a amostra, somos levados a equacionar que um maior número de questões abertas colocadas pelo apresentador pode influenciar positivamente o índice de audiências, aspeto esse sustentado pelo facto de, caracteristicamente, estas questões permitirem extrair mais conteúdo aos convidados, que deverão formular respostas mais robustas e completas, eventualmente capazes de captar a atenção do público de forma mais efetiva, fazendo-o preferir o formato em que tal facto se verifica. Esta relação encontra-se sustentada pelos postulados de Timberg (2004), que afirma isso mesmo. O aspeto aqui elencado remete-nos ainda para o trabalho de Trewin (2001), que refere que os melhores apresentadores de *talk shows* são aqueles que conseguem segmentar as suas questões, fazendo dos temas complexos temáticas fáceis de abordar. Perante o exposto, parece ser este o caso de Manuel Luís Goucha, sobretudo quando comparado com Júlia Pinheiro.

Também a Tabela 10. nos permite perceber que Júlia Pinheiro tem tendência para apresentar mais questões fechadas do que Manuel Luís Goucha, com a exceção de duas emissões (4 e 5 de agosto onde, note-se, nem sempre foi a apresentadora a conduzir as entrevistas, tendo contado com o apoio do ator, João de Carvalho, e do ator, José Raposo, o que pode ter influenciado este aspeto). Tal como defendido por Alvar et al. (2014), as questões fechadas não convidam de forma tão expressiva os convidados a partilharem conteúdo substancial, o que pode levar a uma natureza de resposta menos interessante com um potencial impacto negativo na adesão por parte do público e, assim, no índice de audiências. Perante os resultados registados, somos levados a equacionar esta como sendo uma hipótese plausível (carecendo, contudo, de um estudo mais aprofundado).

Optámos por não incluir na Tabela 10. duas tipologias de questões analisadas – divergentes e convergentes – tendo em consideração o parco surgimento das mesmas ao longo do estudo efetuado. Constatou-se o surgimento de apenas três questões convergentes ao longo das dez emissões analisadas, as quais foram colocadas por Manuel Luís Goucha. No caso das questões divergentes, as mesmas não foram detetadas em nenhuma das emissões alvo de análise. A este nível, importa ressaltar que a maior parte das entrevistas decorreu no modelo de “um para um”, em que o apresentador se encontrava apenas perante um convidado (situação essa possivelmente influenciada pelo período pandémico em que nos encontramos). Adicionalmente, assume-se como ponto digno de menção o facto de apenas Manuel Luís Goucha ter recebido mais do que um convidado em simultâneo, o que justifica o surgimento de questões convergentes apenas nas emissões por si conduzidas. Tendo em conta a natureza dos tópicos abordados pelo apresentador e a união entre os convidados, é expectável que perguntas desta natureza surjam. Uma vez que só foram identificadas três questões convergentes num dos formatos e nenhuma de carácter divergente, não nos pareceu pertinente contrapor este dado com o índice de audiências registado.

Tabela 11. Tempo, em minutos e segundos, ocupado em cada emissão pelos apresentadores dos programas Goucha e Júlia na formulação de questões abertas e fechadas.

	Goucha		Júlia	
	t Questões Abertas	t Questões Fechadas	t Questões Abertas	t Questões Fechadas
<b>01/08/2022</b>	5m24s	7m44s	3m14s	13m14s
<b>02/08/2022</b>	4m52s	9m08s	1m15s	6m06s
<b>03/08/2022</b>	7m20s	13m01s	2m27s	12m34s
<b>04/08/2022</b>	4m32s	14m29s	2m47s	3m49s
<b>05/08/2022</b>	1m55s	12m26s	1m01s	6m22s

A análise da Tabela 11. permite-nos constatar que, de forma geral, o apresentador Manuel Luís Goucha tem tendência para ocupar mais tempo da emissão a formular tanto questões de natureza aberta, como fechada, em comparação com a sua colega e concorrente, Júlia Pinheiro. Em todas as emissões analisadas verifica-se que o tempo investido por Manuel Luís Goucha na formulação de questões abertas superou o utilizado por Júlia Pinheiro na mesma tarefa. No caso de perguntas de natureza fechada, o tempo utilizado por Manuel Luís Goucha também foi sempre superior, com a exceção do dia 1 de agosto de 2022, em que Júlia Pinheiro ocupou mais tempo de antena nessa matéria. Note-se, uma vez mais, que quando nos referimos às emissões do programa Júlia, algumas destas (mais concretamente, três) contaram com intervenientes externos (diferentes da apresentadora Júlia Pinheiro) no papel de entrevistador, o que pode ter influenciado os resultados registados.

Aquando da análise da Tabela 10. foi-nos possível perceber que Manuel Luís Goucha apresenta tendencialmente mais questões de natureza aberta do que Júlia Pinheiro, pelo que é expectável que ocupe mais tempo da emissão com a formulação das mesmas. Contudo, assume-se como ponto digno de menção o facto de mesmo quando o apresentador coloca menos questões fechadas do que Júlia Pinheiro, investe mais tempo na formulação das mesmas (com a exceção da emissão de dia 1 de agosto de 2022). Perante o exposto, somos levados a equacionar que um maior intervalo de tempo utilizado para a colocação de questões possa influenciar positivamente o índice de audiências, carecendo esta relação de uma análise mais fina e robusta.

Importa ainda referir que Júlia Pinheiro recorre muito ao comentário e à apresentação da sua opinião pessoal ao longo das emissões, o que pode justificar o facto de ter sido contabilizado menos tempo na formulação de questões. Ainda assim, destacamos um ponto de particular interesse – no dia em que se registou a maior diferença em termos de

*rating* entre os dois programas (emissão do dia 1 de agosto de 2022, com uma diferença de 0,94), foi quando Júlia Pinheiro foi mais incisiva nos seus comentários, tendo traçado vários juízos de valor a um dos convidados (na entrevista a Tiago Jaqueta). Apesar de não podermos afirmar que tal facto tenha influenciado os resultados alcançados, consideramos que este aspeto deve ser aprofundado em estudos futuros, tendo em conta a diferença significativa registada entre os dois programas no que à audimetria diz respeito.

### **Análise das Telepromoções**

No que diz respeito às telepromoções que integraram ambos os formatos em estudo, importa mencionar que os dois programas apresentaram duas telepromoções em cada emissão, as quais versavam precisamente acerca do mesmo conteúdo quando comparados os dois formatos. A primeira telepromoção dizia respeito ao seguro de saúde promovido pela Medicare, ao passo que a segunda versava acerca da venda de suplementos alimentares (Calcitrin). Tanto no programa Goucha como Júlia, as telepromoções desenrolaram-se nos mesmos moldes, isto é, através da conversa entre o promotor e o apresentador, sendo o telespetador convidado a efetuar uma chamada telefónica, ora para se informar acerca do seguro de saúde supramencionado, ora para adquirir o suplemento alimentar que se encontrava a ser promovido.

Por forma a podermos perceber e comparar a duração das telepromoções, bem como o tempo dado a cada interveniente para o efeito, atente-se para as Tabelas 12. (referente à telepromoção 1) e 13. (respeitante à telepromoção 2).

*Tabela 12. Tempo, em minutos e segundos, ocupado em cada emissão pelos apresentadores e promotores da telepromoção 1 (Medicare) nos programas Goucha e Júlia.*

	<b>Goucha</b>			<b>Júlia</b>		
	<b>t Total</b>	<b>t Promotor</b>	<b>t Apresentador</b>	<b>t Total</b>	<b>t Promotor</b>	<b>t Apresentadora</b>
<b>01/08/2022</b>	2m30s	1m45s	0m45s	2m31s	2m10s	0m21s
<b>02/08/2022</b>	2m30s	1m45s	0m45s	2m30s	2m05s	0m20s
<b>03/08/2022</b>	2m33s	1m53s	0m40s	2m31s	2m10s	0m21s
<b>04/08/2022</b>	2m33s	1m53s	0m40s	2m31s	2m10s	0m21s
<b>05/08/2022</b>	2m33s	1m53s	0m40s	2m31s	2m10s	0m21s

A análise da Tabela 12. permite-nos verificar que a telepromoção 1 dos dois formatos teve uma duração muito semelhante, tanto no programa Goucha, como no formato Júlia. Verificamos, contudo, que Manuel Luís Goucha tem tendência para ocupar cerca do dobro do tempo em comparação com Júlia Pinheiro, sendo que ambos os apresentadores exercem exatamente a mesma função na promoção do conteúdo.

Em termos de alinhamento (aspeto detalhado adiante), importa mencionar que a telepromoção 1 dos dois programas foi sistematicamente emitida no final da primeira parte dos mesmos.

Perante o exposto, e tendo em consideração os resultados registados em termos de *rating*, podemos ser levados a equacionar que uma maior intervenção do apresentador do *talk show* pode ter um impacto positivo no índice de audiências, eventualmente justificado pela credibilidade e respeito que o público lhe reconhece (Timberg, 2004).

Tabela 13. Tempo, em minutos e segundos, ocupado em cada emissão pelos apresentadores e promotores da telepromoção 2 (Suplementos Calcitrin) nos programas Goucha e Júlia.

	Goucha			Júlia		
	t Total	t Promotor	t Apresentador	t Total	t Promotor	t Apresentadora
<b>01/08/2022</b>	3m00s	1m40s	1m20s	2m52s	2m11s	0m41s
<b>02/08/2022</b>	3m00s	1m50s	1m10s	2m52s	2m11s	0m41s
<b>03/08/2022</b>	3m00s	1m50s	1m10s	2m52s	2m11s	0m41s
<b>04/08/2022</b>	3m00s	1m50s	1m10s	2m52s	2m11s	0m41s
<b>05/08/2022</b>	3m00s	1m50s	1m10s	2m52s	2m11s	0m41s

Tal como se verificou por análise da Tabela 12., também a Tabela 13. evidencia que na segunda telepromoção Manuel Luís Goucha continuou a ter maior intervenção, em comparação com Júlia Pinheiro. De forma geral, esta telepromoção ocupou mais oito segundos da emissão da TVI, quando comparada com a SIC.

No que versa acerca do alinhamento, no caso do programa Júlia, a segunda telepromoção foi emitida na segunda parte do programa, ou entre duas entrevistas distintas ou durante determinada conversa, interrompendo-a. No que diz respeito ao programa Goucha, a segunda telepromoção foi sempre emitida durante a entrevista da segunda parte, interrompendo-a.

Dado que estamos a abordar a promoção do mesmo tipo de produto e que os dois apresentadores desempenham precisamente a mesma função a este nível, somos levados a equacionar que, não só uma intervenção dilatada do apresentador possa beneficiar o

índice de audiências, como o seu posicionamento sempre no mesmo momento possa impactar positivamente esta métrica, dado que foi o que se verificou no programa Goucha, o qual venceu em todas as emissões analisadas. Também esta relação se encontra sustentada pelos trabalhos de Perebinossoff, et al. (2005) e Arrieta (2011), que apresentam a consistência como um dos fatores de sucesso inerente aos *talk shows*.

### **Análise do Alinhamento**

Os diferentes fatores que influenciam o sucesso de um *talk show* assumem-se como um sistema de vasos comunicantes, pelo que não é possível separar a análise dos mesmos. Nesse sentido, ao longo da análise crítica já foram abordados, de forma pontual, aspetos do alinhamento dos programas Goucha e Júlia. Ainda assim, focar-nos-emos agora especificamente no alinhamento integral de cada um dos formatos, procurando identificar eventuais semelhanças, diferenças e variações entre os mesmos.

O programa Goucha apresenta uma elevada uniformidade no que concerne ao alinhamento entre emissões. Estas iniciam-se sistematicamente com a apresentação dos conteúdos que serão abordados nesse dia, o que é conseguido através da intervenção do apresentador e de VTs construídas para o efeito. De seguida, tem lugar a primeira entrevista, sendo que por norma esta ocupa toda a primeira parte do programa (só numa das emissões é que houve lugar à realização de duas entrevistas que, no computo geral, tiveram uma duração muito semelhante à entrevista única das restantes emissões). Uma vez concluída a conversa em apreço, segue-se uma telepromoção da responsabilidade da Medicare, momento após o qual o programa vai para intervalo, com uma duração que varia entre doze e dezassete minutos. A segunda parte do programa inicia-se com a introdução da entrevista que ocupará todo esse segmento, entrando de seguida um breve compromisso publicitário de trinta segundos. Posteriormente, tem lugar a referida entrevista, a qual é sempre interrompida por uma telepromoção referente aos suplementos alimentares, Calcitrin. Uma vez concluída a entrevista, o apresentador tende a despedir-se do público, entrando de seguida um intervalo que separa o programa em apreço do seguinte. Só numa das emissões é que detetámos a existência de um momento formal de encerramento do programa, em que houve uma clara separação entre a entrevista e o conteúdo seguinte, que versou acerca das conversas da próxima emissão.

O formato Júlia tende a apresentar mais variações quando comparado com o seu concorrente, no que ao alinhamento diz respeito. O programa inicia-se sempre de forma direta com a primeira entrevista (com a exceção de uma das emissões, em que houve lugar

à apresentação de uma VT de cerca de dezasseis minutos, o que, por si só, foi praticamente uma entrevista), não se verificando em nenhum dos programas a apresentação dos conteúdos que fariam parte daquele dia. Depois da primeira entrevista (a qual nem sempre é concluída na primeira parte do programa), tem lugar uma telepromoção da Medicare e, de seguida, é feita menção aos conteúdos da segunda parte (com a exceção de uma das emissões, em que essa referência não foi detetada). De seguida, o programa vai para intervalo, o qual tem uma duração que varia entre quatorze e dezasseis minutos (sendo este intervalo de variação inferior ao do programa Goucha). A segunda parte do programa é constituída por uma entrevista (a qual pode ser uma nova conversa ou a continuação da entrevista da primeira parte), seguida de uma telepromoção da responsabilidade dos suplementos alimentares, Calcitrin. Posteriormente, ou tem lugar uma nova entrevista ou, caso se tenha iniciado uma conversa na segunda parte, esta é concluída após a telepromoção. Findo este momento, verifica-se sempre a existência de um trecho formal de encerramento do programa, claramente separado da entrevista anterior (o que não acontece no programa Goucha), seguindo-se um intervalo que separa o formato Júlia do programa seguinte. Assume-se como ponto digno de menção, o facto de o alinhamento do programa da SIC prever conversas que nem sempre são conduzidas pela apresentadora Júlia Pinheiro, sendo convidadas outras figuras públicas para assumir este papel, o que não se verifica no programa Goucha.

Fazendo um comentário comparativo entre os dois programas, e tal como mencionado anteriormente, o programa Goucha apresenta um alinhamento mais uniforme. Verifica-se que neste formato há sempre lugar à apresentação dos conteúdos que integram a emissão, sendo sempre Manuel Luís Goucha a assumir a condução de todas as conversas. Adicionalmente, constata-se que a primeira entrevista nunca é interrompida por compromissos publicitários, concentrando-se estes no final da primeira e segunda partes do programa. O programa Júlia, por seu turno, tende a diluir os compromissos publicitários ao longo da emissão e a apresentar um intervalo mais uniforme na ótica da sua duração, não sendo sempre a apresentadora Júlia Pinheiro a responsável pela condução da emissão.

Perante o exposto, somos levados a ponderar que um alinhamento mais uniforme, a apresentação dos conteúdos da emissão no início do programa, a concentração dos compromissos publicitários no término da primeira parte e ao longo da segunda parte do *talk show* e a presença em todos os momentos de conversa do apresentador que dá nome

ao programa, possa influenciar positivamente o índice de audiências, dado que tais aspetos caracterizam o programa Goucha, o qual venceu em todas as emissões. Adicionalmente, pelo mesmo motivo, podemos perspetivar que a ausência de um momento formal de encerramento do programa não afete negativamente os resultados na ótica do *rating*. Note-se, contudo, que tivemos apenas acesso aos dados gerais de *rating*, não sendo possível perceber qual o desempenho do programa em cada um dos momentos, bem como a variação entre a primeira e a segunda parte, pelo que seria necessário atentar para estes aspetos para traçar uma conclusão acerca dos mesmos, assim como robustecer a dimensão da amostra.

### **Análise da Cenografia**

No que diz respeito à cenografia ou *mise-en-scène* dos formatos em estudo, procurámos perceber quais as cores, formas geométricas e elementos predominantes em cada um dos programas. A este nível, constata-se que a cenografia do formato Goucha apresenta uma uniformidade significativa ao longo das emissões, variando apenas os elementos físicos trazidos pelos convidados e exibidos ao longo da emissão para acompanhar as histórias que estão a ser narradas. Já o programa Júlia apresenta alterações muito demarcadas na cenografia, uma vez que muitas das entrevistas, ou decorrem num espaço interior diferente do estúdio habitual do programa (mesmo entre estas a cenografia varia), ou em espaços exteriores (como a adega da Casa Ermelinda Freitas ou o Jardim Zoológico de Lisboa).

Por uma questão de sistematização da informação e orientação do raciocínio, descreveremos de forma detalhada apenas a cenografia respeitante aos estúdios habituais de cada programa. No caso das variações associadas ao formato Júlia, tendo em conta serem tão demarcadas e em número tão significativo, será feita menção específica às principais alterações detetadas.

#### **Cenografia do programa Goucha**

A paleta de cores do estúdio do programa Goucha é constituída essencialmente por vermelho, cinzento, castanho e azul, com alguns apontamentos a dourado.

Os elementos cenográficos, presentes um pouco por todo o estúdio, assumem um carácter predominantemente arredondado, remetendo-nos para uma ideia de inclusão/envolvimento, tal como defendido por Dondis (2015). São exemplo disso, a

conformação arredondada dos sofás, a existência de vasos ovais ou até mesmo a presença demarcada de esferas e circunferências.

É possível identificar, junto aos sofás que integram a primeira parte do programa, um grande ramo de flores essencialmente roxas, azuis, rosa e amarelas, às quais se junta vegetação verde. Este elemento cenográfico é frequentemente contemplado nos ângulos de realização.

Quanto à iluminação, a mesma é notoriamente mais intensa e direta aquando da primeira entrevista, ao passo que na segunda, o carácter é substancialmente mais intimista, recorrendo-se a uma luz mais ténue e que não incide diretamente nos intervenientes.

O segundo segmento do programa, isto é, a segunda entrevista, decorre num espaço distinto do estúdio (no fundo do mesmo), de grandes dimensões, tonalidade avermelhada e com uma utilização demarcada de elementos esféricos/arredondados, apelando-se a uma maior dimensão percecionada pelo telespetador. Neste espaço, o apresentador e o convidado sentam-se frente a frente, tendo entre si uma mesma castanha arredondada (com uma esfera ornamental a servir de suporte). Para além do vermelho, é possível identificar as cores castanha e cinzenta, sendo as cadeiras de cor dourada.

### **Cenografia do programa Júlia**

O estúdio do programa Júlia caracteriza-se pela existência de uma paleta de cores constituída por castanho, cinzento, branco, azul, roxo e rosa. Verifica-se a presença de formas geométricas arredondadas e triangulares dispostas de forma harmoniosa.

O sofá onde tanto a apresentadora como os convidados se sentam é de cor rosa clara, apresentando à sua frente uma mesa redonda castanha com um tampo de mármore. Junto a Júlia Pinheiro é possível detetar a presença de um jarro alto com flores amarelas, rosas e vermelhas. Conseguimos ainda identificar a existência de uma tapete cinzenta em formato circular.

A iluminação do estúdio é intensa e incide diretamente tanto na apresentadora como nos convidados.

Assume-se como ponto digno de menção o facto de estar presente entre Júlia Pinheiro e os convidados uma caixa de lenços (que pode refletir o carácter emotivo do formato), bem como um frasco com desinfetante (remetendo-nos para o período pandémico em que nos encontramos).

No que diz respeito ao espaço interior diferente do estúdio fixo em que decorreram muitas das entrevistas analisadas, este varia de forma substancial de conversa para

conversa. As variações estão presentes a todos os níveis – cores, formas geométricas e elementos cénicos. A conformação e cor das cadeiras e mesas de apoio, os quadros, os elementos da natureza e até outros aspetos ornamentais (como almofadas, candeeiros e demais objetivos decorativos) variam significativamente, denotando bastante dinamismo, eventualmente com o intuito de suscitar interesse por parte do público, estimulando-o visualmente.

Como comentário comparativo, reforçamos que o programa Goucha exhibe uma cenografia uniforme, ao passo que a que caracteriza o formato Júlia é altamente dinâmica e variável. Adicionalmente, todas as entrevistas conduzidas por Manuel Luís Goucha têm lugar no estúdio fixo do programa, ao passo que as conversas do programa Júlia (nem sempre conduzidas pela apresentadora Júlia Pinheiro), ora decorrem no estúdio fixo do formato, ora num espaço interior diferente do mesmo, ora num espaço exterior. Não obstante esta Dissertação não versar acerca da psicologia da cor nem do *design* dos elementos que integram a cenografia, despertou-nos a atenção o facto de ser possível identificar mais formas geométricas ovais/arredondadas no programa Goucha, o que nos remete para uma sensação de proximidade e inclusão, tal como apresentado no trabalho de Dondis (2015). Perante o exposto, é plausível equacionar que uma cenografia uniforme entre emissões (uniformidade essa apresentada por Arrieta (2011) como fator promotor do sucesso de um *talk show*), a par da presença de formas geométricas arredondadas possa eventualmente influenciar de forma positiva o índice de audiências no que ao *rating* diz respeito, já que é o que se verifica no programa Goucha, o qual foi líder de audiências ao longo dos cinco dias analisados.

### **Análise da Linguagem Corporal dos Apresentadores**

A comunicação não verbal ou linguagem corporal dos apresentadores foi um dos aspetos que incluímos no Manual de Codificação, como forma de aferirmos o seu potencial impacto no índice de audiências. Para o efeito, importa mencionar que para a calibragem destas variáveis foi sempre tida em conta a linha neutra, tanto de Manuel Luís Goucha, como de Júlia Pinheiro, isto é, aquando do teste piloto procurámos perceber quais as posturas base predominantes de cada um dos apresentadores para que o estudo subsequente pudesse ser conduzido de forma mais justa e efetiva.

Conforme explicitado anteriormente, nomeadamente no Enquadramento Teórico e no Desenho Metodológico da Dissertação, a linguagem corporal assume-se como uma

das formas de comunicação, a qual se reveste de uma complexidade significativa e conta com diferentes fatores. Por esse motivo, no âmbito do presente estudo foram apenas contemplados os traços gerais/predominantes dos apresentadores em cada uma das variáveis abordadas e apresentadas anteriormente.

### **Análise da Linguagem Corporal de Manuel Luís Goucha**

O apresentador Manuel Luís Goucha tende a ser bastante sorridente, esboçando sorrisos por diversas vezes ao longo de cada emissão, tanto para os convidados como para os telespetadores. Contudo, nos momentos de maior seriedade também exhibe uma capacidade notória para assumir uma expressão neutra, refletindo tranquilidade.

Ao longo da primeira entrevista de cada emissão, o apresentador teve tendência a permanecer consistentemente de perna cruzada, com o tronco inclinado para trás e exibiu frequentemente as costas das mãos. Estes aspetos poderiam ser interpretados como uma postura de fechamento. Contudo, tendo em consideração a consistência da mesma, bem como a própria conformação da poltrona em que se encontra sentado, somos levados a inferir que esta seja uma postura fisiologicamente confortável para o apresentador. Ainda a este nível, importa referir que diversos foram os momentos em que, ao longo destas entrevistas e perante um estímulo dado pelo convidado, o apresentador descruzou a perna, inclinou o tronco para a frente, sorriu, exibiu as palmas das mãos e até tocou no(s) convidado(s), tudo aspetos promotores de confiança e empatia (Cuddy, 2015). Para além destas observações, destacamos o facto de durante a primeira entrevista, de forma recorrente, tanto o apresentador como o(s) convidado(s) se encontrarem em espelho, isto é, com uma linguagem corporal simétrica um do outro, o que evidencia *rappport*, ou seja, que se encontravam ambos alinhados e alegadamente interessados no processo comunicacional em apreço (Robbins, 1993).

Na segunda entrevista de cada emissão, a qual decorre num espaço distinto do estúdio (o que pode também influenciar a linguagem corporal, dado que as cadeiras são diferentes e existe uma mesa alta entre o apresentador e o convidado), a postura de Manuel Luís Goucha é caracteristicamente muito distinta e algo constante ao longo das emissões. O apresentador permanece quase sempre com as pernas descruzadas e de forma quase sistemática com o tronco inclinado para a frente (aspeto este ainda mais demarcado nos momentos de maior diversão/interesse da conversa). Esta postura não só reflete abertura por parte do apresentador, o que tende a potenciar a confiança percebida pelo convidado, como interesse na conversa (Cuddy, 2015). Também ao longo da segunda

entrevista se verificou inúmeras vezes o espelhamento entre o apresentador e o convidado, mantendo-se válido o comentário traçado no parágrafo anterior (Robbins, 1993).

Sendo Manuel Luís Goucha um profissional muito experiente na área da comunicação, é plausível equacionar que o mesmo tenha conhecimento das variáveis da linguagem corporal passíveis de aumentar a proximidade, empatia e confiança entre si e os convidados. Contudo, não podemos fazer tal afirmação de forma perentória, dado que a mesma carecia de confirmação pelo próprio. Ainda assim, importa sublinhar o facto de Manuel Luís Goucha ter tendência para assumir uma linguagem corporal promotora de abertura, confiança e empatia, bem como simétrica em relação aos seus convidados.

### **Análise da Linguagem Corporal de Júlia Pinheiro**

A apresentadora Júlia Pinheiro tende a exibir frequentemente um sorriso, tanto para os convidados, como para os telespetadores, sempre que olha diretamente para a câmara. A este nível, consideramos que a apresentadora faz ainda mais uso desta ferramenta da linguagem corporal do que o colega, Manuel Luís Goucha.

A primeira entrevista de cada emissão decorreu ou no sofá do estúdio fixo, ou num espaço interior diferente do estúdio ou ainda em espaço exterior, não sendo sempre conduzida pela apresentadora, o que dificultou a análise em apreço. Ainda assim, Júlia Pinheiro teve tendência para se sentar sistematicamente com a perna cruzada, de lado em direção ao convidado e com o tronco tendencialmente direito, naquela que nos pareceu ser uma postura fisiologicamente confortável para si, tendo em consideração as observações também efetuadas aquando do teste piloto. Não obstante este ponto, diversos foram os momentos em que a apresentadora se inclinou para a frente em consequência da concordância que expressou em relação aos convidados ou sempre que se ria em virtude dos conteúdos transmitidos pelos mesmos. Este aspeto evidencia interesse no processo comunicacional, sendo ainda promotor de confiança e empatia entre a apresentadora e o seu interlocutor, podendo inclusivamente criar também essa perceção nos telespetadores (Pease, A. e Pease, B., 2017).

À semelhança da primeira, também a segunda entrevista não foi sempre conduzida por Júlia Pinheiro. Ainda assim, quando tal facto foi observado, a sua linguagem corporal foi muito semelhante à evidenciada anteriormente, com uma particularidade interessante – constatámos frequentemente a simetria de posturas entre a apresentadora e o seu interlocutor, estando estes em espelho. Conforme mencionado previamente, posturas simétricas podem evidenciar que ambos se encontram em *rapport*, sendo este um sinal

muito positivo quanto ao sucesso e interesse do processo comunicacional (Robbins, 1993).

À semelhança do referido no caso do apresentador da TVI, também seria plausível equacionar que Júlia Pinheiro, dada a sua experiência profissional, tenha conhecimento das posturas mais favoráveis a um estilo de comunicação positivo e inclusivo. Contudo, tal conclusão não pode ser traçada a partir do estudo efetuado, sendo inclusivamente uma das limitações do mesmo.

Como comentário comparativo, destacamos o facto de ambos os profissionais apresentarem uma tendência notória para assumir uma linguagem corporal promotora de proximidade, confiança e empatia com os convidados, o que poderá também impactar positivamente os telespetadores. Ambos têm tendência para evidenciar uma postura de espelhamento em relação ao interlocutor, não sendo possível perceber se tal facto é ou não propositado. Verifica-se ainda que perante um estímulo positivo – conteúdo ou postura do convidado – tanto Manuel Luís Goucha como Júlia Pinheiro têm tendência para sorrir e aproximar-se do mesmo, chegando mesmo a tocar-lhe (aspeto também promotor de confiança).

Uma vez que Júlia Pinheiro não conduziu todas as entrevistas, o estudo da linguagem corporal da apresentadora não assumiu uma profundidade tão demarcada quanto o de Manuel Luís Goucha, o que pode ter influenciado as observações efetuadas.

Perante o exposto, e uma vez que não se detetaram variações substanciais na linguagem corporal dos dois apresentadores, não encontramos aspetos a este nível que possam ser associados ao eventual impacto no índice de audiências.

### **Análise dos *Teasers***

Um dos aspetos que procurámos aprofundar aquando da análise das dez emissões contempladas no âmbito do presente estudo foi a eventual existência de *teasers* que convidassem os telespetadores a assistirem ao programa do dia seguinte. A Tabela 14. espelha os dados recolhidos e tratados a este nível.

Tabela 14. Indicação da presença (assinalada com “Sim”) ou ausência (assinalada com “Não”) de *teaser* nos programas Goucha e Júlia nas emissões dos dias 1, 2, 3, 4 e 5 de agosto de 2022.

	<b>Goucha</b>	<b>Júlia</b>
<b>01/08/2022</b>	Sim	Sim
<b>02/08/2022</b>	Não	Sim
<b>03/08/2022</b>	Sim	Sim
<b>04/08/2022</b>	Sim	Sim
<b>05/08/2022</b>	Sim	Sim

A análise da Tabela 14. evidencia que todas as emissões analisadas, com a exceção do programa Goucha no dia 2 de agosto de 2022, incluíram a presença de *teasers* no seu alinhamento. Dado que o programa Goucha venceu todos os dias, mesmo quando o apresentador não lançou qualquer convite aos telespetadores para o acompanharem no dia seguinte, podemos afirmar que não foram encontrados indicadores que nos levem a ponderar que a ausência de *teaser* possa afetar negativamente o índice de audiências.

A este nível, importa ainda mencionar que foram analisadas apenas cinco emissões de cada programa, pelo que seria necessário robustecer a amostra para um comentário mais apurado, acrescentando ainda o facto de os *teasers* serem momentos caracteristicamente muito curtos e, por isso, com um impacto potencialmente pouco significativo no que concerne à influência que exercem sobre os telespetadores.

## Conclusão e Pistas Futuras de Investigação

A Dissertação espelha bem a complexidade da arena mediática televisiva, em particular no que concerne aos conteúdos de entretenimento. A este nível, estudámos especificamente os *talk shows*, cujo sucesso se assume como uma equação multifatorial para a qual pesam diferentes fatores.

O estudo foi desencadeado pela pergunta “**Qual a relação entre o alinhamento dos programas televisivos “Goucha” e “Júlia” e a audimetria?**”, a qual espelha por si só a célebre luta de audiências entre as duas estações televisivas privadas, TVI e SIC.

A análise que conduzimos permite-nos inferir que este tipo de programas – *talk shows* emitidos em *day time* – parecem beneficiar de uma certa uniformidade e consistência no que versa acerca do seu alinhamento, tal como postulado por Perebinossoff, et al. (2005) e Arrieta (2011). Este aspeto encontra-se bem patente em domínios como a duração do programa, a posição do apresentador aquando do início do mesmo, a estrutura do alinhamento (o que envolve o número e natureza das rubricas, bem como os momentos de interrupção) e a cenografia ou *mise-èn-scene* associada. No caso em que tais aspetos se mantiveram notoriamente mais uniformes – programa Goucha – registou-se um índice de audiências superior (utilizando como unidade de medida o *rating*), por comparação com o seu concorrente, Júlia.

Concluimos ainda que a utilização de VTs parece influenciar positivamente o índice de audiências, dado o seu potencial de orientação do público ao longo da emissão, situando-o, despertando o seu interesse e captando a sua atenção. Destacamos que o programa Goucha, vencedor em todos os dias alvo de análise, apresentou consistentemente materiais audiovisuais desta natureza, o que sustenta a conclusão acima apresentada. Ainda a este nível, somos levados a equacionar que uma duração excessiva associada às VTs possa ser nefasta no que diz respeito ao *rating* registado, dado que no dia em que o programa Júlia ocupou mais do dobro do tempo em relação ao seu concorrente com conteúdo desta natureza, o programa perdeu.

No que concerne à natureza das questões colocadas por Manuel Luís Goucha e Júlia Pinheiro, destacamos dois aspetos essenciais associados a cada uma das personalidades mediáticas – o apresentador da TVI tem tendência a iniciar as perguntas com um caráter aberto, concluindo-as de forma fechada, ao passo que a apresentadora da SIC faz mais uso do silêncio e recorre de forma mais significativa à emissão da sua opinião pessoal.

Ainda no domínio da tipologia de questões, podemos equacionar que a formulação de um maior número de perguntas de natureza aberta possa impactar positivamente a preferência do público, dado que Manuel Luís Goucha parece adotar de forma sistemática esta postura, tendo o formato por si conduzido vencido em todas as emissões. Esta relação encontra-se alinhada com o trabalho de Timberg (2004), que afirma que os *talk shows* beneficiam de forma mais expressiva de questões de natureza aberta (em comparação com perguntas fechadas), pois tal estratégia parece conseguir extrair maior conteúdo aos convidados, o que tende a despertar o interesse do público. Esta constatação encontra-se também alinhada com os postulados de Trewin (2001), que afirma que programas desta natureza beneficiam da segmentação de questões, por forma a tornar mais fácil o raciocínio, tanto para o convidado, como para o público. É plausível ponderar que um maior número de questões (postura adotada por Manuel Luís Goucha) permita simplificar os temas, tornando a conversa mais fluida e apelativa. Precisamente pelos mesmos motivos, concluímos que um maior número de questões de natureza fechada (estratégia aparentemente adotada por Júlia Pinheiro) possa impactar negativamente a preferência do público, constatação esta alicerçada nos resultados de audimetria registados.

Os resultados obtidos apontam ainda para a importância da presença e intervenção da personalidade mediática responsável pela condução do programa. Note-se que no caso em que o apresentador que dá nome ao formato foi o responsável pela condução de todos os momentos de conversa e teve ainda maior intervenção nos segmentos de telepromoção – programa Goucha – foi este o formato vencedor. Esta relação encontra-se alinhada com os trabalhos de Arrieta (2011), Bonner (2011) e Timberg (2004), que afirmam não só que ao apresentador é atribuída a responsabilidade do sucesso do *talk show* (em virtude do respeito e relação de quase intimidade que se estabelece com o telespetador), como também que a sua credibilidade e carisma (um certo magnetismo percebido pelo público) são um dos fatores responsáveis pela preferência por parte da audiência em relação ao conteúdo por si conduzido.

Quanto à linguagem corporal das personalidades mediáticas, o presente trabalho permitiu-nos concluir que ambos os profissionais têm tendência para adotar um registo comunicacional promotor de confiança e empatia, o que tende a aproximar os convidados e o público do formato. Note-se ainda que tanto Manuel Luís Goucha como Júlia Pinheiro apresentam frequentemente uma linguagem corporal simétrica dos seus convidados, evidenciando que se encontram em *rapport* com os mesmos (Robbins, 1993).

Concluimos também que a presença de *teasers* não parece impactar positivamente o índice de audiências, o que pode ser justificado pela sua parca extensão. Também a análise da duração do genérico de abertura não revelou quaisquer aspetos merecedores de considerações adicionais.

Como perspetivas futuras, consideramos pertinente alargar a dimensão da amostra (analisando um maior número de emissões, ao longo de diferentes semanas), considerar um maior número de variáveis (como o tempo ocupado tanto pelo convidado, como pelo apresentador ao longo da emissão), entrevistar os apresentadores e/ou a equipa de produção (por forma a poder traçar claramente o ritual de preparação do apresentador, bem como a eventual utilização intencional de ferramentas de linguagem corporal promotoras do sucesso do processo comunicacional) e analisar criticamente cada uma das rubricas/partes do programa contrapondo-as com o *rating* registado em cada um dos momentos, por forma a poder identificar eventuais relações causais adicionais.

A elaboração da Dissertação permitiu-nos ainda perceber (do ponto de vista da análise da literatura) que, não obstante os custos de produção de conteúdos de entretenimento serem substancialmente superiores aos de índole informativa, estes continuam a ter um elevado potencial de agregação do público, contribuindo de forma significativa para a dinamização do bolo publicitário, com um reflexo direto nas receitas geradas e no sucesso registado pelas estações televisivas, em particular as de natureza privada (Timon. 2015).

O trabalho aponta ainda para o impacto do *broadcast* na sociedade portuguesa, já que a tipologia de formato estudada – os *talk shows* – tem uma capacidade notória para sensibilizar o público para temas estruturantes. Atente-se, a este nível, para a presença de políticos em antena em momentos críticos como a pandemia COVID-19 ou até mesmo de médicos que, de forma lúdica e descontraída, contribuem para a literacia em saúde da população. Em termos de mercado, o facto de os *talk shows* serem emitidos em direto parece constituir uma vantagem e ser um ponto atrativo para o público quando comparado com as plataformas de *streaming*.

Perante o exposto, e naquele que é um comentário pessoal, lançamos o repto para que o entretenimento seja analisado e interpretado com o respeito e deferência que lhe é devido, ou não fosse esse o fator promotor de esperança que entra todos os dias pela casa de milhares de famílias portuguesas.

## Bibliografia

- Abrantes, J. & Dayan D. (2006). *Televisão: das Audiências aos Públicos*. Livros Horizonte.
- Albronda, J. & Wilson, N. (1995). *Tuning in Trouble: Talk Tv's destructive impact on our mental health*. Jossey-Bass.
- Alvar, A., Kalaw, C., Anajao, K. & Sala, M. (2014). *The Art of Questioning*.
- Arrieta, E. (2011). *Estrategias de programación televisiva*. Editorial Síntesis.
- Aslama, M., Hellman, H. & Sauri, T. (2011). Digitalizing Diversity: Public Service Strategies and Television Program Supply in Finland in 2002. *International Journal on Media Management*, 6:3-4, pp.152-161.
- Aslama, M., Pantti, M. (2006). Talking alone: reality TV, emotions and authenticity. *University of Helsinki*, 9(2), pp.167-184.
- Blumler, Jay G. & Katz, Elihu (1974), *The Uses Of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*, Thousand Oaks: Sage.
- Bonner, F. (2011). *Personality Presenters - Television's Intermediaries with Viewers. Part II. The Content of Presentation*. University of Queensland, Australia.
- Boyd, A. (2000). *Broadcast Journalism. Techniques of Radio and Television News (5ª Ed)*. Oxford, Focal Press.
- Brandão, N. & Burnay, C. (2019), “Marcas, produtos e temáticas na ficção televisiva: um ensaio sobre o placement como estratégia de produção”, *Media&Jornalismo*, 19(34), pp.83-94.
- Burnay, C., Rueda, L. & José, C. (2014). Television fiction and memory practices in Portugal and Spain (2000–2012): Some comparative reflections. *International Journal of Iberian Studies* (27).
- CAEM (2021). Glossário. Rating. Acedido em 13/06/2022.
- CAEM (2021). Glossário. Share. Acedido em 13/06/2022.
- Calderón, P. (2005). *Op. cit.* pp. 38-40.
- Casetti, F. & Chio, F. (1999). *Análisis de la Televisión – Instrumentos, Métodos y Prácticas de Investigación: Paidós, Barcelona, Buenos Aires e México*.
- Charaudeau, P. & Ghiglione, R. (2008). *A Palavra Confiscada. Um género televisivo: o talk show*. Instituto Piaget.

- Contreras, J. & Palacio, M. (2001). La programación de televisión. Editorial Síntesis.
- Cuddy, A. (2015). Presence: Bringing Your Boldest Self to Your Biggest Challenges. Orion Publishing Group.
- Cunha, I. & Burnay, C. (2006) “Ficção televisiva em Portugal: 2000-2005”. Universidade de Coimbra, Universidade Católica Portuguesa, Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação.
- Dondis, D. (2015). Sintaxe da Linguagem Visual. Martins Fontes.
- Eastman, S. & Ferguson, D. (2012). Media Programming: Strategies and Practices. Wadsworth Publishing.
- Eastman, S. & Ferguson, D. (2013). *Media Programming Strategies*. Boston: Wadsworth.
- Esquenazi, J. (2006). Sociologia dos Públicos – Livro 15. Porto Editora.
- Esser, A. (2013). TV Formats: history, theory, industry and audiences. *Critical Studies in Television* (8).
- Fernandes, A. (2000). “A Televisão do Público: um estudo sobre a realidade portuguesa”, *Sociologia Problemas e Práticas* (32), p.117-145.
- Ferreira, A. 1980. *Méio Dicionário Aurélio* (2ª ed.). Editora Positivo, pp. 852.
- Ferreira, M., Reis, N. & Santos, J. (2011). “TVI: O turnaround até à liderança de audiências”, *GlobADVANTAGE – Center of Research in International Business Strategy*, caso de estudo nº7.
- Foucault, M. (1969). *A Arqueologia do Saber*. Edições 70.
- Freeman, H. (2019). Selfies, influencers and a Twitter president: the decade of the social media celebrity. *The Guardian*.
- Goffman, E. (1981). *Forms of Talk*. University of Pennsylvania Press.
- Guilherme, T. (2020). *O Averso do Direto*. Contraponto.
- Habermas, J. (1991). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge: The MIT Press.
- Hartley, J. (1982). *Understanding News*. Routledge, London.
- Jost, F. (2009). O que significa falar de “realidade” para a Televisão?. In Gomes, I. (2009). *Televisão e Realidade*. (pp. 13-30). EDUFBA.

- Leon, C. (2015). *That's the way it is: a history of television news in America*. London: The University of Chicago Press, Ltd.
- Livingstone, S. (2005). Audiences and Publics: When cultural engagement matters for the public sphere. *Changing Media, Changing Europe Volume 2*. Intellect Books, PO Box 862, Bristol BS99 1DE, UK.
- Lopes, F. (2000). “O Panorama Audiovisual Português. O passado recente e o futuro próximo” [Comunicação apresentada] 4º Encontro Lusófono de Ciências da Comunicação, São Vicente, Brasil.
- Lopes, F. (2007). “Novos rumos no audiovisual português: o reflexo do Big Brother na informação televisiva” em Pinto, Manuel e Sousa, Helena, (Eds.), *Casos em que o jornalismo foi notícia*, Porto: Campo das Letras.
- Lopes, F. (2008). “Da televisão: a reconfiguração do *prime-time* nos canais generalistas portugueses” em Pinto, Manuel e Marinho, Sandra, (Eds.), *Os media em Portugal nos primeiros cinco anos do século XXI* (pp.33-46), Porto: Campo das Letras.
- Lopes, F. (2009). “Estudos Televisivos: perspectivas diacrónicas”. *Comunicação e Sociedade*, 15, pp.7-27.
- Lopes, F. (2012). *20 Anos de Televisão Privada em Portugal*. Lisboa: Guerra&Paz.
- Losada, A. (2005). The newsreader: requirements for on effective communication. Number 25. Comunicar Group. Spain.
- Mehl, D. (2005). The public on the television screen: towards a public sphere of exhibition. In Livingstone, S. (2005). Audiences and Publics: When cultural engagement matters for the public sphere. *Changing Media, Changing Europe Volume 2*. Intellect Books, PO Box 862, Bristol BS99 1DE, UK.
- Napoli, P. (2011). *Audience Evolution: New Technologies and the Transformation of Media Audiences*. Columbia University Press.
- Navarro, J. (2010). *O Corpo Não Mente*. Texto Editores.
- Nazareth, A. (2016). Os programas de entretenimento em fluxo na televisão generalista em Portugal: o modelo de organização e a sua valorização estética numa convergência de media. Universidade do Porto.
- OBITEL (2014). *Estratégias de Produção Transmídia na Ficção Televisiva*. Editora Meridional Ltda.

- Pease, A. & Pease, B. (2017). *Linguagem Corporal – O Guia Definitivo para a Comunicação Não Verbal*. Editora Pergaminho.
- Perebinossoff, P., Gross, B. & Gross, L. (2005). *Programming for TV, Radio and the Internet: Strategy, Development and Evolution*. London: Routledge.
- Pinheiro, M. (2021). *Televisão, Programação e Batalha de Audiências: 2019 um ano de viragem*. Universidade Católica Portuguesa.
- Quivy, R. & Campenhoudt, L. (1995). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Gradiva – Publicações Lda.
- Robbins, A. (1993). *Awaken the Giant within: How to Take Immediate Control of Your Mental, Physical and Emotional Self*. Simon & Schuster.
- Robbins, A. (1993). *Awaken the Giant within: How to Take Immediate Control of Your Mental, Physical and Emotional Self*. Simon & Schuster.
- Sesno, F. (2017). *sk more : the power of questions to open doors, uncover solutions, and spark change*. New York, NY : AMACOM.
- Simons, M. (2017). *The Old-Time Television Trivia Book III*. BearManor Media.
- Sobral, F. (2012). *Televisão em Contexto Português: uma abordagem histórica e prospetiva*. *Millenium*, 42. (pp.143-159).
- Souza, J. (2015). *Gêneros e formatos na televisão brasileira*. Summus Editorial, pp.43-120.
- Timberg, B. (2002). *Television Talk*. Austin, University of Texas Press.
- Timberg, B. 2004. *Television Talk (A History of the TV) – with “A Guide to television Talk by Robert J. Erler”*: Austin, University of Texas Press.
- Timon, J. (2015). *El arte de programar. ¡El cine ha muerto. Viva la televisión!*. Editorial Fragua.
- Tolson., A. (2014). *Television Talk Shows: Discourse, Performance, Spectacle*. London: Routledge.
- Torres, E. (2011). *A Televisão e o Serviço Público*. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos.
- Trewin, J. (2001). *Presenting on TV and radio*. Oxford, Focal Press.
- TVI, 2021. *Goucha doa 35 mil euros em direto a família que com um incêndio perdeu a casa no dia de natal. Dois às 10*.

- Williams, E. & Williams, R. (1990). Programming: distribution and flow. London: Routledge.
- Winfrey, O. 2020. Oprah's Vision Tour Visionaries. WeightWatchers. Acedido em 14/07/2022.
- Wolfe, K. (2012). So You Want To Be a TV Presenter?. Nick Hern Books.

## Apêndice A

### Análise das emissões do programa Goucha (TVI)

**Data de Emissão:** 1 de agosto de 2022

**Intervalo Horário:** 16h10 até às 18h25

**Duração Total do Programa:** 2h15m

**Duração do Genérico de Abertura:** cerca de 11s

#### Início do Programa (*assinalar com X*):

Tabela 15. Posição do apresentador no início da emissão do dia 1 de agosto de 2022.

Posicionamento do Apresentador	De pé junto ao sofá	Sentado no sofá	De pé junto à mesa de conversas	Sentado / De pé junto à cozinha
		X		

#### Classificação das Rubricas:

Tabela 16. Classificação das rubricas que compõem o alinhamento do programa Goucha no dia 1 de agosto de 2022.

	Classificação	Duração (XmYs)	Local do Estúdio	Nº Interrupções (Intervalo / Telepromoção)	Música (S / N)
1.	Entrevista a Maria da Piedade (anónima, que partilha a sua história de amor)	46m00s	Sofá	Zero	S
2.	Entrevista a Macário Correia (político que se tornou agricultor)	56m30s	Mesa	Duas (Intervalo e Telepromoção)	S

A entrevista a Maria da Piedade contemplou a utilização de um elevado número de *close-ups*, no que concerne aos ângulos de realização. Utilizaram-se muito pontualmente grandes planos, onde tanto o apresentador como a convidada surgiam. Nesta entrevista, o instrumental de fundo assumiu um carácter pesado e emotivo. Em termos de elementos cenográficos, apraz-nos referir que foi exibida uma “gaita de beijos” que remetia para a história de amor que estava a ser contada.

A entrevista a Macário Correia também fez um uso expressivo de *close-ups*, com a utilização esporádica de grandes planos. Assume-se como ponto digno de menção o facto de dois dos seus filhos terem prestado o seu testemunho na forma de vídeo, o que emocionou de forma expressiva o convidado. O instrumental de fundo tinha uma carácter leve e divertido.

### **Classificação das videotapes (VTs):**

*Tabela 17. Análise das VTs que compõem o alinhamento do programa Goucha no dia 1 de agosto de 2022.*

	<b>Duração (XmYs)</b>	<b>Participação Apresentador (S / N)</b>	<b>Música (S / N)</b>
<b>1. VT sobre Macário Correia (Político)</b>	0m20s	N	S
<b>2. VT sobre Maria da Piedade e Mário (Anónimos)</b>	2m20s	N	S
<b>3. VT com o testemunho de Maria da Piedade sobre um tumor</b>	3m00s	N	S
<b>4. VT sobre Macário Correia (Político)</b>	0m20s	N	S
<b>5. VT com o testemunho de Macário Correia (Político)</b>	1m00s	N	S
<b>6. VT com Filomena Cardinali (próximo programa)</b>	0m30s	N	S
<b>TOTAL</b>	7m30s		

### Classificação das Questões do Apresentador:

Tabela 18. Análise da tipologia de questões colocadas pelo apresentador e respetiva frequência na emissão do dia 1 de agosto de 2022.

Número de Questões	Questões Abertas	Questões Fechadas	Questões Divergentes	Questões Convergentes
<b>TOTAL</b>	78	135	0	0

Tabela 19. Análise da duração das diferentes tipologias de questões colocadas pelo apresentador na emissão do dia 1 de agosto de 2022.

Média de Duração das Questões	Questões Abertas	Questões Fechadas	Questões Divergentes	Questões Convergentes
<b>TOTAL (XmYs)</b>	5m24s	7m44s	0m00s	0m00s

A análise das Tabelas 18. e 19. evidencia uma utilização mais expressiva de questões fechadas pelo apresentador Manuel Luís Goucha, ocupando estas mais tempo ao longo da emissão. Note-se, contudo, que o apresentador exhibe alguma tendência para iniciar as questões com um carácter aberto e concluí-las de forma fechada. É ainda importante referir que a sua intervenção é muito mais lata do que a simples apresentação de questões, fazendo comentários, dando a sua opinião, acrescentando informação ou sumarizando o conteúdo veiculado pelos convidados.

### Classificação das Telepromoções:

Tabela 20. Análise das telepromoções que integram o alinhamento do programa Goucha no dia 1 de agosto de 2022.

	<b>Duração (XmYs)</b>	<b>t Promotor (XmYs)</b>	<b>t Apresentador (XmYs)</b>
<b>Telepromoção 1 (Medicare)</b>	2m30s	1m45s	0m45s
<b>Telepromoção 2 (Suplementos Calcitrin)</b>	3m00s	1m40s	1m20s
<b>TOTAL (XmYs)</b>	5m30s	3m25s	2m05s

## Descrição do Alinhamento:

Tabela 21. Alinhamento do programa Goucha no dia 1 de agosto de 2022.

Horário	Conteúdo
16:10 – 16:14	Apresentação das entrevistas que integram o programa
16:14 – 17:00	Entrevista a Maria da Piedade (Anónima) cujo tónica é uma história de amor
17:00 – 17:02	Telepromoção
17:02 – 17:14	Intervalo
17:14 – 17:15	Introdução da entrevista a Macário Correia (Político que se tornou agricultor)
17:15 – 17:16	Intervalo (Breve compromisso publicitário)
17:16 – 17:40	Continuação da entrevista a Macário Correia (Político que se tornou agricultor)
17:40 – 17:43	Telepromoção
17:43 – 18:08	Continuação da entrevista a Macário Correia (Político que se tornou agricultor)
18:08 – 18:10	Encerramento do programa
18:10 – 18:25	Intervalo

## Descrição da Cenografia – Cores e Elementos dominantes do Estúdio

A paleta de cores do estúdio do programa Goucha é constituída essencialmente por vermelho, cinzento, castanho e azul, com alguns apontamentos a dourado.

Os elementos cenográficos, presentes um pouco por todo o estúdio, assumem um carácter predominantemente arredondado, remetendo-nos para uma ideia de inclusão/envolvimento. São exemplo disso a conformação dos sofás, a existência de vasos ovais ou até mesmo a presença demarcada de esferas e circunferências.

É possível identificar, junto aos sofás que integram a primeira parte do programa, um grande ramo de flores essencialmente roxas, azuis, rosa e amarelas, às quais se junta vegetação verde. Este elemento cenográfico é frequentemente contemplado nos ângulos de realização.

No que concerne à iluminação, a mesma é notoriamente mais intensa e direta aquando da primeira entrevista, ao passo que na segunda, o carácter é substancialmente mais intimista, recorrendo-se a um luz mais ténue e que não incide diretamente nos intervenientes.

O segundo segmento do programa, isto é, a segunda entrevista, decorre num espaço distinto do estúdio (no fundo do mesmo), de grandes dimensões, tonalidade avermelhada e com uma utilização demarcada de elementos esféricos/arredondados, apelando-se a uma maior dimensão percecionada pelo telespetador. Neste espaço, o apresentador e o convidado sentam-se frente a frente, tendo entre si uma mesma castanha arredondada (com uma esfera ornamental a servir de suporte). Para além do vermelho, é possível identificar as cores castanha e cinzenta, sendo as cadeiras de cor dourada.

### **Descrição da Linguagem Corporal do Apresentador**

Ao longo de ambas as entrevistas, o apresentador exibiu frequentemente um sorriso, tanto para os convidados, como sempre que se dirigia diretamente ao telespetador.

Aquando da entrevista a Maria da Piedade, Manuel Luís Goucha permaneceu de forma consistente de perna cruzada, com o tronco inclinado para trás e exibiu frequentemente as costas das mãos. Dada a constância da postura em apreço, esta parece ser uma postura fisiologicamente confortável para o apresentador, a qual é também possivelmente condicionada pela própria poltrona em que se encontra sentado. Denotámos, ainda assim, um ponto de particular interesse – o espelhamento entre o apresentador e a convidada. Ambos exibiram uma linguagem corporal simétrica um do outro (tanto em termos da posição das pernas, como do tronco e das mãos), o que pode evidenciar que ambos se encontram em *rapport* e, por isso, alinhados em termos comunicacionais.

Já na entrevista a Macário Correia, o apresentador exhibe uma linguagem corporal muito distinta, permanecendo sempre com as pernas descruzadas e de forma quase sistemática com o tronco inclinado para a frente (aspeto este ainda mais demarcado nos momentos de maior diversão/interesse da conversa). Note-se que esta entrevista decorreu num local distinto do estúdio – numa mesa, onde ambos os intervenientes se encontravam sentados numa cadeira, frente a frente. Este aspeto pode ter condicionado a linguagem corporal de ambos, contudo é notória a presença de uma postura promotora de interesse, confiança e empatia por parte do apresentador.

### **Análise dos *Teasers***

A este nível, tivemos em conta se o apresentador convidava ou não diretamente o telespetador a assistir à próxima emissão do programa.

O apresentador convidou de forma direta os telespetadores a acompanharem-no ao longo da próxima emissão, tendo até lançado uma VT com um pequeno excerto do conteúdo que poderiam esperar na próxima emissão. O tom utilizado foi de grande proximidade e de caráter claramente emotivo, referindo: “Gostei de estar consigo hoje. Espero que nos possamos encontrar novamente amanhã”, o que pode ter um efeito muito positivo na audiência.

### **Índice de Audiências**

O acesso ao índice de audiências foi conseguido através dos dados disponibilizados pela GfK, tendo sido o utilizado o *rating* de audiências.

No dia 1 de agosto de 2022, o programa Goucha registou um rating de 3,86. O resultado em apreço fez com que a TVI ganhasse à SIC no intervalo horário em apreço.

**Data de Emissão:** 2 de agosto de 2022

**Intervalo Horário:** 16h05 até às 18h25

**Duração Total do Programa:** 2h20m

**Duração do Genérico de Abertura:** cerca de 11s

**Início do Programa (assinalar com X):**

Tabela 22. Posição do apresentador no início da emissão do dia 2 de agosto de 2022.

Posicionamento do Apresentador	De pé junto ao sofá	Sentado no sofá	De pé junto à mesa de conversas	Sentado / De pé junto à cozinha
		X		

**Classificação das Rubricas:**

Tabela 23. Classificação das rubricas que compõem o alinhamento do programa *Goucha* no dia 2 de agosto de 2022.

	Classificação	Duração (XmYs)	Local do Estúdio	Nº Interrupções (Intervalo / Telepromoção)	Música (S / N)
1.	Entrevista a Inês Fragoso e Maria João Fragoso (anónimas, mãe e filha, sendo que a filha sofre de paralisia cerebral)	49m00s	Sofá	Zero	S
2.	Entrevista a Filomena Cardinali (filha da cantora Mirene Cardinali)	54m26s	Mesa	Duas (Intervalo e Telepromoção)	S

A entrevista a Inês Fragoso e Maria João Fragoso assumiu um carácter muito emotivo e pessoal. Os ângulos de realização foram maioritariamente *close-ups* e planos conjuntos (de mãe e filha), com a utilização muito esporádica de grandes planos (onde tanto o apresentador como as convidadas surgiam). Nesta entrevista, o instrumental de fundo assumiu um carácter pesado e que apelava à emoção. Em termos de elementos cenográficos, apraz-nos referir que foi exibido o livro da autoria de Inês Fragoso (intitulado “Sentires Partilhados”). Assume-se como ponto digno de menção o facto de os padrinhos académicos de Inês Fragoso terem prestado o seu testemunho na forma de vídeo, bem como um dos seus professores, o que emocionou de forma expressiva a convidada.

No que diz respeito à entrevista a Filomena Cardinali, esta decorreu num espaço diferente do estúdio – no fundo do mesmo, à mesa, onde tanto o apresentador como a convidada se sentaram numa cadeira, frente a frente. Este segmento do programa caracterizou-se por um elevado número de *close-ups* e alguns grandes planos, tendo sido identificado um plano em contrapicado, que deu uma perspetiva muito interessante de todo o estúdio, bem como dos convidados (e evidenciou de forma muito clara a linguagem corporal que ambos adotavam naquele momento). O instrumental de fundo foi, de forma global, leve, ritmado e divertido, com a exceção dos momentos mais emotivos, em que a transição para uma música mais dramática foi suave, mas notória. A convidada foi surpreendida em dois momentos diferentes com o testemunho de familiares, amigos e dois antigos professores.

### Classificação das videotapes (VTs):

Tabela 24. Análise das VTs que compõem o alinhamento do programa Goucha no dia 2 de agosto de 2022.

	<b>Duração (XmYs)</b>	<b>Participação Apresentador (S / N)</b>	<b>Música (S / N)</b>
<b>1. VT sobre Filomena Cardinali (filha de Mirene Cardinali)</b>	0m30s	N	S
<b>2. VT sobre Inês Fragoso e Maria João Fragoso (mãe e filha cujo tema principal é a paralisia cerebral de Inês)</b>	2m20s	N	S
<b>3. VT sobre Inês Fragoso, onde se assiste a um testemunho na 1ª pessoa sobre a paralisia cerebral</b>	1m50s	N	S
<b>4. VT sobre Filomena Cardinali (filha de Mirene Cardinali)</b>	0m30s	N	S
<b>5. VT sobre Filomena Cardinali (onde relembra a vida e a carreira dos pais)</b>	2m20s	N	S
<b>6. VT sobre o percurso profissional de Filomena Cardinali</b>	2m40s	N	S
<b>TOTAL</b>	10m10s		

### Classificação das Questões do Apresentador:

Tabela 25. Análise da tipologia de questões colocadas pelo apresentador e respetiva frequência na emissão do dia 2 de agosto de 2022.

<b>Número de Questões</b>	<b>Questões Abertas</b>	<b>Questões Fechadas</b>	<b>Questões Divergentes</b>	<b>Questões Convergentes</b>
<b>TOTAL</b>	65	138	0	2

Tabela 26. Análise da duração das diferentes tipologias de questões colocadas pelo apresentador na emissão do dia 2 de agosto de 2022.

Média de Duração das Questões	Questões Abertas	Questões Fechadas	Questões Divergentes	Questões Convergentes
<b>TOTAL (XmYs)</b>	4m52s	9m08s	0m00s	0m08s

A análise das Tabelas 25. e 26. evidencia uma utilização mais expressiva de questões fechadas pelo apresentador Manuel Luís Goucha, ocupando estas mais tempo ao longo da emissão. Note-se, contudo, tal como referido na análise da emissão do dia anterior, que o apresentador exibe alguma tendência para iniciar as questões com um carácter aberto e concluí-las de forma fechada. Na presente emissão foi possível detetar duas questões convergentes, as quais surgiram na entrevista a Maria João Fragoso e Inês Fragoso, onde o tópico de conversa (relação mãe e filha) apelava claramente ao consenso e previa uma harmonia de opiniões. É ainda importante referir que a intervenção do apresentador é muito mais lata do que a simples apresentação de questões, já que este faz comentários dando a sua opinião, acrescenta informação e sumariza o conteúdo veiculado pelos convidados.

### Classificação das Telepromoções:

Tabela 27. Análise das telepromoções que integram o alinhamento do programa Goucha no dia 2 de agosto de 2022.

	Duração (XmYs)	t Promotor (XmYs)	t Apresentador (XmYs)
<b>Telepromoção 1 (Medicare)</b>	2m30s	1m45s	0m45s
<b>Telepromoção 2 (Suplementos Calcitrin)</b>	3m00s	1m50s	1m10s
<b>TOTAL (XmYs)</b>	5m30s	3m25s	2m05s

## Descrição do Alinhamento:

Tabela 28. Alinhamento do programa *Goucha* no dia 2 de agosto de 2022.

Horário	Conteúdo
16:05 – 16:09	Apresentação das entrevistas que integram o programa
16:09 – 16:58	Entrevista a Inês Fragoso e Maria João Fragoso (mãe e filha, sendo que a filha sofre de paralisia cerebral)
16:58 – 17:00	Telepromoção
17:00 – 17:14	Intervalo
17:14 – 17:15	Introdução da entrevista a Filomena Cardinali (filha de Mirene Cardinali)
17:15 – 17:16	Intervalo (Breve compromisso publicitário)
17:16 – 17:53	Continuação da entrevista a Filomena Cardinali (filha de Mirene Cardinali)
17:53 – 17:56	Telepromoção
17:57 – 18:13	Continuação e encerramento da entrevista a Filomena Cardinali (filha de Mirene Cardinali)
18:13 – 18:25	Intervalo

Assume-se como ponto digno de menção o facto de a presente emissão não ter registado um encerramento formal, o que acreditamos dever-se à falta de tempo promovida pela aparente dilatação da entrevista a Filomena Cardinali. Deste modo, o apresentador teve apenas oportunidade de se despedir dos telespetadores nos cinco segundos finais da emissão.

## Descrição da Cenografia – Cores e Elementos dominantes do Estúdio

A descrição da cenografia realizada no âmbito da emissão do dia 1 de agosto de 2022 mantém-se válida para efeitos da presente análise.

## Descrição da Linguagem Corporal do Apresentador

Ao longo de ambas as entrevistas, o apresentador exibiu frequentemente um sorriso, tanto para os convidados, como sempre que se dirigia diretamente ao telespetador.

No caso da entrevista a Maria João Fragoso e Inês Fragoso, Manuel Luís Goucha permaneceu de forma consistente de perna cruzada, com o tronco inclinado para trás e

exibiu frequentemente as costas das mãos. Dada a constância da postura em apreço, esta parece ser uma postura fisiologicamente confortável para o apresentador, a qual é também possivelmente condicionada pela própria poltrona em que se encontra sentado. Note-se, contudo, que um dos momentos foi particularmente interessante no que versa acerca da linguagem corporal do apresentador – quando uma das convidadas se emocionou com o teor da conversa, Manuel Luís Goucha inclinou-se para a frente e, enquanto tentava acalmar a convidada, mostrou frequentemente as palmas das mãos e descruzou as pernas, assumindo uma postura de clara abertura, promotora de confiança e empatia.

Já na entrevista a Filomena Cardinali, o apresentador permaneceu quase sempre com as pernas descruzadas e de forma sistemática com o tronco inclinado para a frente (aspeto este também visível no caso da convidada, pelo que ambos se encontravam em espelhamento). Note-se que esta entrevista decorreu num local distinto do estúdio – numa mesa, onde ambos os intervenientes se encontravam sentados numa cadeira, frente a frente. Tal como referido anteriormente, tal facto pode ter condicionado a linguagem corporal de ambos, contudo é notória a presença de uma postura promotora de interesse, confiança e empatia por parte do apresentador e da convidada.

### **Análise dos *Teasers***

No âmbito da presente emissão não se verificou a existência de qualquer *teaser*, isto é, o apresentador não fez qualquer menção ao conteúdo do próximo programa, nem apelou aos telespetadores por forma a marcarem presença no dia seguinte. Acreditamos que este aspeto se deveu à falta de tempo que conduziu, conforme explanado anteriormente, a um encerramento algo abrupto do programa, sem o formalismo típico associado ao término do formato em apreço.

### **Índice de Audiências**

O acesso ao índice de audiências foi conseguido através dos dados disponibilizados pela GfK, tendo sido o utilizado o *rating* de audiências.

No dia 2 de agosto de 2022, o programa Goucha registou um *rating* de 3,09. O resultado em apreço fez com que a TVI ganhasse à SIC no intervalo horário em apreço.

**Data de Emissão:** 3 de agosto de 2022

**Intervalo Horário:** 16h10 até às 18h25

**Duração Total do Programa:** 2h15m

**Duração do Genérico de Abertura:** cerca de 11s

**Início do Programa (assinalar com X):**

Tabela 29. Posição do apresentador no início da emissão do dia 3 de agosto de 2022.

Posicionamento do Apresentador	De pé junto ao sofá	Sentado no sofá	De pé junto à mesa de conversas	Sentado / De pé junto à cozinha
		X		

**Classificação das Rubricas:**

Tabela 30. Classificação das rubricas que compõem o alinhamento do programa Goucha no dia 3 de agosto de 2022.

	Classificação	Duração (XmYs)	Local do Estúdio	Nº Interrupções (Intervalo / Telepromoção)	Música (S / N)
1.	Entrevista a Carla Barbosa e Daniel Barbosa (anónimos, marido e mulher, que adotaram dois irmãos mexicanos)	45m10s	Sofá	Zero	S
2.	Entrevista a Axel (cantor, apresentador de televisão, comentador e <i>wrestler</i> )	48m55s	Mesa e Sofá	Uma (Telepromoção)	S

A entrevista a Carla Barbosa e Daniel Barbosa assumiu um tom bastante divertido e informal, dado que os próprios convidados exibiram uma postura descontraída, parecendo muito à vontade em frente às câmaras. Os ângulos de realização foram maioritariamente *close-ups* e planos conjuntos (primeiro, de marido e mulher e depois de toda a família, dado que no fim da entrevista os seus cinco filhos também se juntaram à conversa), com a utilização muito esporádica de grandes planos (onde tanto o apresentador como os convidados surgiam). Nesta entrevista, o instrumental de fundo assumiu, num momento inicial, um carácter pesado e emotivo, verificando-se uma transição para uma melodia mais ligeira à medida que a conversa ia evoluindo.

No que concerne à conversa com Axel, esta decorreu num espaço distinto do estúdio – no fundo do mesmo, à mesa, onde tanto o apresentador como o convidado se sentaram numa cadeira, frente a frente. Este segmento do programa caracterizou-se por um elevado número de *close-ups* e alguns grandes planos. O instrumental de fundo foi, de forma global, leve, ritmado e divertido, com a exceção dos momentos mais emotivos, em que a transição para uma música mais dramática foi suave, mas notória. O convidado foi surpreendido em três momentos distintos com o testemunho do pai, dos seus dois irmãos e de Iran Costa (cantor e amigo do convidado). Adicionalmente, entrou em direto, via Skype, Analice Nicolau (a sua relações públicas no Brasil) e juntou-se à conversa em estúdio Samuel, filho do cantor Emanuel e amigo do convidado.

### Classificação das videotapes (VTs):

Tabela 31. Análise das VTs que compõem o alinhamento do programa Goucha no dia 3 de agosto de 2022.

	Duração (XmYs)	Participação Apresentador (S / N)	Música (S / N)
1. VT sobre Carla Barbosa e Daniel Barbosa (Anónimos, a respeito da adoção)	3m20s	N	S
<b>TOTAL</b>	3m20s		

### Classificação das Questões do Apresentador:

Tabela 32. Análise da tipologia de questões colocadas pelo apresentador e respetiva frequência na emissão do dia 3 de agosto de 2022.

Número de Questões	Questões Abertas	Questões Fechadas	Questões Divergentes	Questões Convergentes
<b>TOTAL</b>	94	185	0	1

Tabela 33. Análise da duração das diferentes tipologias de questões colocadas pelo apresentador na emissão do dia 3 de agosto de 2022.

<b>Média de Duração das Questões</b>	<b>Questões Abertas</b>	<b>Questões Fechadas</b>	<b>Questões Divergentes</b>	<b>Questões Convergentes</b>
<b>TOTAL (XmYs)</b>	7m20s	13m01s	0m00s	0m05s

A análise das Tabelas 32. e 33. evidencia uma utilização mais expressiva de questões fechadas pelo apresentador Manuel Luís Goucha, ocupando estas mais tempo ao longo da emissão. Note-se, contudo, tal como referido em análises anteriores, que o apresentador exhibe alguma tendência para iniciar as questões com um carácter aberto e concluí-las de forma fechada. Foi possível identificar a existência de uma questão convergente na entrevista a Carla Barbosa e Daniel Barbosa, a qual dizia respeito à união familiar. É ainda importante referir que a intervenção de Manuel Luís Goucha é muito mais lata do que a simples apresentação de questões, fazendo comentários, dando a sua opinião, acrescentando informação ou sumarizando o conteúdo veiculado pelos convidados.

### **Classificação das Telepromoções:**

Tabela 34. Análise das telepromoções que integram o alinhamento do programa Goucha no dia 3 de agosto de 2022.

	<b>Duração (XmYs)</b>	<b>t Promotor (XmYs)</b>	<b>t Apresentador (XmYs)</b>
<b>Telepromoção 1 (Medicare)</b>	2m33s	1m53s	0m40s
<b>Telepromoção (Suplementos Calcitrin)</b>	3m00s	1m50s	1m10s
<b>TOTAL (XmYs)</b>	5m33s	3m43s	1m50s

## Descrição do Alinhamento:

Tabela 35. Alinhamento do programa Goucha no dia 3 de agosto de 2022.

Horário	Conteúdo
16:10 – 16:14	Apresentação das entrevistas que integram o programa
16:14 – 16:58	Entrevista a Carla Barbosa e Daniel Barbosa (o tema principal consistiu na adoção de dois irmãos mexicanos)
16:58 – 17:00	Telepromoção
17:00 – 17:12	Intervalo
17:12 – 17:14	Introdução da entrevista a Axel (cantor, apresentador de televisão, comentador e <i>wrestler</i> )
17:14 – 17:15	Intervalo (Breve compromisso publicitário)
17:15 – 17:46	Continuação da entrevista a Axel (cantor, apresentador de televisão, comentador e <i>wrestler</i> )
17:46 – 17:49	Telepromoção
17:49 – 18:04	Continuação e encerramento da entrevista a Axel (cantor, apresentador de televisão, comentador e <i>wrestler</i> )
18:04 – 18:25	Intervalo

No que concerne ao alinhamento, optámos por não assinalar um segmento de encerramento formal do programa, dado considerarmos que o mesmo não existiu. O apresentador despediu-se do público nos quinze segundos finais da emissão de forma algo apressada, uma vez que a entrevista anterior se estendeu até ao final do programa.

## Descrição da Cenografia – Cores e Elementos dominantes do Estúdio

A descrição da cenografia realizada no âmbito da emissão do dia 1 de agosto de 2022 mantém-se válida para efeitos da presente análise.

## Descrição da Linguagem Corporal do Apresentador

Ao longo de ambas as entrevistas, o apresentador exibiu frequentemente um sorriso, tanto para os convidados, como sempre que se dirigia diretamente ao telespetador.

No caso da entrevista a Carla Barbosa e Daniel Barbosa, Manuel Luís Goucha permaneceu de forma consistente de perna cruzada, com o tronco inclinado para trás e

exibiu frequentemente as costas das mãos. Dada a constância da postura em apreço, esta parece ser uma postura fisiologicamente confortável para o apresentador, a qual é também possivelmente condicionada pela própria poltrona em que se encontra sentado. Contudo, gostaríamos de sublinhar que vários foram os momentos em que o apresentador se inclinou para a frente, sobretudo quando se ria em consequência do conteúdo transmitido pela convidada, Carla Barbosa. O próprio chegou a afirmar que esta era extremamente divertida e que simpatizava de forma notória com a mesma. Tal facto é indicador de um alinhamento entre o emissor e o recetor, dado que perante um estímulo (informação transmitida por Carla Barbosa), o apresentador sorriu e aproximou-se da mesma. Note-se ainda que se verifica congruência entre a comunicação verbal e não verbal do apresentador, aspeto este muito positivo.

Já na entrevista a Axel, o apresentador permaneceu quase sempre com as pernas descruzadas e de forma sistemática com o tronco inclinado para a frente (aspeto este também visível no caso do convidado, sobretudo no que diz respeito à posição do tronco). Note-se que esta entrevista decorreu num local distinto do estúdio – numa mesa, onde ambos os intervenientes se encontravam sentados numa cadeira, frente a frente. Tal como referido anteriormente, tal facto pode ter condicionado a linguagem corporal de ambos, contudo é notória a presença de uma postura promotora de interesse, confiança e empatia por parte do apresentador e do convidado.

### **Análise dos *Teasers***

No âmbito da presente emissão verificou-se a existência de um pequeno *teaser*, de carácter subtil, onde Manuel Luís Goucha convidou os telespetadores a juntarem-se a si no dia seguinte para “uma conversa muito interessante”.

### **Índice de Audiências**

O acesso ao índice de audiências foi conseguido através dos dados disponibilizados pela GfK, tendo sido o utilizado o *rating* de audiências.

No dia 3 de agosto de 2022, o programa Goucha registou um *rating* de 3,36. O resultado em apreço fez com que a TVI ganhasse à SIC no intervalo horário em apreço.

**Data de Emissão:** 4 de agosto de 2022

**Intervalo Horário:** 16h08 até às 18h25

**Duração Total do Programa:** 2h17

**Duração do Genérico de Abertura:** cerca de 11s

**Início do Programa (assinalar com X):**

Tabela 36. Posição do apresentador no início da emissão do dia 4 de agosto de 2022.

Posicionamento do Apresentador	De pé junto ao sofá	Sentado no sofá	De pé junto à mesa de conversas	Sentado / De pé junto à cozinha
		X		

**Classificação das Rubricas:**

Tabela 37. Classificação das rubricas que compõem o alinhamento do programa Goucha no dia 4 de agosto de 2022.

	Classificação	Duração (XhYsmZs)	Local do Estúdio	Nº Interrupções (Intervalo / Telepromoção)	Música (S / N)
1.	Entrevista a Umbelina Silva e Vera Silva (anónimas, com uma história de sacrifício devido a um tumor na medula e referência ao desejo de Vera ser mãe)	44m20s	Sofá	Zero	S
2.	Entrevista a Luís Lourenço (ator, cuja tónica foi o suicídio do pai e o seu percurso profissional)	1h01m02s	Mesa e Sofá	Duas (Intervalo e Telepromoção)	S

A entrevista a Umbelina Silva (mãe) e Vera Silva (filha) decorreu num ambiente informal, ainda que emotivo e com alguns picos de tensão. A história incidia num tumor na medula que havia sido diagnosticado ao pai de Vera e de que modo é que isso a levou a abdicar dos seus sonhos, nomeadamente a maternidade. Os ângulos de realização foram maioritariamente *close-ups* e planos conjuntos (de mãe e filha), com a utilização muito esporádica de grandes planos (onde tanto o apresentador como as convidadas surgiam). Nesta entrevista, o instrumental de fundo assumiu um carácter pesado e emotivo, intensificando-se aquando da apresentação de uma surpresa que a produção preparou para

a Vera – uma parceria com a clínica Procriar para a auxiliar na concretização do sonho de ser mãe. Deste modo, entrou em estúdio Vladimiro Silva (Diretor e Administrador da Procriar) para apresentar a referida surpresa.

No que concerne à conversa com o ator Luís Lourenço, esta decorreu num espaço distinto do estúdio – no fundo do mesmo, à mesa, onde tanto o apresentador como o convidado se sentaram numa cadeira, frente a frente. Este segmento do programa caracterizou-se por um elevado número de *close-ups* e alguns grandes planos. O instrumental de fundo foi também bastante emotivo, dado que a tónica da conversa foi o suicídio do seu pai e a forma como isso condicionou a sua carreira. O convidado foi surpreendido com o testemunho da sua mãe, do seu irmão mais novo, da amiga Lili Caneças (célebre *socialite*) e de um grupo de teatro onde é encenador – os “Kascotas”. Adicionalmente, juntou-se à conversa em estúdio Pedro Peixeiro (amigo do ator), Patrícia (prima do ator) e Filipe (amigo e sócio).

### Classificação das *videotapes* (VTs):

Tabela 38. Análise das VTs que compõem o alinhamento do programa *Goucha* no dia 4 de agosto de 2022.

	<b>Duração</b> <b>(XmYs)</b>	<b>Participação</b> <b>Apresentador (S / N)</b>	<b>Música</b> <b>(S / N)</b>
1. VT sobre Luís Lourenço (ator, cuja tónica foi o suicídio do pai)	0m50s	N	S
2. VT sobre Umbelina Silva e Vera Silva (anónimas, mãe e filha, com uma história de sofrimento devido a um tumor na medula)	2m10s	N	S
3. VT sobre Vera Silva (testemunho na primeira pessoa, cuja tónica foi o abdicar de todos os sonhos)	2m10s	N	S
4. VT sobre Luís Lourenço (ator, cuja tónica foi o suicídio do pai)	0m50s	N	S
5. VT sobre Luís Lourenço (ator, cuja tónica foi o suicídio do pai)	0m50s	N	S
6. VT sobre Luís Lourenço (testemunho referente ao suicídio do pai)	2m13s	N	S
7. VT sobre Luís Lourenço (resenha do seu percurso profissional)	3m12s	N	S
<b>TOTAL</b>	11m45s		

### Classificação das Questões do Apresentador:

Tabela 39. Análise da tipologia de questões colocadas pelo apresentador e respetiva frequência na emissão do dia 4 de agosto de 2022.

Número de Questões	Questões Abertas	Questões Fechadas	Questões Divergentes	Questões Convergentes
<b>TOTAL</b>	61	177	0	0

Tabela 40. Análise da duração das diferentes tipologias de questões colocadas pelo apresentador na emissão do dia 4 de agosto de 2022.

Média de Duração das Questões	Questões Abertas	Questões Fechadas	Questões Divergentes	Questões Convergentes
<b>TOTAL (XmYs)</b>	4m32s	14m29s	0m00s	0m00s

A análise das Tabelas 39. e 40. evidencia uma utilização mais expressiva de questões fechadas pelo apresentador Manuel Luís Goucha, ocupando estas mais tempo ao longo da emissão. Note-se, contudo, tal como referido em análises anteriores, que o apresentador exhibe alguma tendência para iniciar as questões com um carácter aberto e concluí-las de forma fechada. É ainda importante referir que a intervenção de Manuel Luís Goucha é muito mais lata do que a simples apresentação de questões, já que o apresentador da TVI faz comentários, dá a sua opinião, acrescenta informação e sumariza o conteúdo veiculado pelos convidados.

### Classificação das Telepromoções:

Tabela 41. Análise das telepromoções que integram o alinhamento do programa Goucha no dia 4 de agosto de 2022.

	Duração (XmYs)	t Promotor (XmYs)	t Apresentador (XmYs)
<b>Telepromoção 1 (Medicare)</b>	2m33s	1m53s	0m40s
<b>Telepromoção 2 (Suplementos Calcitrin)</b>	3m00s	1m50s	1m10s
<b>TOTAL (XmYs)</b>	5m33s	3m43s	1m50s

## Descrição do Alinhamento:

Tabela 42. Alinhamento do programa *Goucha* no dia 4 de agosto de 2022.

Horário	Conteúdo
16:08 – 16:12	Apresentação das entrevistas que integram o programa
16:12 – 16:56	Entrevista a Umbelina Silva e Vera Silva (anónimas, mãe e filha, com uma história de sofrimento devido a um tumor na medula)
16:56 – 16:59	Telepromoção
16:59 – 17:16	Intervalo
17:16 – 17:17	Introdução da entrevista a Luís Lourenço (ator, cuja tónica foi o suicídio do pai)
17:17 – 17:18	Intervalo (Breve compromisso publicitário)
17:18 – 17:55	Continuação da entrevista a Luís Lourenço (ator, cuja tónica foi o suicídio do pai)
17:55 – 17:58	Telepromoção
17:58 – 18:15	Continuação da entrevista a Luís Lourenço (ator, cuja tónica foi o suicídio do pai)
18:15 – 18:25	Intervalo

No que concerne ao alinhamento, optámos por não assinalar um segmento de encerramento formal do programa, dado considerarmos que o mesmo não existiu, à semelhança do que se verificou já em análises anteriores. O apresentador despediu-se do público nos dez segundos finais da emissão de forma algo apressada, uma vez que a entrevista anterior se estendeu até ao final do programa.

## Descrição da Cenografia – Cores e Elementos dominantes do Estúdio

A descrição da cenografia realizada no âmbito da emissão do dia 1 de agosto de 2022 mantém-se válida para efeitos da presente análise.

## Descrição da Linguagem Corporal do Apresentador

Ao longo de ambas as entrevistas, o apresentador exibiu frequentemente um sorriso, tanto para os convidados, como sempre que se dirigia diretamente ao telespetador.

No caso da entrevista a Umbelina Silva e Vera Silva, Manuel Luís Goucha permaneceu de forma consistente de perna cruzada, com o tronco inclinado para trás e

exibiu frequentemente as costas das mãos. Dada a constância da postura em apreço, esta parece ser uma postura fisiologicamente confortável para o apresentador, a qual é também possivelmente condicionada pela própria poltrona em que se encontra sentado. Contudo, gostaríamos de sublinhar que vários foram os momentos em que o apresentador se inclinou para a frente, sobretudo quando concordava com as opiniões de Vera Silva. Tal facto é indicador de um alinhamento entre o emissor e o recetor, dado que perante um estímulo (informação transmitida por Vera Silva), o apresentador sorria, descruzava a perna e aproximava-se da convidada.

Já na entrevista ao ator Luís Lourenço, o apresentador permaneceu quase sempre com as pernas cruzadas e de forma sistemática com o tronco inclinado para a frente (aspeto este também visível no caso do convidado, cuja postura foi sempre praticamente simétrica em relação ao apresentador). Note-se que a primeira parte desta entrevista decorreu num local distinto do estúdio – numa mesa, onde ambos os intervenientes se encontravam sentados numa cadeira, frente a frente. Tal como referido anteriormente, este facto pode ter condicionado a linguagem corporal de ambos. Contudo é notória a presença de uma postura promotora de interesse, confiança e empatia por parte do apresentador e do convidado. Quando ambos se deslocaram para o sofá, já próximo do final da entrevista, a sua linguagem corporal permaneceu em espelho, o que se assume como um fator positivo no que concerne à efetividade e interesse do processo comunicacional (as posturas são sobreponíveis às adotadas por Manuel Luís Goucha aquando da primeira entrevista).

### **Análise dos *Teasers***

No âmbito da presente emissão verificou-se a existência de um pequeno *teaser*, de carácter algo apressado, onde Manuel Luís Goucha convidou os telespetadores a juntarem-se a si no dia seguinte para mais uma “tarde de conversas emocionantes”.

### **Índice de Audiências**

O acesso ao índice de audiências foi conseguido através dos dados disponibilizados pela GfK, tendo sido utilizado o *rating* de audiências.

No dia 4 de agosto de 2022, o programa Goucha registou um *rating* de 3,36. O resultado em apreço fez com que a TVI ganhasse à SIC no intervalo horário em apreço.

**Data de Emissão:** 5 de agosto de 2022

**Intervalo Horário:** 16h07 até às 18h25

**Duração Total do Programa:** 2h18

**Duração do Genérico de Abertura:** cerca de 11s

**Início do Programa (assinalar com X):**

Tabela 43. Posição do apresentador no início da emissão do dia 5 de agosto de 2022.

Posicionamento do Apresentador	De pé junto ao sofá	Sentado no sofá	De pé junto à mesa de conversas	Sentado / De pé junto à cozinha
		X		

**Classificação das Rubricas:**

Tabela 44. Classificação das rubricas que compõem o alinhamento do programa *Goucha* no dia 5 de agosto de 2022.

	Classificação	Duração (XmYs)	Local do Estúdio	Nº Interrupções (Intervalo / Telepromoção)	Música (S / N)
1.	Entrevista a Ricardo Laginha (cantor emigrante que também é camionista na Suíça)	23m20s	Sofá	Zero	S
2.	Entrevista a Sebastiana Pereira (anónima, emigrante na Suíça durante 31 anos e diagnosticada com fibromialgia)	21m02s	Sofá	Zero	S
3.	Entrevista a Claudisabel (cantora que sofreu um acidente de viação)	55m21s	Mesa	Duas (Intervalo e Telepromoção)	S

A entrevista a Ricardo Laginha assumiu um tom bastante descontraído e informal, aspeto esse claramente promovido pela boa disposição e sorriso constante do convidado. O ângulo dado à história foi claramente positivo e alicerçado na paixão do artista pela música e na sua capacidade de se superar a si mesmo. Os ângulos de realização foram maioritariamente *close-ups*, com a utilização muito pontual de grandes planos (onde tanto o apresentador como o convidado surgiam). Nesta entrevista, o instrumental de fundo assumiu um carácter ligeiro, ritmado e divertido, suportando o conteúdo em emissão. O

cantor foi surpreendido com o testemunho da sua professora de acordeão, dos seus pais e irmã e ainda do seu melhor amigo.

No que diz respeito à entrevista a Sebastiana Pereira, a mesma decorreu também no sofá (à semelhança da anterior), tendo assumido um tom mais profundo e emotivo, uma vez que abordaram o sacrifício que fez no estrangeiro para proporcionar uma boa vida ao seu filho, bem como a morte do marido e algumas complicações de saúde. Os ângulos de realização foram maioritariamente *close-ups*, com a utilização muito pontual de grandes planos (onde tanto o apresentador como a convidada surgiam). Neste caso, o instrumental de fundo foi pesado e emotivo, acompanhando a emoção espelhada em diversos momentos pela convidada. Sebastiana foi surpreendida com o testemunho do filho e das duas netas.

O último segmento do programa contou com uma entrevista à célebre cantora, Claudisabel, que sofreu um acidente de viação há dez anos com duras sequelas para a mesma. Esta decorreu num espaço distinto do estúdio – no fundo do mesmo, à mesa, onde tanto o apresentador como a convidada se sentaram numa cadeira, frente a frente. Este segmento do programa caracterizou-se por um elevado número de *close-ups* e alguns grandes planos. O instrumental de fundo foi também bastante emotivo, com a nuance de terem emitido a determinado momento a canção com a qual Claudisabel participou no Festival da Canção, o que intensificou a carga emotiva do momento. A cantora foi agraciada com o testemunho da sua mãe, de uma amiga de infância e dos colegas de profissão e amigos, Axel e Élvio Santiago.

### Classificação das videotapes (VTs):

Tabela 45. Análise das VTs que compõem o alinhamento do programa Goucha no dia 5 de agosto de 2022.

	<b>Duração (XmYs)</b>	<b>Participação Apresentador (S / N)</b>	<b>Música (S / N)</b>
<b>1. VT sobre Claudisabel (cantora que sofreu um acidente de viação)</b>	0m33s	N	S
<b>2. VT sobre Ricardo Laginha (cantor emigrante)</b>	3m50s	N	S
<b>3. VT sobre Sebastiana Pereira (emigrante na Suíça durante 31 anos e diagnosticada com fibromialgia)</b>	3m25s	N	S
<b>4. VT sobre Claudisabel (cantora que sofreu um acidente de viação)</b>	0m33s	N	S
<b>4. VT sobre Claudisabel (o tema consistiu nos objetivos de vida da cantora)</b>	4m01s	N	S
<b>TOTAL</b>	12m14s		

### Classificação das Questões do Apresentador:

Tabela 46. Análise da tipologia de questões colocadas pelo apresentador e respectiva frequência na emissão do dia 5 de agosto de 2022.

<b>Número de Questões</b>	<b>Questões Abertas</b>	<b>Questões Fechadas</b>	<b>Questões Divergentes</b>	<b>Questões Convergentes</b>
<b>TOTAL</b>	31	171	0	0

Tabela 47. Análise da duração das diferentes tipologias de questões colocadas pelo apresentador na emissão do dia 5 de agosto de 2022.

<b>Média de Duração das Questões</b>	<b>Questões Abertas</b>	<b>Questões Fechadas</b>	<b>Questões Divergentes</b>	<b>Questões Convergentes</b>
<b>TOTAL (XmYs)</b>	1m55s	12m26s	0m00s	0m00s

A análise das Tabelas 46. e 47. evidencia uma utilização mais expressiva de questões fechadas pelo apresentador Manuel Luís Goucha, ocupando estas mais tempo ao longo da emissão, tal como constatado em todas as outras emissões analisadas. Note-se, contudo, tal como referido em análises anteriores, que o apresentador exhibe alguma tendência para iniciar as questões com um carácter aberto e concluí-las de forma fechada. É ainda importante referir que a intervenção de Manuel Luís Goucha é muito mais lata do que a simples apresentação de questões, fazendo comentários, dando a sua opinião, acrescentando informação ou sumarizando o conteúdo veiculado pelos convidados.

### **Classificação das Telepromoções:**

Tabela 48. Análise das telepromoções que integram o alinhamento do programa Goucha no dia 5 de agosto de 2022.

	<b>Duração (XmYs)</b>	<b>t Promotor (XmYs)</b>	<b>t Apresentador (XmYs)</b>
<b>Telepromoção 1 (Medicare)</b>	2m33s	1m53s	0m40s
<b>Telepromoção 2 (Suplementos Calcitrin)</b>	3m00s	1m50s	1m10s
<b>TOTAL (XmYs)</b>	5m33s	3m43s	1m50s

## Descrição do Alinhamento:

Tabela 49. Alinhamento do programa *Goucha* no dia 5 de agosto de 2022.

Horário	Conteúdo
16:07 – 16:13	Apresentação das entrevistas que integram o programa
16:13 – 16:36	Entrevista a Ricardo Laginha (cantor emigrante e camionista na Suíça)
16:36 – 16:57	Entrevista a Sebastiana Pereira (anónima, emigrante na Suíça durante 31 anos e diagnosticada com fibromialgia)
16:57 – 17:00	Telepromoção
17:00 – 17:14	Intervalo
17:14 – 17:15	Introdução da entrevista a Claudisabel (cantora, que sofreu um acidente de viação)
17:15 – 17:16	Intervalo (Breve compromisso publicitário)
17:16 – 17:53	Continuação da entrevista a Claudisabel (cantora, que sofreu um acidente de viação)
17:53 – 17:56	Telepromoção
17:56 – 18:13	Continuação da entrevista a Claudisabel (cantora, que sofreu um acidente de viação)
18:13 – 18:25	Intervalo

No que concerne ao alinhamento, optámos por não assinalar um segmento de encerramento formal do programa, dado considerarmos que o mesmo não existiu. O apresentador despediu-se do público nos dez segundos finais da emissão de forma algo apressada, uma vez que a entrevista anterior se estendeu até ao final do programa.

## Descrição da Cenografia – Cores e Elementos dominantes do Estúdio

A descrição da cenografia realizada no âmbito da emissão do dia 1 de agosto de 2022 mantém-se válida para efeitos da presente análise.

A este nível importa ainda mencionar que normalmente às sextas-feiras o programa *Goucha* costuma ter uma rubrica de culinária, o que influencia a cenografia. Contudo, na presente emissão, tal facto não se verificou, pelo que a cenografia se manteve inalterada.

## **Análise da Linguagem Corporal do Apresentador**

Ao longo de ambas as entrevistas, o apresentador exibiu frequentemente um sorriso, tanto para os convidados, como sempre que se dirigia diretamente ao telespetador. Este aspeto é bastante consistente no que versa acerca da linguagem corporal de Manuel Luís Goucha.

No caso das duas primeiras entrevistas, a Ricardo Laginha e a Sebastiana Pereira, o apresentador permaneceu de forma consistente de perna cruzada, com o tronco inclinado para trás e exibiu frequentemente as costas das mãos. Dada a constância da postura em apreço, esta parece ser uma postura fisiologicamente confortável para o apresentador, a qual é também possivelmente condicionada pela própria poltrona em que se encontra sentado. Assume-se como ponto digno de menção o facto de ter sido possível observar em diversos momentos as palmas das mãos de Manuel Luís Goucha, sobretudo nos momentos em que o mesmo complementava as informações veiculadas pelos convidados. Este aspeto traduz-se num traço de linguagem corporal promotor de abertura e empatia, aumentando a confiança entre o apresentador e o convidado/público.

Já na última entrevista à cantora Claudisabel, o apresentador permaneceu quase sempre com as pernas cruzadas e de forma sistemática com o tronco inclinado para a frente (aspeto este também visível no caso da convidada, cuja postura foi quase sempre simétrica em relação ao apresentador). Note-se que, tal como em emissões anteriores, esta entrevista decorreu num local distinto do estúdio – numa mesa, onde ambos os intervenientes se encontravam sentados numa cadeira, frente a frente. Tal como referido previamente, este facto pode ter condicionado a linguagem corporal de ambos. Contudo, ressalvamos que o espelhamento verificado entre ambos os intervenientes reflete um alinhamento entre os dois no que ao processo comunicacional diz respeito, o que nos leva a crer que ambos se encontravam em *rapport* e, por isso, genuinamente interessados no momento em apreço.

## **Análise dos Teasers**

No âmbito da presente emissão verificou-se a existência de um pequeno *teaser*, de carácter algo apressado, onde Manuel Luís Goucha convidou os telespetadores a juntarem-se a si na próxima semana para conhecerem a história de Catarina Camacho, apresentadora da RTP que abandonou a televisão devido a uma depressão.

## **Índice de Audiências**

O acesso ao índice de audiências foi conseguido através dos dados disponibilizados pela GfK, tendo sido o utilizado o *rating* de audiências.

No dia 5 de agosto de 2022, o programa Goucha registou um rating de 3,30. O resultado em apreço fez com que a TVI ganhasse à SIC no intervalo horário em apreço.

## Análise das emissões do programa Júlia (SIC)

**Data de Emissão:** 1 de agosto de 2022

**Intervalo Horário:** 16h10 até às 18h20

**Duração Total do Programa:** 2h10

**Duração do Genérico de Abertura:** cerca de 9s

### Início do Programa (*assinalar com X*):

Tabela 50. Posição da apresentadora no início da emissão do dia 1 de agosto de 2022.

Posicionamento da Apresentadora	De pé junto ao sofá	Sentada no sofá	De pé junto à mesa de conversas	Sentada / De pé junto à cozinha
			X	

### Classificação das Rubricas:

Tabela 51. Classificação das rubricas que compõem o alinhamento do programa Júlia no dia 1 de agosto de 2022.

	Classificação	Duração (XmYs)	Local do Estúdio	Nº Interrupções (Intervalo / Telepromoção)	Música (S / N)
1.	Entrevista a Dina Guedes (participante no programa “Casados à Primeira Vista”, cuja tónica foi uma alegada traição)	41m00s	Sofá	Duas (Intervalo e Telepromoção)	S
2.	Entrevista a Tiago Jaqueta (a tónica é a mesma da entrevista anterior, mas com a versão do outro protagonista)	37m07s	Espaço interior, (mas fora do estúdio)	Zero	S

Como comentário geral, apraz-nos mencionar que a apresentadora teve tendência, ao longo de toda a emissão, a conferir um carácter muito trágico e emotivo a todas as conversas. Para além disso, verificou-se amiúde uma emissão de opinião pessoal e a manifestação de juízos de valor em relação ao conteúdo veiculado pelos convidados.

No caso da entrevista a Dina Guedes, Júlia Pinheiro explorou de forma muito significativa o silêncio, fazendo algumas apreciações e esperando pelo comentário da

convidada. Quase toda a entrevista decorreu em completo silêncio no que ao instrumental de fundo diz respeito, com a exceção dos momentos mais intensos, onde a convidada se emocionou. Consideramos interessante referir que Júlia Pinheiro adotou uma linha de conversa muito opinativa, tendo inclusivamente dado conselhos à convidada. Nestes períodos entrou um instrumental pesado e emotivo, intensificando o momento. Os ângulos de realização foram maioritariamente *close-ups*, com a utilização pontual de grandes planos (onde tanto a apresentadora como a convidada surgiam).

No que diz respeito à entrevista a Tiago Jaqueta, a mesma decorreu num espaço interior diferente do estúdio, tendo assumido um tom igualmente profundo e emotivo, com a apresentação frequente de juízos de valor por parte da apresentadora. O instrumental de fundo, presente em praticamente toda a entrevista, foi também muito emotivo, ainda que subtil (o volume do mesmo era notoriamente baixo). À semelhança da entrevista anterior, os ângulos de realização foram maioritariamente *close-ups*, com a utilização pontual de grandes planos (onde tanto a apresentadora como o convidado surgiam).

### Classificação das videotapes (VTs):

Tabela 52. Análise das VTs que compõem o alinhamento do programa Júlia no dia 1 de agosto de 2022.

	<b>Duração</b> <b>(XmYs)</b>	<b>Participação</b> <b>Apresentador (S / N)</b>	<b>Música</b> <b>(S / N)</b>
<b>1. VT sobre Cristina Oliveira e Renato Oliveira (a tónica foi um acidente de viação e a recuperação promovida pela SIC)</b>	11m35s	S	S
<b>2. VT sobre Dina Guedes e Tiago Jaqueta (participantes no programa “Casados à Primeira Vista”, cuja tónica foi uma alegada traição)</b>	2m33s	N	S
<b>3. VT sobre Dina Guedes e Tiago Jaqueta (resumo dos momentos de maior tensão entre o casal)</b>	1m51s	N	S
<b>4. VT sobre Dina Guedes e Tiago Jaqueta (decisão do casal em abandonar o programa)</b>	0m35s	N	S
<b>TOTAL</b>	16m34s		

### Classificação das Questões da Apresentadora:

Tabela 53. Análise da tipologia de questões colocadas pela apresentadora e respetiva frequência na emissão do dia 1 de agosto de 2022.

<b>Número de Questões</b>	<b>Questões Abertas</b>	<b>Questões Fechadas</b>	<b>Questões Divergentes</b>	<b>Questões Convergentes</b>
<b>TOTAL</b>	54	177	0	0

Tabela 54. Análise da duração das diferentes tipologias de questões colocadas pela apresentadora na emissão do dia 1 de agosto de 2022.

<b>Média de Duração das Questões</b>	<b>Questões Abertas</b>	<b>Questões Fechadas</b>	<b>Questões Divergentes</b>	<b>Questões Convergentes</b>
<b>TOTAL (XmYs)</b>	3m14s	13m14s	0m00s	0m00s

A análise das Tabelas 53. e 54. evidencia uma utilização mais expressiva de questões fechadas pela apresentadora Júlia Pinheiro, ocupando estas mais tempo ao longo da emissão. A apresentadora exibe ainda uma característica que considerámos muito interessante – para além das questões colocadas, grande parte da sua intervenção surge na forma de comentário, seguindo-se um período de silêncio que impele o(a) convidado(a) a comentar as afirmações/sugestões apresentadas. Este aspeto surge de forma sistemática ao longo da emissão, para além da sumarização feita pela apresentadora de forma pontual.

### **Classificação das Telepromoções:**

Tabela 55. Análise das telepromoções que integram o alinhamento do programa Júlia no dia 1 de agosto de 2022.

	<b>Duração (XmYs)</b>	<b>t Promotor (XmYs)</b>	<b>t Apresentadora (XmYs)</b>
<b>Telepromoção 1 (Medicare)</b>	2m31s	2m10s	0m21s
<b>Telepromoção 2 (Suplementos Calcitrin)</b>	2m52s	2m11s	0m41s
<b>TOTAL (XmYs)</b>	5m33s	3m43s	1m50s

## Descrição do Alinhamento:

Tabela 56. Alinhamento do programa Júlia no dia 1 de agosto de 2022.

Horário	Conteúdo
16:10 – 16:24	Apresentação da VT sobre Cristina Oliveira e Renato Oliveira, assim como o tratamento promovido pela SIC
16:24 – 16:47	Entrevista a Dina Guedes (concorrente do programa “Casados à Primeira Vista”), cuja tónica foi uma alegada traição
16:47 – 16:50	Telepromoção
16:50 – 16:51	Referência aos conteúdos da segunda parte
16:51 – 17:06	Intervalo
17:06 – 17:24	Continuação da entrevista a Dina Guedes (concorrente do programa “Casados à Primeira Vista”), cuja tónica foi uma alegada traição
17:24 – 17:27	Telepromoção
17:27 – 18:04	Entrevista Tiago Jaqueta (concorrente do programa “Casados à Primeira Vista”), cuja tónica foi uma alegada traição, mas agora com a sua versão
18:04 – 18:04	Encerramento do programa
18:04 – 18:20	Intervalo

## Descrição da Cenografia – Cores e Elementos dominantes do Estúdio

O estúdio do programa Júlia caracteriza-se pela existência de uma paleta de cores constituída por castanho, cinzento, branco, azul, roxo e rosa. Verifica-se a existência de formas geométricas arredondadas e triangulares dispostas de forma harmoniosa.

O sofá, onde tanto a apresentadora como os convidados se sentam, é de cor rosa clara, apresentando à sua frente uma mesa redonda castanha com um tampo de mármore. Junto a Júlia Pinheiro verifica-se a presença de um jarro alto com flores amarelas, rosas e vermelhas. É ainda possível identificar a existência de uma tapete cinzenta em formato circular.

A iluminação do estúdio é intensa e incide diretamente, tanto na apresentadora como nos convidados.

Assume-se como ponto digno de menção o facto de estar presente entre Júlia Pinheiro e os convidados uma caixa de lenços (que pode refletir o carácter emotivo do formato),

bem como um frasco com desinfetante (remetendo-nos para o período pandémico em que nos encontramos).

Note-se que a segunda entrevista decorreu num espaço interior distinto do estúdio, o qual era caracterizado por mobiliário essencialmente branco, castanho e cinzento. Ambos os intervenientes se encontravam sentados numa cadeira cinzenta, com um pequeno ângulo entre si. Ligeiramente à frente de ambos, encontrava-se uma mesa retangular branca. No fundo do cenário era possível identificar vários elementos de natureza, como flores brancas e três pequenas plantas de cor verde.

### **Descrição da Linguagem Corporal da Apresentadora**

A apresentadora Júlia Pinheiro tende a sorrir bastante, sendo diversos os momentos em que expressa gargalhadas audíveis, sobretudo dirigidas aos convidados. Conforme referido anteriormente, este aspeto tende a aumentar a confiança que se estabelece entre o emissor e o recetor. Também quando fala diretamente para a câmara, a apresentadora sorri com frequência, gerando-se uma atmosfera empática.

Na entrevista a Dina Guedes, Júlia Pinheiro sentou-se sistematicamente com a perna cruzada, sentada de lado em direção à convidada e com o tronco tendencialmente direito. Contudo, diversos foram os momentos em que se aproximou de Dina, sobretudo nas situações de concordância com a mesma. Foi ainda possível identificar uma inclinação para trás acompanhada do apoio do cotovelo no sofá, naquela que acreditamos ser uma postura fisiologicamente confortável para a apresentadora. Consideramos ser um ponto digno de menção o facto de a postura de Dina Guedes e Júlia Pinheiro ser praticamente simétrica em quase todos os momentos, encontrando-se as mesmas em alegado *rapport* e, por isso, imersas num processo comunicativo promotor de confiança e abertura.

A entrevista a Tiago Jaqueta decorreu num espaço interior diferente do estúdio, onde tanto a apresentadora como o convidado se sentaram frente a frente, com um pequeno ângulo entre si. Neste caso, Júlia Pinheiro permaneceu consistentemente de perna cruzada, encostada para trás e quase sempre com as costas das mãos visíveis (naquela que pode ser uma posição fisiologicamente confortável para a apresentadora). O convidado, por seu turno, permaneceu com as pernas descruzadas, mãos entrelaçadas e tronco direito, numa postura que evidenciava alguma tensão. Consideramos pertinente ressaltar que a postura de fechamento evidenciada por Júlia Pinheiro se encontra alicerçada nas suas palavras e na linha condutora que deu à conversa (concordância entre a comunicação verbal e não verbal), uma vez que parecia não concordar com o convidado em diversos

momentos, emitindo vários juízos de valor. Não obstante este ponto, foi possível verificar que a apresentadora sorriu em diversos momentos e inclinou-se para a frente em situações em que o convidado se encontrava alinhado, em termos de conteúdo da resposta, com a visão da apresentadora, sustentando o interesse (ainda que pontual) no momento comunicacional em curso.

### **Análise dos *Teasers***

No âmbito da presente emissão, verificou-se a existência de um pequeno *teaser*, onde Júlia Pinheiro convidou os telespetadores a juntarem-se a si na próxima emissão pois a vida é feita de “histórias reais, como a sua”.

### **Índice de Audiências**

O acesso ao índice de audiências foi conseguido através dos dados disponibilizados pela GfK, tendo sido o utilizado o *rating* de audiências.

No dia 1 de agosto de 2022, o programa Júlia registou um rating de 2,92. O resultado em apreço fez com que a SIC perdesse em relação à TVI no intervalo horário em apreço.

**Data de Emissão:** 2 de agosto de 2022

**Intervalo Horário:** 16h00 até às 18h00

**Duração Total do Programa:** 2h00

**Duração do Genérico de Abertura:** cerca de 9s

**Início do Programa (assinalar com X):**

*Tabela 57. Posição da apresentadora no início da emissão do dia 1 de agosto de 2022.*

Posicionamento da Apresentadora	De pé junto ao sofá	Sentada no sofá	De pé junto à mesa de conversas	Sentada / De pé junto à cozinha
		X		

**Classificação das Rubricas:**

*Tabela 58. Classificação das rubricas que compõem o alinhamento do programa Júlia no dia 2 de agosto de 2022.*

	Classificação	Duração (XmYs)	Local do Estúdio	Nº Interrupções (Intervalo / Telepromoção)	Música (S / N)
1.	Entrevista a Maria Carreira (anónima que perdeu a filha enquanto esta aguardava um transplante de coração)	46m19s	Sofá	Duas (Intervalo e Telepromoção)	S
2.	Entrevista a Clemente (cantor com mais de 52 anos de carreira e que enfrentou um cancro de pele)	47m02s	Espaço interior, (mas fora do estúdio)	Zero	S

Na entrevista a Maria Carreira, Júlia Pinheiro explorou de forma muito significativa o silêncio, fazendo algumas comentários e esperando pela resposta/complemento da convidada. Assume-se como ponto digno de menção o facto de a apresentadora se ter emocionado diversas vezes, tendo esta sido uma entrevista com um carácter intenso, profundo e dramático. Quase toda a conversa decorreu em completo silêncio no que ao instrumental de fundo diz respeito, com a exceção dos momentos mais emotivos, onde tanto a convidada como a apresentadora se emocionaram. Nestas ocasiões, entrou um instrumental pesado e emotivo, intensificando o momento. Os ângulos de realização

foram maioritariamente *close-ups*, com a utilização pontual de grandes planos (onde tanto a apresentadora como a convidada surgiam).

No que diz respeito à entrevista a Clemente, a mesma decorreu num espaço interior diferente do estúdio, tendo assumido um carácter mais ligeiro e descontraído, também promovido pela postura do convidado. O instrumental de fundo, presente em praticamente toda a conversa, foi também emotivo, mas subtil (o volume do mesmo era notoriamente baixo). À semelhança da entrevista anterior, os ângulos de realização foram maioritariamente *close-ups*, com a utilização pontual de grandes planos (onde tanto a apresentadora como o convidado surgiam).

### **Classificação das videotapes (VTs):**

A presente emissão não contemplou a exibição de qualquer VT.

### **Classificação das Questões da Apresentadora:**

*Tabela 59. Análise da tipologia de questões colocadas pela apresentadora e respetiva frequência na emissão do dia 2 de agosto de 2022.*

<b>Número de Questões</b>	<b>Questões Abertas</b>	<b>Questões Fechadas</b>	<b>Questões Divergentes</b>	<b>Questões Convergentes</b>
<b>TOTAL</b>	20	144	0	0

*Tabela 60. Análise da duração das diferentes tipologias de questões colocadas pela apresentadora na emissão do dia 2 de agosto de 2022.*

<b>Média de Duração das Questões</b>	<b>Questões Abertas</b>	<b>Questões Fechadas</b>	<b>Questões Divergentes</b>	<b>Questões Convergentes</b>
<b>TOTAL (XmYs)</b>	1m15s	6m06s	0m00s	0m00s

A análise das Tabelas 59. e 60. evidencia uma utilização mais expressiva de questões fechadas pela apresentadora Júlia Pinheiro, ocupando estas mais tempo ao longo da emissão. A apresentadora exhibe ainda uma característica já identificada na emissão anterior – para além das questões colocadas, grande parte da sua intervenção surge na forma de comentário, seguindo-se um período de silêncio que convida o(a) convidado(a) a comentar as afirmações/sugestões apresentadas. Este aspeto surge de forma sistemática ao longo da emissão, para além da sumarização feita pela apresentadora de forma pontual.

## Classificação das Telepromoções:

Tabela 61. Análise das telepromoções que integram o alinhamento do programa Júlia no dia 2 de agosto de 2022.

	<b>Duração</b> <b>(XmYs)</b>	<b>t Promotor</b> <b>(XmYs)</b>	<b>t Apresentadora</b> <b>(XmYs)</b>
<b>Telepromoção 1 (Medicare)</b>	2m30s	2m05s	0m20s
<b>Telepromoção 2 (Suplementos Calcitrin)</b>	2m52s	2m11s	0m41s
<b>TOTAL (XmYs)</b>	5m33s	3m43s	1m50s

## Descrição do Alinhamento:

Tabela 62. Alinhamento do programa Júlia no dia 2 de agosto de 2022.

<b>Horário</b>	<b>Conteúdo</b>
16:00 – 16:37	Entrevista a Maria Carreira, anónima que perdeu a filha enquanto esta aguardava um transplante de coração
16:37 – 16:40	Telepromoção
16:40 – 16:56	Intervalo
16:56 – 17:05	Continuação da entrevista a Maria Carreira, anónima que perdeu a filha enquanto esta aguardava um transplante de coração
17:05 – 17:08	Telepromoção
17:08 – 17:55	Entrevista a Clemente (cantor com 52 anos de carreira e que enfrentou um cancro de pele)
17:55 – 17:55	Encerramento do Programa
17:55 – 18:00	Intervalo

## Descrição da Cenografia – Cores e Elementos dominantes do Estúdio

A descrição da cenografia realizada no âmbito da emissão do dia 1 de agosto de 2022 mantém-se válida para efeitos da presente explicação, com a exceção do segundo segmento do programa.

Note-se que a segunda entrevista decorreu num espaço interior distinto do estúdio, o qual era caracterizado por mobiliário essencialmente azul, castanho e cinzento. Ambos os intervenientes se encontravam sentados numa cadeira cinzenta, com um pequeno ângulo entre si. Ligeiramente à frente de ambos, era possível identificar a presença de

uma mesa circular de cor castanha. No fundo do cenário, encontravam-se dois candeeiros pretos, três quadros com motivos orientais e uma pequena planta de cor verde.

### **Descrição da Linguagem Corporal da Apresentadora**

A apresentadora Júlia Pinheiro tende a sorrir bastante, sendo diversos os momentos em que expressa gargalhadas audíveis, sobretudo dirigidas aos convidados. Conforme referido anteriormente, este aspeto tende a aumentar a confiança que se estabelece entre o emissor e o recetor. Também quando fala diretamente para a câmara, sorri com frequência, gerando-se uma atmosfera empática (nesta emissão de forma menos frequente em comparação com o programa de dia 1 de agosto de 2022).

Na entrevista a Maria Carreira, Júlia Pinheiro sentou-se sistematicamente com a perna cruzada, sentada de lado em direção à convidada e com o tronco tendencialmente direito. Contudo, diversos foram os momentos em que se aproximou da convidada, sobretudo quando se emocionava ou lhe tentava dar algum conforto em consequência dos factos trágicos que estava a narrar (já que perdeu a sua filha de seis meses). Consideramos ser um ponto digno de menção o facto de a postura de Maria Carreira e Júlia Pinheiro ser praticamente simétrica em quase todos os momentos, encontrando-se as mesmas em alegado *rapport* e, por isso, imersas num processo comunicativo promotor de confiança e abertura.

A entrevista a Clemente decorreu num espaço interior diferente do estúdio, onde tanto a apresentadora como o convidado se sentaram frente a frente, com um pequeno ângulo entre si. Neste caso, Júlia Pinheiro permaneceu consistentemente de perna cruzada, encostada para trás e quase sempre com as costas das mãos visíveis (naquela que, à partida e de acordo com o observado aquando do teste piloto, será uma posição fisiologicamente confortável para a apresentadora). O convidado, por seu turno, permaneceu com as pernas descruzadas, mãos entrelaçadas e tronco direito. Apesar da postura da apresentadora, vários foram os momentos em que esta descruzou a perna e se aproximou do convidado, sobretudo quando sorria em consequência do conteúdo transmitido por Clemente, o que pode ser interpretado como um indício de interesse por parte da apresentadora. Também Clemente teve tendência para se aproximar de Júlia Pinheiro, sobretudo nos momentos mais divertidos da conversa, o que parecia indicar que ambos se encontravam alinhados e genuinamente interessados no processo comunicacional em apreço.

### **Análise dos Teasers**

No âmbito da presente emissão, verificou-se a existência de um pequeno *teaser*, onde Júlia Pinheiro convidou os telespetadores a juntarem-se a si na próxima emissão pois, nas palavras da própria, “não há vidas banais e nós queremos contar a sua”.

### **Índice de Audiências**

O acesso ao índice de audiências foi conseguido através dos dados disponibilizados pela GfK, tendo sido o utilizado o *rating* de audiências.

No dia 2 de agosto de 2022, o programa Júlia registou um rating de 3,03. O resultado em apreço fez com que a SIC perdesse em relação à TVI no intervalo horário em apreço.

**Data de Emissão:** 3 de agosto de 2022

**Intervalo Horário:** 16h05 até às 18h30

**Duração Total do Programa:** 2h25

**Duração do Genérico de Abertura:** cerca de 9s

**Início do Programa (assinalar com X):**

Tabela 63. Posição da apresentadora no início da emissão do dia 3 de agosto de 2022.

Posicionamento da Apresentadora	De pé junto ao sofá	Sentada no sofá	De pé junto à mesa de conversas	Sentada / De pé junto à cozinha
	X			

**Classificação das Rubricas:**

Tabela 64. Classificação das rubricas que compõem o alinhamento do programa Júlia no dia 3 de agosto de 2022.

	Classificação	Duração (XmYs)	Local do Estúdio	Nº Interrupções (Intervalo / Telepromoção)	Música (S / N)
1.	Entrevista de Toy à sua esposa, Daniela, a respeito do seu relacionamento (foi Toy quem conduziu a entrevista, sem a presença de Júlia Pinheiro)	21m12s	Exterior (Casa Ermelinda Freitas)	Zero	N
2.	Entrevista a Brenda Cunha (anónima diagnosticada com um distúrbio de personalidade <i>borderline</i> )	32m27s	Espaço interior, (mas fora do estúdio)	Zero	S
3.	Entrevista a Guilherme Leite (autodidata que marcou a televisão portuguesa através do humor)	39m02s	Espaço interior, (mas fora do estúdio)	Zero	S

Começamos por referir que a presente emissão teve uma particularidade muito interessante – o facto de o cantor Toy ter assumido o papel de entrevistador da sua esposa, Daniela, conversa essa que decorreu num espaço icónico para o casal (a Casa Ermelinda Freitas, em Fernão Pó). Na entrevista em apreço, foi explorado o passado de Daniela (que

tem uma história de sofrimento ao longo da infância e adolescência), bem como a dinâmica entre o casal e a forma como esta se tem fortalecido ao longo dos anos. Esta entrevista não teve, em qualquer momento, instrumental de fundo. Os ângulos de realização foram maioritariamente *close-ups*, com a utilização frequente de um ecrã tripartido, onde surgiam dois *close-ups* (de Toy e de Daniela) e um grande plano de ambos), o que conferiu bastante dinamismo à entrevista.

No caso da entrevista a Brenda Cunha (a qual decorreu num espaço interior diferente do estúdio), a mesma assumiu um carácter bastante pesado, profundo e emotivo, com Júlia Pinheiro a explorar em diversos momentos o silêncio após a apresentação de algumas considerações. Quase toda a entrevista decorreu com um instrumental de fundo dramático e emotivo, aumentando a carga emocional do momento. Os ângulos de realização foram maioritariamente *close-ups*, com a utilização pontual de grandes planos (onde tanto a apresentadora como a convidada surgiam).

No que diz respeito à entrevista a Guilherme Leite, a mesma decorreu num espaço interior diferente do estúdio, tendo sido bastante leve e divertida. O instrumental de fundo, presente em grande parte da mesma, foi também ligeiro. À semelhança da entrevista anterior, os ângulos de realização foram maioritariamente *close-ups*, com a utilização pontual de grandes planos (onde tanto a apresentadora como o convidado surgiam).

#### **Classificação das *videotapes* (VTs):**

A presente emissão não contemplou a exibição de qualquer VT.

#### **Classificação das Questões da Apresentadora:**

*Tabela 65. Análise da tipologia de questões colocadas pela apresentadora e respetiva frequência na emissão do dia 3 de agosto de 2022.*

<b>Número de Questões</b>	<b>Questões Abertas</b>	<b>Questões Fechadas</b>	<b>Questões Divergentes</b>	<b>Questões Convergentes</b>
<b>TOTAL</b>	35	190	0	0

Tabela 66. Análise da duração das diferentes tipologias de questões colocadas pela apresentadora na emissão do dia 3 de agosto de 2022.

<b>Média de Duração das Questões</b>	<b>Questões Abertas</b>	<b>Questões Fechadas</b>	<b>Questões Divergentes</b>	<b>Questões Convergentes</b>
<b>TOTAL (XmYs)</b>	2m27s	12m34s	0m00s	0m00s

A análise das Tabelas 65. e 66. evidencia uma utilização mais expressiva de questões fechadas, tanto pela apresentadora Júlia Pinheiro, como por Toy (que, tal como mencionado previamente, na presente emissão também assumiu o papel de entrevistador) ocupando estas mais tempo ao longo da emissão. A apresentadora em particular continua a exibir uma característica que considerámos muito interessante – para além das questões colocadas, grande parte da sua intervenção surge na forma de comentário, seguindo-se um período de silêncio que impele o(a) convidado(a) a comentar as afirmações/sugestões apresentadas. Este aspeto surge de forma sistemática ao longo da emissão, para além da sumarização feita pela apresentadora de forma pontual.

### **Classificação das Telepromoções:**

Tabela 67. Análise das telepromoções que integram o alinhamento do programa Júlia no dia 3 de agosto de 2022.

	<b>Duração (XmYs)</b>	<b>t Promotor (XmYs)</b>	<b>t Apresentadora (XmYs)</b>
<b>Telepromoção 1 (Medicare)</b>	2m31s	2m10s	0m21s
<b>Telepromoção 2 (Suplementos Calcitrin)</b>	2m52s	2m11s	0m41s
<b>TOTAL (XmYs)</b>	5m33s	3m43s	1m50s

## Descrição do Alinhamento:

Tabela 68. Alinhamento do programa *Júlia* no dia 3 de agosto de 2022.

Horário	Conteúdo
16:05 – 16:37	Entrevista de Toy à sua esposa, Daniela a respeito do seu relacionamento
16:37 – 16:39	Telepromoção
16:39 – 16:39	Referência aos conteúdos da segunda parte
16:39 – 16:53	Intervalo
16:53 – 17:25	Entrevista a Brenda Cunha (anónima, que sofre de um distúrbio de personalidade <i>borderline</i> )
17:25 – 17:28	Telepromoção
17:28 – 18:07	Entrevista a Guilherme Leite (autodidata que marcou a televisão portuguesa através do humor)
18:07 – 18:07	Encerramento do programa
18:07 – 18:30	Intervalo

## Descrição da Cenografia – Cores e Elementos dominantes do Estúdio

A presente emissão não teve qualquer momento no estúdio fixo do programa, decorrendo sempre em espaços distintos.

Conforme mencionado previamente, a entrevista de Toy à sua esposa, Daniela, decorreu na Casa Ermelinda Freitas, tendo utilizado as instalações da própria adega para a realização da mesma. Deste modo, foi possível identificar vários destiladores como elementos de fundo, bem como algumas garrafas de dimensões significativas que davam cor ao espaço. Ambos se encontravam sentados em duas poltronas azuis, virados um para o outro com um pequeno ângulo entre si. Encontrava-se, entre os intervenientes, uma mesa quadrada de acrílico com dois copos e uma garrafa de água.

A segunda entrevista decorreu num espaço interior distinto do estúdio, o qual era caracterizado por mobiliário essencialmente cinzento. Ambas as intervenientes se encontravam sentadas numa cadeira castanha, com um pequeno ângulo entre si. Ligeiramente à frente de ambas, encontrava-se uma mesa circular branca. No fundo do cenário era possível identificar dois vasos verdes, bem como um candeeiro alto de cor branca e um quadro com motivos orientais de cor cinzenta. Em cima da mesma, encontrava-se um livro cujo tópico principal era a gestão das emoções, tendo o mesmo sido utilizado como suporte ao conteúdo veiculado pela convidada.

A última entrevista decorreu precisamente no mesmo espaço que a anterior, mas com alterações substanciais ao nível da cenografia. No fundo do espaço era possível identificar uma mesa de cor amarela, em cima da qual se encontravam dois vasos castanhos e um candeeiro alto de cor preta. Junto à mesma, encontrava-se tanto um cesto como um elemento de natureza de cor verde. Imediatamente por baixo da mesma era possível identificar a presença de duas almofadas, uma de cor azul e outra de cor salmão. A mesa que se encontrava em frente aos intervenientes era de grandes dimensões, castanha e em formato retangular, em cima da qual se encontrava um pequeno arranjo de flores roxas e amarelas, bem como um pão saloio (na sequência da menção que o convidado fez ao mesmo), bem como um livro da sua autoria, tendo ambos os elementos sido utilizados como suporte ao conteúdo em antena.

### **Descrição da Linguagem Corporal da Apresentadora**

Na entrevista feita por Toy à sua esposa, Daniela, foi possível verificar que o entrevistador se encontrou quase sempre com as pernas descruzadas, tronco direito e as mãos a segurar os cartões de apoio. Já a sua convidada, Daniela, esteve com a perna cruzada, um dos braços em frente ao abdómen (como que a proteger-se) e sentada de lado, não se virando diretamente para Toy (note-se que esta postura coincidiu com o facto de a própria referir que não estava confortável com a exposição em apreço, verificando-se uma consonância entre a comunicação verbal e não verbal). A partir de aproximadamente metade da entrevista, a convidada descruzou os braços, virou-se de frente para Toy e sorriu frequentemente, tendo este mimetizado a linguagem corporal de Daniela. Tal facto pode evidenciar um processo comunicacional alinhado e revestido de interesse, onde ambos os intervenientes se encontravam empenhados no mesmo e em consonância. Destaca-se, sobretudo, a mudança significativa constatada em Daniela, a qual foi acompanhada de um discurso mais fluido e divertido, o que indica que a comunicação verbal e não verbal se encontravam alinhadas.

Em ambas as entrevistas conduzidas por Júlia Pinheiro, esta sorriu de forma bastante expressiva. Conforme referido anteriormente, este aspeto tende a aumentar a confiança que se estabelece entre o emissor e o recetor. Também quando fala diretamente para a câmara, sorri com frequência, gerando-se uma atmosfera empática.

Na entrevista a Brenda Cunha (a qual decorreu num espaço interior diferente do estúdio), Júlia Pinheiro sentou-se sistematicamente com a perna cruzada, sentada de lado em direção à convidada e com o tronco tendencialmente direito. Contudo, diversos foram

os momentos em que se aproximou de Brenda, sobretudo nos momentos em que expressou maior empatia em virtude da história de sofrimento da convidada. No caso de Brenda Cunha, a mesma adotou permanentemente a mesma postura – sentada com o tronco direito, pernas descruzadas e costas das mãos visíveis. Acreditamos que esta seja uma postura fisiologicamente confortável para a convidada, a qual foi também condicionada pelo facto de a sua estatura física mais robusta poder condicionar os seus movimentos na poltrona em que se encontrava sentada.

A entrevista a Guilherme Leite decorreu num espaço interior diferente do estúdio (o mesmo da entrevista a Brenda Cunha), onde tanto a apresentadora como o convidado se sentaram frente a frente, com um pequeno ângulo entre si. Neste caso, Júlia Pinheiro permaneceu consistentemente de perna cruzada, encostada para trás e quase sempre com as costas das mãos visíveis (naquela que parece ser uma posição fisiologicamente confortável). O convidado, por seu turno, permaneceu com as pernas descruzadas e tronco direito, tendo utilizado frequentemente as mãos para dar maior expressividade ao seu discurso, onde foi possível ver de forma quase sistemática as palmas das mãos (postura promotora de confiança). A apresentadora sorriu diversas vezes e inclinou-se para a frente em situações de maior diversão e empatia para com o convidado, o que pode traduzir o alinhamento e sintonia entre ambos.

### **Análise dos *Teasers***

No âmbito da presente emissão, verificou-se a existência de um pequeno *teaser*, onde Júlia Pinheiro convidou os telespetadores a juntarem-se a si na próxima emissão porque, segundo a própria “não há vidas banais e é aqui que queremos contar a sua”.

### **Índice de Audiências**

O acesso ao índice de audiências foi conseguido através dos dados disponibilizados pela GfK, tendo sido o utilizado o *rating* de audiências.

No dia 3 de agosto de 2022, o programa Júlia registou um rating de 3,00. O resultado em apreço fez com que a SIC perdesse em relação à TVI no intervalo horário em apreço.

**Data de Emissão:** 4 de agosto de 2022

**Intervalo Horário:** 16h10 até às 18h20

**Duração Total do Programa:** 2h10

**Duração do Genérico de Abertura:** cerca de 9s

**Início do Programa (assinalar com X):**

*Tabela 69. Posição da apresentadora no início da emissão do dia 4 de agosto de 2022.*

Posicionamento da Apresentadora	De pé junto ao sofá	Sentada no sofá	De pé junto à mesa de conversas	Sentada / De pé junto à cozinha
	X			

**Classificação das Rubricas:**

*Tabela 70. Classificação das rubricas que compõem o alinhamento do programa Júlia no dia 4 de agosto de 2022.*

	Classificação	Duração (XmYs)	Local do Estúdio	Nº Interrupções (Intervalo / Telepromoção)	Música (S / N)
1.	Entrevista a Maya (cartomante, relações públicas e apresentadora de televisão)	44m32s	Espaço interior, (mas fora do estúdio)	Zero	N
2.	Entrevista de João de Carvalho ao pai, Ruy de Carvalho	49m15s	Espaço exterior (Jardim Zoológico)	Uma (Telepromoção)	S

A entrevista a Maya decorreu num espaço interior diferente do estúdio habitual, num ambiente caracterizado pela boa disposição (evidenciou-se uma grande proximidade e empatia entre Júlia Pinheiro e a sua convidada). Assume-se como ponto digno de menção o facto de ambas serem apresentadoras de televisão, pelo que a conversa fluiu de forma muito harmoniosa, não sendo necessária a colocação de muitas questões por parte de Júlia Pinheiro. Em bom rigor, a mesma teceu por diversas vezes considerações gerais/comentários acerca de novos tópicos, os quais foram de imediato explorados por Maya sem necessidade de formulação de questões. A presente entrevista não teve, em

qualquer momento, instrumental de fundo. Os ângulos de realização foram maioritariamente *close-ups*, com a utilização pontual de grandes planos (onde tanto a apresentadora como a convidada surgiam).

O segundo segmento do programa consistiu numa entrevista a Ruy de Carvalho (célebre ator português), a qual foi conduzida pelo seu filho, João de Carvalho. Assume-se como ponto digno de menção o facto deste momento não ter assumido o carácter de entrevista, já que apesar de João de Carvalho ter um guião estruturado, o próprio deu a sua opinião pessoal em relação a todos os temas, o que constituiu uma novidade no formato em apreço. A entrevista decorreu num dos pavilhões do Jardim Zoológico de Lisboa, tendo versado acerca do percurso profissional de Ruy de Carvalho e da sua relação com Ruth (esposa que já partiu). Este segmento contou de forma muito pontual com um instrumental de fundo emotivo nos momentos de maior emoção (quando se falou de um cancro que assolou a família ou da partida de Ruth). Os ângulos de realização foram maioritariamente *close-ups*, com a utilização frequente de um ecrã tripartido, onde surgiam dois *close-ups* (de Ruy de Carvalho e de João de Carvalho) e um grande plano de ambos, o que conferiu bastante dinamismo à entrevista.

#### **Classificação das videotapes (VTs):**

A presente emissão não contemplou a exibição de qualquer VT.

#### **Classificação das Questões da Apresentadora:**

*Tabela 71. Análise da tipologia de questões colocadas pela apresentadora e respetiva frequência na emissão do dia 4 de agosto de 2022.*

<b>Número de Questões</b>	<b>Questões Abertas</b>	<b>Questões Fechadas</b>	<b>Questões Divergentes</b>	<b>Questões Convergentes</b>
<b>TOTAL</b>	34	83	0	0

*Tabela 72. Análise da duração das diferentes tipologias de questões colocadas pela apresentadora na emissão do dia 4 de agosto de 2022.*

<b>Média de Duração das Questões</b>	<b>Questões Abertas</b>	<b>Questões Fechadas</b>	<b>Questões Divergentes</b>	<b>Questões Convergentes</b>
<b>TOTAL (XmYs)</b>	2m47s	3m49s	0m00s	0m00s

A análise das Tabelas 71. e 72. evidencia uma diminuição, tanto do número de questões abertas, como fechadas. Ainda assim, o número de perguntas de natureza fechada continua a ser muito superior às de carácter aberto.

Conforme mencionado previamente, a ligação entre Júlia Pinheiro e Maya e o facto de ambas serem profissionais do mundo da comunicação pode ajudar a explicar o facto de não ter havido a necessidade de Júlia Pinheiro apresentar muitas questões. A mesma lançava frequentemente os tópicos, os quais eram seguidos por Maya.

Já na entrevista a Ruy de Carvalho, foi possível verificar que a produção preparou um guião onde todas as perguntas (com a exceção de três) eram de carácter aberto. Ainda assim, este momento assumiu-se como atípico, dado que João de Carvalho não encarnou o papel de entrevistador. Tratou-se de uma conversa onde ambos deram as suas opiniões em relação a todos os temas com João de Carvalho a afirmar sistematicamente que já conhecia todas as respostas do pai às questões.

A junção dos pontos acima mencionados pode explicar a redução significativa do número de questões que integraram a presente emissão.

### **Classificação das Telepromoções:**

*Tabela 73. Análise das telepromoções que integram o alinhamento do programa Júlia no dia 4 de agosto de 2022.*

	<b>Duração (XmYs)</b>	<b>t Promotor (XmYs)</b>	<b>t Apresentadora (XmYs)</b>
<b>Telepromoção 1 (Medicare)</b>	2m31s	2m10s	0m21s
<b>Telepromoção 2 (Suplementos Calcitrin)</b>	2m52s	2m11s	0m41s
<b>TOTAL (XmYs)</b>	5m33s	3m43s	1m50s

## Descrição do Alinhamento:

Tabela 74. Alinhamento do programa *Júlia* no dia 4 de agosto de 2022.

Horário	Conteúdo
16:10 – 16:54	Entrevista a Maya (cartomante, relações públicas e apresentadora de televisão)
16:54 – 16:56	Telepromoção
16:56 – 16:57	Referência aos conteúdos da segunda parte
16:57 – 17:11	Intervalo
17:11 – 17:20	Entrevista de João de Carvalho ao pai, Ruy de Carvalho
17:20 – 17:23	Telepromoção
17:23 – 18:03	Continuação da entrevista de João Carvalho ao pai, Ruy de Carvalho
18:03 – 18:03	Encerramento do programa
18:03 – 18:20	Intervalo

## Descrição da Cenografia – Cores e Elementos dominantes do Estúdio

A presente emissão não contou com nenhum segmento no estúdio fixo do programa, decorrendo sempre em espaços distintos.

O cenário da primeira entrevista caracterizou-se por mobiliário essencialmente castanho. No fundo do referido espaço, encontrava-se uma grande mesa com um elevado número de ornamentos, em cima da qual foram posicionadas duas peças decorativas também castanhas. Por cima da mesma, foi colocado um quadro com motivos de natureza de coloração azul, branca, laranja e amarela. À direita desta, encontrava-se uma árvore e duas almofadas de cor castanha e laranja. Foi ainda possível identificar a presença de quatro quadros brancos com motivos orientais. As duas intervenientes encontravam-se sentadas em duas poltronas castanhas, viradas uma para a outra com um pequeno ângulo entre si, à frente das quais foi posicionada uma mesa retangular castanha com dois copos de água.

O segundo momento de conversa decorreu no Jardim Zoológico de Lisboa, um espaço icónico para João de Carvalho e Ruy de Carvalho. Como pano de fundo, encontrava-se um edifício imponente com vitrais azuis, vermelhos, amarelos e um jardim com uma fonte ao centro. Mais próximo da cena principal era possível avistar-se duas árvores de cada um dos lados dos intervenientes e uma porta verde envidraçada ao centro.

João de Carvalho e Ruy de Carvalho sentaram-se numa cadeira castanha, virados um para o outro, com um pequeno ângulo entre si.

### **Descrição da Linguagem Corporal da Apresentadora**

A presente emissão foi caracterizada, tal como referido previamente, por uma elevada dose de boa disposição, onde todos os intervenientes sorriram de forma bastante expressiva ao longo de toda a emissão.

Na entrevista de Júlia Pinheiro a Maya, ambas espelharam de forma praticamente permanente a linguagem corporal uma da outra. Destaca-se o facto de Júlia Pinheiro ter mantido o tronco inclinado para a frente durante grande parte do tempo da entrevista (o que não é habitual na apresentadora quando sentada nesta posição), evidenciando interesse no momento comunicacional em apreço. Foi também possível verificar que, tanto Maya como Júlia Pinheiro, exibiram frequentemente as palmas das mãos, num gesto promotor de transparência e confiança.

A entrevista de Paulo de Carvalho a Ruy de Carvalho teve uma particularidade muito interessante, que se verificou ao longo de toda a conversa (com a exceção de quinze segundos da mesma) – pai e filho permaneceram sempre com a linguagem corporal simétrica um do outro (pernas descruzadas, costas das mãos visíveis e um sorriso frequente). Este espelhamento indicia que ambos se encontravam em *rappor*t e, por isso, notoriamente interessados na conversa em apreço. Note-se que o facto de se tratar de uma conversa entre pai e filho também pode ter influenciado este aspeto e sustentar o conforto que aparentemente sentiam na presença um do outro, sustentado na sua linguagem corporal simétrica.

### **Análise dos Teasers**

No âmbito da presente emissão, verificou-se a existência de um pequeno *teaser*, onde Júlia Pinheiro convidou os telespetadores a juntarem-se a si na próxima emissão porque, segundo a própria “não há vidas banais e é aqui que queremos contar a sua”.

### **Índice de Audiências**

O acesso ao índice de audiências foi conseguido através dos dados disponibilizados pela GfK, tendo sido utilizado o *rating* de audiências.

No dia 4 de agosto de 2022, o programa Júlia registou um *rating* de 3,21. O resultado em apreço fez com que a SIC perdesse em relação à TVI no intervalo horário em apreço.

**Data de Emissão:** 5 de agosto de 2022

**Intervalo Horário:** 16h10 até às 18h25

**Duração Total do Programa:** 2h15

**Duração do Genérico de Abertura:** cerca de 9s

**Início do Programa (assinalar com X):**

Tabela 75. Posição da apresentadora no início da emissão do dia 5 de agosto de 2022.

Posicionamento da Apresentadora	De pé junto ao sofá	Sentada no sofá	De pé junto à mesa de conversas	Sentada / De pé junto à cozinha
	X			

**Classificação das Rubricas:**

Tabela 76. Classificação das rubricas que compõem o alinhamento do programa Júlia no dia 5 de agosto de 2022.

	Classificação	Duração (XmYs)	Local do Estúdio	Nº Interrupções (Intervalo / Telepromoção)	Música (S / N)
1.	Entrevista de José Raposo (ator e ex-marido de Maria João Abreu) aos seus dois filhos, Miguel e Ricardo	53m12s	Espaço interior, (mas fora do estúdio)	Zero	S
2.	Entrevista a Rui Oliveira (marido de Manuel Luís Goucha)	37m02s	Espaço exterior (casa de Rui Oliveira)	Duas (Intervalo e Telepromoção)	S

Começamos por referir que a presente emissão teve uma particularidade muito interessante – o facto de o ator José Raposo ter assumido o papel de entrevistador dos seus dois filhos, Miguel e Ricardo, conversa essa que decorreu na “Adega do Avô” (restaurante da família, no Cartaxo). Ao longo da entrevista foi explorada a infância dos filhos, a interação entre José Raposo e Maria João Abreu e a partida da mesma. Esta entrevista não contou com qualquer instrumental de fundo, tendo os filhos tocado guitarra em dois momentos diferentes, a quem se juntou a avó e o pai (ambos a cantar fado). Os

ângulos de realização foram maioritariamente *close-ups*, com a utilização frequente de um ecrã tripartido, onde surgiam dois *close-ups* (de José Raposo e de Miguel e Ricardo) e um grande plano de ambos, o que conferiu bastante dinamismo à entrevista.

No caso da entrevista a Rui Oliveira, esta decorreu num monte em Monforte, propriedade do mesmo e de Manuel Luís Goucha (seu marido). A entrevista decorreu num ambiente muito leve, descontraído e animado, com Júlia Pinheiro visivelmente entusiasmada e agradada com o seu convidado. Quase toda a entrevista decorreu em completo silêncio no que ao instrumental de fundo diz respeito, com a exceção de alguns momentos mais emotivos onde se falou da vida amorosa de Rui (nesses casos, o instrumental era algo dramático, mas muito subtil). Os ângulos de realização foram maioritariamente *close-ups*, com a utilização pontual de grandes planos (onde tanto a apresentadora como o convidado surgiam). Consideramos relevante destacar que esta entrevista foi emitida num período em que estava a ser transmitido na antena da TVI o programa Goucha (conduzido, como amplamente explanado, por Manuel Luís Goucha, marido do entrevistado), aspeto que considerámos muito interessante. Note-se que o objetivo de ambas as estações privadas é ganhar no que concerne ao índice de audiências, mas, neste caso, somos levados a equacionar a existência de um certo *fair play* (dado que a TVI terá, à partida, concordado com a realização da entrevista em apreço, encontrando-se ciente que o programa Júlia é emitido no mesmo período horário), o que classificamos como bastante positivo.

#### **Classificação das *videotapes* (VTs):**

A presente emissão não contemplou a exibição de qualquer VT.

#### **Classificação das Questões da Apresentadora:**

*Tabela 77. Análise da tipologia de questões colocadas pela apresentadora e respetiva frequência na emissão do dia 5 de agosto de 2022.*

<b>Número de Questões</b>	<b>Questões Abertas</b>	<b>Questões Fechadas</b>	<b>Questões Divergentes</b>	<b>Questões Convergentes</b>
<b>TOTAL</b>	18	135	0	0

Tabela 78. Análise da duração das diferentes tipologias de questões colocadas pela apresentadora na emissão do dia 5 de agosto de 2022.

<b>Média de Duração das Questões</b>	<b>Questões Abertas</b>	<b>Questões Fechadas</b>	<b>Questões Divergentes</b>	<b>Questões Convergentes</b>
<b>TOTAL (XmYs)</b>	01m01s	6m22s	0m00s	0m00s

Em primeira instância, apraz-nos referir que na entrevista conduzida por José Raposo praticamente não foram colocadas questões por parte do mesmo. No total, este articulou apenas três questões abertas e vinte e duas de natureza fechada, o que não é um cenário típico. O ator optou por tecer alguns comentários ou introduzir os tópicos de conversa, deixando os filhos comentar e conduzir a conversa livremente.

A análise das Tabelas 77. e 78. evidencia uma utilização mais expressiva de questões fechadas ao longo da presente emissão, ocupando estas mais tempo ao longo da emissão. A apresentadora exhibe de forma consistente (conforme explanado previamente) uma característica que considerámos muito interessante – para além das questões colocadas, grande parte da sua intervenção surge na forma de comentário, seguindo-se um período de silêncio que impele o(a) convidado(a) a comentar as afirmações/sugestões apresentadas. Este aspeto surge de forma sistemática ao longo da emissão, para além da sumarização feita pela apresentadora de forma pontual.

### **Classificação das Telepromoções:**

Tabela 79. Análise das telepromoções que integram o alinhamento do programa Júlia no dia 5 de agosto de 2022.

	<b>Duração (XmYs)</b>	<b>t Promotor (XmYs)</b>	<b>t Apresentadora (XmYs)</b>
<b>Telepromoção 1 (Medicare)</b>	2m31s	2m10s	0m21s
<b>Telepromoção 2 (Suplementos Calcitrin)</b>	2m52s	2m11s	0m41s
<b>TOTAL (XmYs)</b>	5m33s	3m43s	1m50s

## Descrição do Alinhamento:

Tabela 80. Alinhamento do programa *Júlia* no dia 5 de agosto de 2022.

Horário	Conteúdo
16:10 – 17:03	Entrevista de José Raposo (ator e ex-marido de Maria João Abreu) aos seus dois filhos, Miguel e Ricardo
17:03 – 17:05	Telepromoção
17:05 – 17:05	Referência aos conteúdos da segunda parte
17:05 – 17:19	Intervalo
17:19 – 17:32	Entrevista a Rui Oliveira (marido de Manuel Luís Goucha)
17:32 – 17:35	Telepromoção
17:35 – 18:12	Continuação da entrevista a Rui Oliveira (marido de Manuel Luís Goucha)
18:12 – 18:12	Encerramento do programa
18:04 – 18:25	Intervalo

## Descrição da Cenografia – Cores e Elementos dominantes do Estúdio

Ambas as entrevistas que compõem o alinhamento do programa em estudo decorreram fora do estúdio fixo do mesmo, sendo este utilizado pela apresentadora apenas para lançar cada um dos momentos e fazer as telepromoções (já gravadas previamente, já que a apresentadora exibia uma roupa diferente da que apresentava no próprio dia). Deste modo, a este nível a descrição da cenografia realizada no âmbito da emissão do dia 1 de agosto de 2022 mantém-se válida para efeitos da presente explicação.

No caso da entrevista de José Raposo aos seus filhos, esta decorreu num espaço interior (restaurante “Adega do Avô”), onde os três intervenientes se encontravam sentados numa cadeira de madeira (os dois filhos lado a lado, em frente ao pai). No fundo era possível identificar uma grande mesa de madeira retangular, com diversos cestos e garrações posicionados em cima da mesma.

A entrevista a Rui Oliveira decorreu no jardim da sua casa, em Monforte, onde o entrevistado e Júlia Pinheiro se sentaram em duas grandes poltronas brancas. No fundo era possível avistar um grande jardim com árvores frondosas e uma casa como pano de fundo. À frente de ambos foi colocada uma pequena mesa com dois copos de água e um jarro com pequenas flores. Integraram também este momento dois cães de pequeno porte

que conferiram alguma diversão à cena, já que saltaram para o colo de Júlia Pinheiro e correram diversas vezes pelo jardim, divertindo Rui Oliveira e a apresentadora.

### **Descrição da Linguagem Corporal da Apresentadora**

Na entrevista de José Raposo aos seus dois filhos, reinou a descontração e boa disposição, visíveis na linguagem corporal dos três. Estes permaneceram tendencialmente com as pernas descruzadas, sorriram de forma bastante expressiva durante grande parte do tempo, exibiram frequentemente as palmas das mãos (sobretudo José Raposo) e diversas foram as alturas em que se inclinaram para a frente (nos momentos de maior diversão e cumplicidade).

Na entrevista a Rui Oliveira, Júlia Pinheiro sorriu de forma bastante expressiva durante grande parte do tempo. A apresentadora esteve consistentemente inclinada para a frente e, apesar de apresentar a perna cruzada durante grande parte do tempo (possivelmente uma posição fisiologicamente confortável para si), várias foram as ocasiões em que a descruzou. Rui Oliveira teve tendência a apresentar uma linguagem corporal simétrica à apresentadora. Para além deste ponto, foi visível um aspeto muito interessante – o espaço ocupado por Rui Oliveira ao longo de toda a entrevista. Este teve tendência a permanecer com ambos os braços abertos e alicerçados na parte traseira da poltrona, não existindo qualquer barreira entre si e a apresentadora. Esta é uma das poses de poder documentadas na revisão da literatura e que evidenciam confiança e à vontade por parte do entrevistado, sustentando a harmonia e interesse do momento comunicacional, bem como a segurança sentida por Rui (note-se que a entrevista decorreu na sua própria casa sendo, por isso, um ambiente seguro para si).

### **Análise dos Teasers**

No âmbito da presente emissão, verificou-se a existência de um pequeno *teaser*, onde Júlia Pinheiro convidou os telespetadores a juntarem-se a si na próxima emissão porque, segundo a própria “não há vidas banais e é aqui que queremos contar a sua”.

### **Índice de Audiências**

O acesso ao índice de audiências foi conseguido através dos dados disponibilizados pela GfK, tendo sido o utilizado o *rating* de audiências.

No dia 5 de agosto de 2022, o programa Júlia registou um rating de 2,98. O resultado em apreço fez com que a SIC perdesse em relação à TVI no intervalo horário em apreço.