Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Abílio Renato Gomes Almeida

O *daytime* televisivo em Portugal: uma análise ao papel do riso nos principais *talk shows* matinais

julho de 2021

O *daytime* televisivo em Portugal: uma análise ao papel do riso nos principais *talk shows* matinais

Abílio Renato Gomes Almeida

UMinho | 2021

Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Abílio Renato Gomes Almeida

O *daytime* televisivo em Portugal: uma análise ao papel do riso nos principais *talk shows* matinais

Tese de Doutoramento
Doutoramento em Ciências da Comunicação

Trabalho efetuado sob a orientação da
Professora Doutora Helena Sousa
e do
Professor Doutor Manuel Pinto

julho de 2021

DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS

Este é um trabalho académico que pode ser utilizado por terceiros desde que respeitadas as regras e boas práticas internacionalmente aceites, no que concerne aos direitos de autor e direitos conexos.

Assim, o presente trabalho pode ser utilizado nos termos previstos na licença abaixo indicada.

Caso o utilizador necessite de permissão para poder fazer um uso do trabalho em condições não previstas no licenciamento indicado, deverá contactar o autor, através do RepositóriUM da Universidade do Minho.

Licença concedida aos utilizadores deste trabalho



Atribuição
CC BY

https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha mãe, Luciana, por tudo. Enumerar seria reduzir.

Agradeço ao "vô" Abílio, por me ensinar a ser – ou a querer ser – sempre o menor.

Agradeço à minha avó da parte da minha mãe, "Tina", que motivou esta investigação, a minha primeira amiga difícil de compreender. E, claro, a todos os "Russos".

Agradeço ao meu pai, Abílio, por ter-me dado o melhor que sabia.

Agradeço à Professora Doutora Helena Sousa e ao Professor Doutor Manuel Pinto que foram, entre outras coisas, um porto – um porto seguro em períodos de insegurança.

Agradeço a todos os meus queridos amigos e amigas.

Agradeço aos meus companheiros desta agigantada turné. À Alene, pelas inúmeras reflexões em conjunto. À Cris e ao marido por me terem trazido muitas dezenas de livros (pesados) do Brasil. Ao Enrickson, pelo seu sempre pronto auxílio. Ao Mateus, pela boa companhia na biblioteca. E, claro, à Leonor, pela sua constante afabilidade.

Agradeço ao Professor João (da escola primária), à Professora Doutora Cidália Henriques (da ESAP) e à Professora Doutora Zara Pinto Coelho (da UMinho) pela atenção especial e pela partilha de conhecimento. E, claro, à Professora Doutora Filipa Subtil que, sem saber, me deu a conhecer James W. Carey.

Agradeço a todos os entrevistados. Mas em particular àqueles que, de diferentes formas, mostraram uma especial empatia para comigo. Foram eles: Daniel Cruzeiro, Nuno Artur Silva, Hernâni Carvalho, Bruno Santos, Bruno Rodrigues, Rita Belinha, Sónia Araújo, Teresa Lencastre, João Costa, João Patrício, "Ben" e Joelma Garcia.

Agradeço à UMinho, ao ICS, ao CECS, à RTP, à SIC, à Coral Europa e à GfK Portugal. E principalmente a todos aqueles que, dessas entidades, cooperaram comigo.

DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE

Declaro ter atuado com integridade na elaboração do presente trabalho académico e confirmo que não recorri à prática de plágio nem a qualquer forma de utilização indevida ou falsificação de informações ou resultados em nenhuma das etapas conducente à sua elaboração.

Mais declaro que conheço e que respeitei o Código de Conduta Ética da Universidade do Minho.

O *daytime* televisivo em Portugal: uma análise ao papel do riso nos principais *talk shows* matinais

RESUMO

O uso das emoções como gratificação não é algo novo no *daytime* televisivo, nem tampouco nos estudos sobre essa realidade. Mas e o que dizer do caso específico de Portugal? Neste estudo, centrado nos *talk shows* matinais, foi possível contabilizar vários episódios com centenas de risos, sugerindo que essa é uma expressão emocional relevante para a realidade em análise. Partindo do pressuposto de que a televisão é mais do que um mero objeto, um vínculo social, no qual existe uma dinâmica de "dar e receber", que papel se acredita que o riso tenha tido e continue a ter nesse já longo e razoavelmente estável "relacionamento" entre os conteúdos televisivos e as pessoas que os observam no período da manhã, em Portugal? (1) Num Ocidente profundamente influenciado pelo platonismo – onde o riso é visto como um sinal externo de uma fraqueza interna – poderão esses programas ter contribuído para uma espécie de "democratização" do ato de rir em solo nacional? (2) De que forma esse considerável número de risos aparenta estar hoje a ser usado e quão consciente mostra ser o seu uso, por parte dos principais intervenientes? (3) Em que medida o riso, nesses programas e não só, pode colocar problemas que suscitem a atenção por parte de quem o estuda? Com tais questões, de forma mais ou menos direta, como base, este estudo foi dividido em três partes fundamentais.

A primeira parte, dividida em dois capítulos, procurou: (1) compreender a construção do conceito do riso de acordo com o modelo platónico e evolucionista; e (2) analisar o fenómeno do riso "de fora para dentro", tendo em conta distintas alterações sociais e tecnológicas. A segunda parte, igualmente dividida em dois capítulos, visou: (1) uma ampla compreensão do fenómeno televisivo e das suas respetivas audiências; e (2) uma descodificação daquilo que é realmente o *daytime*, com um foco nos programas que nas últimas décadas ocuparam as manhãs da televisão portuguesa. A terceira parte, dividida em quatro capítulos, examinou: (1) o número de risos dos programas selecionados e dos seus principais intervenientes; (2) a diferença entre a realidade observável no televisor (muito riso) e aquela que não o é, no local das emissões; (3) o parecer dos entrevistados, distribuído por oito temáticas específicas associadas à realidade em análise; e, por fim, (4) a própria investigação, como um todo, tendo como base uma apreciação global dos três principais tópicos: o riso, o *daytime* televisivo e o papel do riso na primeira parte do *daytime* televisivo em contexto nacional.

PALAVRAS-CHAVE

Daytime televisivo; Manhãs; Riso; *Talk shows*

Daytime* television in Portugal: an analysis of the role of laughter in the main morning *talk shows

ABSTRACT

The use of emotions as gratification is not something new in daytime television, nor in the studies about this reality. But what can be said about the specific case of Portugal? In this study, focused on morning talk shows, it was possible to count several episodes with hundreds of laughs, suggesting that this is a relevant emotional expression for the reality under analysis. Assuming that television is more than a mere object, a social bond, with a "give and take" dynamic, what role do we believe laughter has had so far and continues to have in this already long and reasonably stable "relationship" between television contents and those who watch them in the mornings in Portugal? (1) In a West deeply influenced by Platonism – where laughter is seen as an external sign of an internal weakness – may these programmes have contributed to a kind of "democratization" of the act of laughing on national soil? (2) In what ways does this considerable amount of laughter appear to be used today, and how conscious are the main participants of its use? (3) To what extent can laughter, in these programmes and beyond, pose problems which arouse the attention of those who study it? With these questions more or less directly as a basis, this study has been divided into three key parts.

The first part, divided into two chapters, sought to: (1) understand the construction of the concept of laughter according to the Platonic and evolutionary model; and (2) analyse the phenomenon of laughter "from the outside in", considering distinct social and technological changes. The second part, also divided into two chapters, aimed at: (1) a broad understanding of the television phenomenon and its respective audiences; and (2) a decoding of what "daytime" really is, with a focus on the morning programmes of the last decades in portuguese television. The third part, divided into four chapters, examined: (1) the number of laughs in the selected programmes and of the main participants; (2) the difference between the reality which is observable on television (a lot of laughter) and that which is not, where the broadcasts actually take place; (3) the opinion of the interviewees distributed by eight specific themes associated with the reality under analysis; and, finally, (4) the research itself, as a whole, based on a global study of the three main topics: laughter, daytime television and the role of laughter in the first part of daytime television in a national context.

KEY WORDS

Daytime television; Laughter; Mornings; Talk shows

ÍNDICE

Prólogo 1

TÓPICOS INICIAIS 3

I. Pertinência da temática e enquadramento da investigação 4
II. Questão fundamental e objetivos complementares 10
III. Descrição das opções metodológicas: 13
a. *Análise documental (escrita e audiovisual)* 14
b. *Observação (direta, estruturada e reativa)* 18
c. *Entrevistas (semiestruturadas e individuais)* 22
IV. Organização e estrutura do trabalho 24

PARTE I – O RISO, E O RISO COMO MEIO DE *UMA* COMUNICÃO PLURAR 26

CAP. 1 – O RISO NO PENSAMENTO: O CONFLITO DOS "ROSTOS DO PODER" 27
1.1. O "modelo clássico": uma obra sem lugar para o "pecado" do riso 28
1.1.1. A mensagem cristã do século I: "Sigam o Modelo!" 31
1.1.2. A introdução do modelo platónico pela Igreja Ocidental 33
1.1.3. O ideal platónico: um absoluto não-lugar para o riso 33
1.1.4. A proliferação de um recado limitador: "Cristo nunca riu!" 39
1.1.5. A brisa aristotélica e o riso: um problema para Igreja? 44
1.1.6. O rei palhaço, o poder, o *risus* e o *subrisus* 48
1.1.7. O espaço oficioso do riso (renascentista, mas não só) 51
1.1.8. Fato, gravata e uma "cara de mau". Está vivo o ideal platónico? 58
1.2. O "modelo moderno": uma obra com um "privilegiado" lugar para o riso 60
1.2.1. A mensagem nietzschiana do século XIX: "O riso, afinal, é coisa do sábio!" 61
1.2.2. A oficialização do modelo evolucionista pela Academia Científica 63
1.2.3. O ideal evolucionista: com um "novo" lugar para o riso 63
1.2.4. Havia já sido explorada uma linha de mudança 66
1.2.5. O riso como imagem da "nova lucidez" 68
1.2.6. Mas qual é então o "conceito moderno" de riso? 69
1.2.7. O riso é algo do novo belo ou é somente o triunfo do feio? 74
1.2.8. A cristandade e a reformulação da sua mensagem: "Cristo, afinal, riu!" 78
1.2.9. Fato, gravata e uma "cara de parvo". É este, então, o novo ideal? 79

CAP. 2 – O RISO NA SOCIEDADE: UMA ANÁLISE "DE FORA PARA DENTRO" 82
2.1. Os climas emocionais: o riso nas suas distintas comunicações 83
2.1.1. Os climas invocam indumentárias adequadas e não modelos oficiais 84
2.1.2. Num clima de "medo" (medieval): o riso pertence ao mais audaz 85
2.1.3. Num clima de "vergonha" (pós-medieval): o riso é do escravo dos costumes 87
2.1.4. Num clima de "surpresa" (tecnológica): o riso é de quem vê a sua mente superada 90
2.1.5. Num clima de "raiva" (proletária): o riso é do que mais castiga os demais 91
2.1.6. Num clima de "tristeza" (moderna): o riso só pode mesmo ser do louco 93
2.1.7. Num clima de "alegria" ("pós-moderna"): é quanto mais riso melhor? 95
2.2. A comunicação de massas: o riso em diversos meios e encargos 98
2.2.1. O fonógrafo: uma das primeiras máquinas de "fazer risos" (séc. XVIII-XIX) 99
2.2.2. O cinema: e afinal... o riso não mata mesmo as mulheres (séc. XIX-XX) 101
2.2.3. A rádio: era preciso rir mais e melhor – literalmente! – para progredir (séc. XX) 103
2.2.4. A televisão: da primitiva *Laff box* aos ainda audíveis *laugh tracks*, e não só (séc. XX-XXI) 105
2.2.5. A Internet e, em especial, as redes sociais: é preciso rir, rir ou rir (séc. XXI) 109
2.2.6. O riso como fármaco: é o "riso mecânico" a incitar à "mecânica do riso"? (séc. XXI) 111

PARTE II – A TELEVISÃO: O *DAYTIME* EM DESTAQUE 114

CAP. 3 – A TELEVISÃO E AS SUAS AUDIÊNCIAS: CONCEITOS E PROBLEMÁTICAS ESSENCIAIS 115

3.1. A televisão: uma janela que, lentamente, se transformou num (atípico) espelho 116
3.1.1. Vale ainda a pena, nos nossos dias, estudar a televisão (e em especial a generalista)? 117
3.1.2. Estudar televisão num imenso universo de opções: "o quê?" e "como?" 120
3.1.3. O que é, afinal, a televisão? (do "objeto" à "relação" do sujeito com o objeto) 121
3.1.4. E no início era a... "Paleotelevisão" 122
3.1.5. Até que depois apareceu a... "Neotelevisão" 124
3.1.6. E da "Neotelevisão" irromperá, quiçá um dia, a... "Hipertelevisão" 126
3.1.7. Mas e o que dizer já hoje da... "Televisão Ubíqua"? 128
3.1.8. A televisão de serviço público e a privada: distintas, mas com um (suposto) interesse comum 130
3.1.9. A televisão de serviço público (e a "dita" de serviço público): alguns (propostos) limites 134
3.1.10. O já antigo (não) conflito: "televisão fragmentada" *vs.* "televisão generalista" 137
3.1.11. A televisão dos nossos dias: um novo e muito atípico espelho? 139
3.2. As audiências televisivas: em "comunhão" do outro lado dos (variadíssimo) ecrãs 141
3.2.1. O "público", o "público-alvo" e as "audiências": uma análise aos conceitos 142
3.2.2. O impreciso – mas indispensável – cálculo das audiências (o caso de Portugal) 143
3.2.3. "Eu estou agora aqui a ver este programa de televisão; mas porquê?" 145
3.2.4. O poder televisivo: o (variável) efeito da televisão sobre o "eu" 149
3.2.5. A televisão: uma companheira fiel ou infiel? (As duas visões em análise) 151
3.2.6. A televisão, o espetador e as "mil e uma" formas de se relacionarem 155
3.2.7. O culto às "celebridades": o televisor como pedestal nacional 156
3.2.8. Um "novo" aparelho e uma "velha" carência? 157
3.2.9. A televisão e as suas audiências: uma visão global 159

CAP. 4 – O *DAYTIME* TELEVISIVO NO GERAL E EM PORTUGAL: AS "MANHÃS" EM FOCO 162

4.1. O *daytime* televisivo: uma realidade diferente, não (necessariamente) indigente 163
4.1.1. É importante não esquecer: para milhões de pessoas "faz sentido" assistir 164
4.1.2. Um público (a)típico: entre o preconceito e a realidade (no geral e em Portugal) 166
4.1.3. A natureza dos *talk shows* – mera "conversa fiada" ou mais do que disso? 167
4.1.4. Os *daytime talk shows* – simples *talk shows* diurnos ou algo mais? 170
4.1.5. O *infotainment* – informação a entreter ou entretenimento a informar? 173
4.1.6. A variável emocional: tardes de melancolia suportadas em manhãs de muita folia 175
4.1.7. O (superempático) apresentador dos *daytime talk shows:* 0-100 em poucos segundos 177
4.1.8. O uso, desde há muito, de gratificações bastante especiais: as emoções 179
4.1.9. Serão "válidas" todas as receitas? A dramática lição de *The Jenny Jones Show* 181
4.1.10. Levantemos a ponta do véu: um universo para lá da "conversa fiada" 182
4.1.11. O que fazem os membros da classe política nesses programas? 184
4.1.12. O (in)explicável fenómeno de Oprah Winfrey e de *The Oprah Winfrey Show* 185
4.1.13. O *daytime television:* não o subestimar é um passo importante, mas é só o primeiro 189
4.2. Os principais "programas da manhã" na televisão portuguesa (de 1985 a 2019) 191
4.2.1. O alargado conceito de "manhã" e o atual uso do termo *"talk show"* 192
4.2.2. Os primeiros passos (no geral): o *talk show* (em 1947) e o *daytime talk show* (em 1979) 193
4.2.3. O contexto nacional: a RTP (em 1958), o *talk show* (em 1969) e o *daytime talk show* (em 1985) 194
4.2.4. RTP1: um caminho pioneiro, longo e tortuoso (iniciado em 1985) 196
4.2.5. SIC: um infatigável trajeto que, finalmente, deu o fruto desejável (iniciado em 1999) 200
4.2.6. TVI: um percurso de glória que, por enquanto, afrouxou (iniciado em 2002) 203
4.3. Os principais *talk shows* matinais, em Portugal (em 2019) 206
4.3.1. A "alternativa" *Praça da Alegria*, com Jorge Gabriel e Sónia Araújo (RTP1) 207
4.3.2. O "poderoso" *Programa da Cristina*, com Cristina Ferreira e(m) muitos outros (SIC) 209

4.3.3. O "inconformado" *Você na TV!*, com Manuel Luís Goucha e Maria Cerqueira Gomes (TVI) 212

PARTE III – O RISO NOS *TALK SHOWS* MATINAIS: INVESTIGAÇÃO EMPÍRICA 214

CAP. 5 – EM BUSCA DE UM RISO QUANTITATIVO: ANÁLISE ESTATÍSTICA DOS EPISÓDIOS 215

5.1. Alguns prévios e indispensáveis esclarecimentos metodológicos 216
5.1.1. O riso: uma atípica – mas possível – unidade de medida 217
5.1.2. O riso dos apresentadores, de outros intervenientes e do público de estúdio 218
5.1.3. Uma contagem diferenciada para risos distintos 218
5.1.4. A construção do modelo de análise 219
5.1.5. As principais limitações do estudo apresentado 219
5.2. O riso nos *talk shows* matinais – uma apreciação global 221
5.2.1. A *Praça da Alegria*, na RTP1: uma "praça" aberta também ao riso 222
5.2.2. *O Programa da Cristina*, na SIC: uma "casa" totalmente recetiva ao riso (e ao choro) 223
5.2.3. O *Você na TV!,* na TVI: uma "reunião" de diferentes e articulados risos 225
5.3. O riso dos apresentadores e das apresentadoras 227
5.3.1. A *Praça da Alegria*, na RTP1: o riso (necessariamente) modesto de Jorge Gabriel e Sónia Araújo 228
5.3.2. *O Programa da Cristina*, na SIC: o riso abundante e regular de Cristina Ferreira 229
5.3.3. O *Você na TV!,* na TVI: um riso dividido em dois risos distintos 230
5.4. O riso de outros intervenientes 231
5.4.1. A *Praça da Alegria*, na RTP1: o riso popular dos populares 231
5.4.2. *O Programa da Cristina*, na SIC: um riso com umas pitadas de pranto 232
5.4.3. O *Você na TV!,* na TVI: um riso em menor quantidade, mas de igual importância 233
5.5. O riso do público de estúdio 234
5.5.1. A *Praça da Alegria*, na RTP1: um riso, acima de tudo, coordenado 235
5.5.2. *O Programa da Cristina*, na SIC: um riso praticamente (e, quiçá, convenientemente) invisível 235
5.5.3. O *Você na TV!,* na TVI: um público capaz de rir mais e, surpreendentemente, de fazer rir 236
5.6. Uma apreciação geral aos principais pontos analisados 237
5.6.1. Entre os risos do privado e os (sor)risos do serviço público 237
5.6.2. De onde (mais) brota o (tão abundante) riso? 238
5.6.3. O riso e as audiências televisivas: existirá relação? 239

CAP. 6 – ENTRE O RISO VISÍVEL E O INVISÍVEL: OBSERVAÇÃO DE DOIS LOCAIS DE EMISSÃO 243

6.1. Alguns aspetos específicos a considerar no estudo apresentado 244
6.1.1. O (convenientemente eliminado) preconceito do investigador 245
6.1.2. A inevitável – mas não incondicional – retórica de comparação 246
6.1.3. O planeamento da observação e a apresentação da análise 246
6.1.4. Duas importantes limitações do estudo apresentado 247
6.2. O "antes" e o "depois" das emissões (a *Praça da Alegria* e *O Programa da Cristina)* 248
6.2.1. Os apresentadores: de uma surpreendente agitação a uma muito inesperada calmaria 249
6.2.2. A restante equipa: entre o sucesso do programa e o bem-estar da apresentadora 249
6.2.3. Os convidados: com um brinde especial, guardado (não só) para o final 250
6.2.4. O público de estúdio: de um envolvimento total a um limitado 250
6.3. O "durante" e as "pausas" das emissões (a *Praça da Alegria* e *O Programa da Cristina)* 252
6.3.1. Os apresentadores: de algo próximo da realidade à construção de uma realidade 253
6.3.2. A restante equipa: de uma participação ativa a uma experiência intensa 253
6.3.3. Os convidados: entre o ameno e o intenso (e multifacetado) expressar emocional 254
6.3.4. O público de estúdio: entre a mera funcionalidade e a cumplicidade funcional 255
6.4. Uma análise global dos principais tópicos considerados 256
6.4.1. Do visível ao invisível: era uma vez, dois programas razoavelmente mentirosos... 256
6.4.2. Da fogueira às vezes acesa na *praça*, a uma sem fim à vista na *casa* 257

6.4.3. De um informalismo limitado a um que é conscientemente cultivado 259
6.4.4. A inevitavelmente distinta experiência do observador (em 6 pontos) 260
CAP. 7 – UM OLHAR SOB INÚMEROS OLHARES: VÁRIOS PROFISSIONAIS ENTREVISTADOS 262
7.1. Alguns pontos a ter em especial atenção na análise realizada 263
7.1.1. O guião da entrevista e a apresentação da consideração 263
7.1.2. A ligação dos entrevistados ao fenómeno em análise 264
7.1.3. Uma preocupação comum, uma solução comum 265
7.1.4. Um aspeto a não ignorar no presente estudo 265
7.2. Uma análise à análise dos entrevistados 267
7.2.1. O *daytime* televisivo: "ajuda a perceber" 268
7.2.2. O período da manhã: "um mini-*prime time"* 269
7.2.3. A atividade profissional: "de, por e para pessoas" 271
7.2.4. O cenário: "Mas tu 'tás aí ao sol? Aqui chove." 272
7.2.5. As redes sociais: "[o riso] é receita de sucesso" 274
7.2.6. A Cristina Ferreira: "uma Oprah à nossa maneira" 275
7.2.7. A classe política: "os políticos parecem mais próximos" 276
7.2.8. O serviço público: "[com um] livro de estilos diferente" 276
7.3. Uma análise geral aos principais tópicos ponderados 278
7.3.1. Uma realidade a par da realidade (inter)nacional 279
7.3.2. Será que todos os caminhos nos levam a... Cristina Ferreira? 280
7.3.3. A "autenticidade": o riso visto como um produto dentro de um produto 281
CAP. 8 – O RISO, O *DAYTIME* E A ATUAL INVESTIGAÇÃO: ESTÁ ABERTA A DISCUSSÃO 283
8.1. Alguns aspetos a ter em especial atenção no presente capítulo 284
8.1.1. A "discussão": em busca de um pensamento articulado 285
8.1.2. Os principais objetivos da consideração apresentada 286
8.1.3. Um importante lembrete referente às "soluções" 287
8.2. O riso na atualidade: o "ponto da situação" 288
8.2.1. Um "modelo" que sugere o riso 288
8.2.2. Um "clima" que convida a rir 291
8.2.3. Um riso cada vez mais "conquistador" 293
8.3. O *daytime* televisivo em Portugal: uma visão global 296
8.3.1. Os *daytime talk shows:* pode a retórica não ser emocional? 297
8.3.2. A programação matinal: quão viável é fazer algo totalmente diferente? 299
8.3.3. A "leitura" da atualidade nos *talk shows* matinais: o que tem a RTP para indicar? 300
8.3.4. O conteúdo do *daytime* televisivo: é de alguma forma possível "medir" a sua utilidade? 300
8.4. O papel do riso nos *talk shows* matinais em Portugal: o parecer do investigador 302
8.4.1. Nos telespetadores: merecerá o riso, pelo seu trajeto, um *Lusíadas* para ele? 303
8.4.2. Nos *talk shows* matinais: um "isco" para os mais distintos telespetadores 306
8.4.3. Na "relação" entre ambos: aspetos que merecem especial ponderação 308

TÓPICOS FINAIS 311

I. A investigação e o investigador: uma visão global 311
II. Uma breve reflexão acerca da reflexão 313
III. Importantes aspetos finais 317
IV. Para (não) concluir 320

Referências bibliográficas 327

Prólogo

O trabalho apresentado neste documento tem como base um conjunto de perceções que se iniciaram há mais de vinte anos, quando ainda era criança e vivia com a minha avó. Vou tentar explicar, desde o início, aquilo que, aos meus olhos, sucedeu. Todavia, primeiro que tudo, parece-me indispensável esclarecer quem realmente foi a minha avó.

A "Tina", como era conhecida, nasceu nos anos 30 do século XX, na Pousa, em Barcelos. Como parte das mulheres que à data viviam na região, enviuvou cedo e foi obrigada a trabalhar arduamente para sozinha sustentar os seus vários filhos. Não teve oportunidade de ir à escola e, por isso, não sabia ler ou escrever. Também não aprendeu a preparar muitos tipos de refeições, e alternava, vezes sem conta, entre sopa e batatas cozidas. Nunca mais casou, mas também não foi capaz de deixar o preto da sua viuvez, o qual a cobria diariamente dos pés à cabeça.

Daquilo que me lembro enquanto criança, para o seu público, que durante o dia era composto apenas por mim e alguns primos meus, ela aparentava ter somente dois rostos disponíveis: o "triste" e o "mau". E se o primeiro aparecia apenas para nos repreender, por algo menos bom que tivéssemos feito, o outro aparentava ser o oficial e permanecia mesmo quando estava distraída. Em criança, não tenho uma memória sequer de a ver a rir abertamente. Porém, com o tempo, as emoções positivas começaram a fazer parte do seu rosto. Hoje, por exemplo, a última memória que tenho dela é, no hospital, a rir desenfreadamente. Mas, afinal, onde entram aqui os *talk shows* matinais da televisão portuguesa?

A minha avó, depois de vários anos a não ligar o televisor durante o dia, para, segundo a própria, poupar dinheiro em eletricidade, a partir de meados dos anos noventa, de forma "ousada", começou a ligá-lo logo no período da manhã. Surpreendentemente, com o passar do tempo, entre outras coisas, começou a inovar na cozinha. Recordo-me, por exemplo, dos "famosos" bifes de porco recheados com ovos cozidos. Algo que, à data, foi para nós tão inovador quanto extravagante. Porém, acredito hoje que a influência desses programas não tenha, a vários níveis, ficado por aí. Mas há um aspeto em particular que despertou a minha atenção, o qual partilho já de seguida, pois tem que ver diretamente com este estudo.

Quando, alguns anos mais tarde, fui obrigado a fazer uma pausa significativa na minha rotina, deparei-me com os *talk shows* matinais, e apercebi-me que, contrariamente ao que aparentava ter acontecido no passado, esses programas estavam agora repletos de riso. O riso evidenciava ser um dos seus mais importantes ingredientes. Tal facto rapidamente me fez pensar o quão violento deve ter sido o embate entre a velha pose de melancolia da minha avó (e de inúmeras outras pessoas) e

aquelas novas e incontáveis gargalhadas televisivas. Não quero com isto insinuar que a "Tina" tenha começado a rir mais abundantemente apenas por causa desses *talk shows* matinais, pois, sem dúvida, isso seria imprudente. Na verdade, um conjunto de outras situações estiveram também envolvidas nessa mudança, que foi gradual. Porém, ainda assim, acredito que, como será analisado mais adiante nesta investigação, esses programas, mediados por um televisor, tenham, ainda que indiretamente, contribuído para isso. E acredito também que tal não tenha acontecido apenas com a minha avó.

Dessa forma, a problematização lançada para a presente investigação tem que ver com a minha avó, mas, em especial, com a compreensão do seu "não-riso" oficial, o qual, a certa altura, acredito ter colidido frontalmente com um "novo" e abundante riso oficial, apresentado nos *talk shows* matinais, em Portugal. Todavia, antes de prosseguir, é inevitável ter em vista o interesse da temática apresentada para a disciplina das Ciências da Comunicação. Com efeito, esse é o aspeto que será considerado nos próximos parágrafos.

TÓPICOS INICIAIS

O riso não deve ser visto do ponto de vista do humor;
[pois] a sua conexão com o humor é [apenas] secundária.[1]

John Dewey, em 1894
The Theory of Emotion[2]

A catequese ocidental, sustentada em Platão e teorizada depois por Agostinho de Hipona, promoveu, durante cerca de dois mil anos, o desuso do riso no âmbito social. Esse "não-riso" oficial parece ter sido também a roupagem ideal para o clima de melancolia trazido pelas promessas não cumpridas da "modernidade", durante uma grande parte do século XX. Porém, as coisas mudaram. Um regime de melancolia deu vez a um regime de euforia. E com o "calor" desse clima social, ao qual muitos chamam de "pós-modernidade", o ideal platónico, sem riso, ficaria como que *démodé*. Um novo modelo, sustentado em Charles Darwin e anunciado por Friedrich Nietzsche, ficaria então na "moda".

De acordo com esse novo prisma, de uma forma geral, o riso deixaria de ser um pecado, para se tornar no símbolo da única grande oferenda da vida. Com um clima emocional e social favorável e com um modelo-base capaz de associar o riso ao poder, ao sucesso e à autogratificação, toda a sociedade começou, gradualmente, a rir, sem ficar com um peso na consciência. Se o primeiro modelo, que exaltava as ideias, demorou centenas de anos a propagar-se, o segundo, centrado nas emoções, e com um lugar muito especial para o riso, com a ajuda dos meios de comunicação de massa, propagar-se-ia de forma muito mais célere. É evidente que a realidade da vida não cabe nos mais diversos ideais, ainda assim, não há dúvida que esses podem ser capazes de exercer uma influência bem real na vida das pessoas.

Em Portugal, esse "novo" modelo (recheado de riso "fácil") parece ter conseguido o seu primeiro grande e regular palco nos *talk shows* matinais da televisão generalista em sinal aberto, principalmente depois da primeira metade dos anos noventa do século XX. Nesse momento, pela primeira vez, o ideal televisivo, muitas vezes comparado com um deus nos tempos modernos, ria, fácil e diariamente, não "do" povo, mas "com" o povo e das coisas do povo. Primariamente interpretada

[1] A tradução foi realizada pelo autor da tese.
[2] John Dewey (edição de 1894, p. 558).

por Manuel Luís Goucha, na RTP, essa gargalhada popular seria depois explorada até ao tutano por Cristina Ferreira, na TVI e na SIC. Como veremos mais adiante, não é algo novo na história da humanidade, pois os meios de comunicação de massa contribuíram para a "democratização" do riso – e não necessariamente do humor – um pouco por todo o mundo.

I. Pertinência da temática e enquadramento da investigação

Primeiro que tudo, é preciso ter em mente uma questão fundamental: valerá a pena, nos nossos dias, continuar a estudar o fenómeno televisivo? Ainda que nos debrucemos mais afincadamente nessa questão, adiantamos desde já que acreditamos genuinamente que sim, pois, caso contrário, não teríamos começado tamanha empreitada nesse sentido. Além disso, a verdade é que, contrariamente àquilo que muitos "profetas" afirmavam, a televisão, e em particular a generalista, não morreu com o aparecimento da Internet. Aprendeu, sim, a conviver e a potenciar a sua existência. A televisão generalista continua viva, e bem viva. O que morreu – ou continua a morrer – foi a forma como outrora se fazia e via televisão. Tal facto deve-se a um conjunto de mudanças no âmbito tecnológico, social, cultural, ideológico, político, entre outros. Os hábitos de consumo obviamente mudaram, porém, admiravelmente para muitos, a ligação da sociedade ao fenómeno televisivo aparenta continuar ainda hoje bem viva.

Ainda que inúmeras pessoas prefiram hoje ver alguns dos programas da televisão generalista no horário que entendem, deixando de lado a velha e inflexível grelha, a verdade é que continuam a ver e a querer ver tais programas. Talvez porque isso os faça sentir partícipes de uma comunidade, como veremos mais adiante, pois fá-los ter pontos em comum com os seus restantes membros. Contudo, à parte essa consideração, a realidade é que a dependência de algumas sociedades – ou de algumas das suas frações – da televisão continua a ser um facto muito claro ainda nos dias de hoje. A realidade portuguesa, por exemplo, insere-se nesse panorama de forma notável. O estudo da ERC, de 2016, intitulado *As novas dinâmicas do consumo audiovisual em Portugal*, foi inequívoco: "não obstante as práticas de consumo se terem alterado de modo significativo nos últimos anos, os conteúdos televisivos continuam a ser aqueles que geram um maior interesse por parte da população portuguesa" (p. 22). Mas será que, passados alguns anos, a situação ter-se-á alterado significativamente? Ao que tudo indica, não.

A televisão aparenta continuar a pertencer de forma muito clara à rotina dos portugueses. Estima-se que em 2020 cada português viu em média 5h49 de televisão por dia (CAEM/MediaMonitor, 2021). Para além disso, estima-se também que, em média, 87,4% da população portuguesa contactou nesse mesmo ano pelo menos um minuto por dia com a televisão (CAEM/MediaMonitor, 2021). É evidente que os dados foram influenciados pelo contexto pandémico,

que obrigou a população a permanecer mais tempo em casa, ainda assim, o televisor parece continuar a ser um dos "refúgios" prioritários dos portugueses.[3]

Porém, estudar televisão, como refere Felisbela Lopes (2009, p. 7), "implica escolher caminhos". E escolher, como a própria palavra em latim o indica, *colligere*, acarreta, de certa forma, "colher" ou "catar" algo, sendo aquele que o faz obrigado a deixar muita coisa de lado, no prato, no campo, ou em outro lugar. Excluindo assim, obrigatoriamente, uma panóplia de opções interessantes, centrar-nos-emos em particular no estudo da programação e realização, bem como nas muitas mudanças a que essa realidade se submeteu ao longo dos últimos anos, fazendo-se expressar e comunicar hoje de forma distinta. Dentro desse largo caminho que é a programação e a realização dos inúmeros programas existentes, ingressamos num que é bem mais pequeno, o qual tem que ver com o uso das emoções nos programas televisivos do período de *daytime*. Com efeito, esse trilho conduziu-nos a uma "savana" pouco ou nada explorada: o uso do riso nos *talk shows* matinais, em Portugal.

Ousar referir que a Academia carece hoje de estudos sobre o *daytime* televisivo será insensato e imprudente. Pois, na mesma medida em que o "efeito Oprah" se propagava pelo mundo, qual furacão imparável, alguns cientistas aparentavam também despertar para esse fenómeno em particular, já com vários anos. Os muitas vezes "mal vistos" *daytime talk show*s fizeram com que, por exemplo, gradualmente, Oprah Winfrey se tornasse uma das figuras mais importantes da cultura de um país, de um género e de uma raça. A apresentadora passou a ser mais do que uma mera *influencer*. Aos olhos de muitos converteu-se na personificação do velho *American Dream*. O impacto daquilo que ela ia referindo começou a ganhar, com o tempo, uma dimensão e um poder, a vários níveis, descomunais. Mas na mesma medida em que esse fenómeno se dava, o preconceito de muitos para com essa realidade, distraía-os. E o que dizer do caso específico de Portugal? Não são muitos os estudos que analisaram o *daytime* televisivo nacional, como confirmaremos mais adiante.

Oprah Winfrey, para além da pessoa que é, foi também uma personagem televisiva capaz de materializar um imaginário comum, um sonho comum. Foi o reflexo da sociedade afro-americana, com uma vida marcada por inúmeros dramas, mas também o espelho de um povo em permanente luta contra a obesidade. Na mesma medida, em Portugal, o que espelhará Cristina Ferreira? Será ela a personificação televisiva de uma espécie de *Sonho Português*? Assumindo que a televisão da contemporaneidade é um espelho e não mais uma janela, essas e outras questões deveriam, pelo menos, ser discutidas. Como veremos mais adiante, os tempos mudam e as sociedades também, mas o ser humano continua a escolher – e aparentemente continuará – de

[3] Fonte: CAEM/MediaMonitor - dados retirados da YUMI Analytics Desktop. Os dados foram partilhados e decifrados por Nathalie Costa e Pedro Lourenço.

entre os mais visíveis, aqueles que melhor representam os seus sonhos, o seu imaginário. E Cristina aparenta, de alguma forma, ter sido a escolhida.

Curiosamente, nos EUA, os primeiros estudos sobre o *daytime* surgiram antes mesmo do aparelho televisivo ser algo acessível a uma grande parte da população. Já nessa altura, há várias dezenas de anos, essas análises referiam que a sua retórica não era meramente funcional, mas sim profundamente emocional. Por exemplo, um estudo acerca do *daytime,* na rádio, intitulado *On Borrowed Experience*, em 1941, baseado em 100 entrevistas em profundidade, sugeriu que algumas ouvintes pareciam gostar de alguns desses programas simplesmente como um meio de libertação emocional. Com efeito, aparentavam gostar da chance de chorar, bem como das surpresas, felizes ou tristes, que esses programas proporcionavam (Herzog, 1944, pp. 23-24). Contudo, é óbvio que muita coisa, entretanto, mudou, mas a retórica estrutural de uma grande parte desses programas, que é profundamente emocional, sem dúvida continua intacta.

Contrariamente ao período televisivo da parte da tarde, em que a melancolia parece ser o principal ingrediente, o da manhã impõe um filtro positivo e otimista em quase todas as temáticas abordadas. Apesar do riso ter tido já uma carga social muito negativa na história das sociedades, associado apenas aos que eram "fracos e incapazes" (Platão, 1999a, p. 217)[4], e sendo desencorajado em público, hoje, como sintoma dos tempos, a interpretação parece ser muito distinta da de outrora. Na verdade, atualmente o riso é visto, por exemplo, como a imagem do "progresso da humanidade" (Nietzsche, 2000, p. 36)[5] ou o reflexo de algo que é considerado "sexy" (Provine, 2012, p. 58). Como será analisado mais adiante, esses e outros aspetos fazem dele o ingrediente predileto dos *talk shows* matinais.

Trata-se de um riso, de certa forma, padronizado*,* e que, segundo a investigação apresentada, se repete centenas de vezes por episódio. Um feito que nem os mais bem-sucedidos programas de humor aparentam conseguir realizar. De facto, essa é exatamente uma das características mais peculiares do riso apresentado nesses programas: não estar ancorado ao humor e às suas tradicionais estratégias. No primeiro episódio de *O Programa da Cristina*, por exemplo, antes da apresentadora proferir qualquer palavra, riu-se. Cristina não apenas sorriu, como se riu. Começado o programa, a apresentadora riu-se, desceu umas escadas, disse "bom dia" e voltou a rir. Com efeito, nos primeiros segundos do seu novo programa, parecia ter apenas um único objetivo: o de se rir. Será mera coincidência que o programa da manhã em que a apresentadora mais ri seja também aquele que mais público cativa? Como veremos mais adiante, uma análise histórica do uso do riso nos meios de comunicação de massa sugere que não.

[4] XXIX.
[5] Livro primeiro, ponto 1 – "A Doutrina do Objetivo da Vida."

Os programas de humor, muito antes dos *talk shows* matinais, eram já algo comum na televisão portuguesa e, por consequência, a presença do riso nesses conteúdos era também algo natural. Relembremos, por exemplo, em 1975, a célebre rúbrica "Sr. Feliz e Sr. Contente", com Nicolau Breyner e Herman José, em *Nicolau no País das Maravilhas*. Ou até mesmo, anos mais tarde, *O Tal Canal,* entre 1983 e 1984, um programa da autoria de Herman José, entre outros. Para além destes, muitos mais programas do mesmo género existiram. Porém, são vários os aspetos fundamentais que distinguem o tipo de riso existente nesses programas de humor daquele que mais tarde foi apresentado nos *talk shows* matinais, sobre o qual incide este trabalho. Apesar dos inúmeros aspetos claramente visíveis que distinguem os dois tipos de riso, tais como o horário em que esse é praticado e as temáticas que o suscitam, o mais distintivo de todos aparenta ser o propósito de cada um deles: rir das massas ou com as massas.

O riso promovido nesses programas de humor era um riso muitas vezes crítico, oriundo de uma elite, e que parecia por vezes ter a finalidade de criticar o próprio povo, distanciando-se, assim, consequentemente, dele. Essa é ainda hoje uma característica muito comum de alguns programas de humor, um pouco por todo o mundo. Contudo, na atualidade, o humor que vemos na televisão portuguesa, sobretudo o de Ricardo Araújo Pereira, parece mais empático e sensível às muitas aflições da população no geral. É um riso, na maioria das vezes, diretamente contra as próprias elites. A empatia com o público mostra ser um dos seus principais ingredientes. Como é óbvio, os tempos e a realidade social mudaram em Portugal, e, com eles, o papel do humor mudou também. Nesse sentido, espicaçar a população no geral, debaixo de riso, não aparenta mais fazer parte do repertório dos principais humoristas de hoje, ou pelo menos não com a mesma intensidade. Porém, no passado, a realidade era outra.

Na rúbrica humorística "Sr. Feliz e Sr. Contente", por exemplo, o objeto de riso é, sobretudo, o próprio povo português e a sua passividade. "Não tenha medo que caia este governo no Verão, vai toda a gente para a praia, ninguém pensa em revolução"[6], refere o Sr. Contente, interpretado por Nicolau Breyner, debaixo de riso. O mesmo acontece n'*O Tal Canal,* tendo em mente, por exemplo, o episódio em que os alunos, quais seres alienados, em uníssono, repetem tudo que o professor diz – o que é devido e o que não é devido.[7] Trata-se de riso demarcador de fronteiras, que rebaixa diretamente o povo e que engrandece indiretamente a elite que construiu esse mesmo objeto de riso. É, assim, um riso, de certa forma, soberbo, de supremacia, que obriga o comum

[6] Fonte (acedido a 4/10/19): http://media.rtp.pt/memoriasdarevolucao/acontecimento/sr-feliz-e-sr-contente/ (01:05)
[7] Fonte (acedido a 4/10/19): https://www.youtube.com/watch?v=U5WaznQ5k24

popular a desnudar-se e a rir da sua própria fragilidade. Por se tratar, muitas vezes, de assuntos complexos e inacessíveis ao comum dos cidadãos, esse riso aparentava conseguir abrir ainda mais o fosso comunicacional entre as massas e a elite.

Diametralmente oposto a esse riso televisivo, existente até então, é o riso que mais tarde surge nos *talk shows* matinais, em Portugal, primariamente apresentado por Manuel Luís Goucha e depois abundantemente explorado por Cristina Ferreira. Trata-se de um riso totalmente acessível a todos. Alimenta-se dos comuns acontecimentos do quotidiano e, pela sua espontaneidade, pode muito bem ser entendido por qualquer um dos telespetadores, quer sejam assíduos ou não do programa. O riso é despoletado, normalmente, pelo objeto que inesperadamente cai, pelo apresentador que tropeça em si próprio, pela frase com vários sentidos, etc. É um riso leve e fácil, comum a todos, independentemente da idade, da escolaridade ou da classe social. Por norma, não são oferecidos ingredientes ao telespetador para que ele construa intelectualmente o seu próprio riso. Este é um riso, acima de tudo, visível e audível. Não se trata de um humor empático ou de um sorriso simpático, mas, sim, de uma gargalhada profundamente empática.

A interpretação do que é realmente riso, e do que não é, que exploraremos de forma aprofundada na primeira parte desta tese, é algo tão amplo e complexo quanto distinto e contraditório, variando não apenas de época para época, como de autor para autor. Neste seguimento, qual será, agora mais concretamente, o tipo de riso que iremos na presente investigação analisar? Em jeito de esclarecimento, recorreremos a uma antiga – porém, extremamente oportuna – analogia, redigida por Robert Burton e publicada pela primeira vez em 1621, há cerca 400 anos, em *A anatomia da Melancolia* – um trabalho vanguardista na análise das doenças mentais. Notemos então esse aspeto.

O teórico, que no seu escrito se apresenta com o nome de Demócrito Júnior – fazendo propositadamente referência a Demócrito, um filósofo pré-socrático que ficou conhecido como "o filósofo que ri" – começa por, ironicamente, justificar que só escreve sobre a melancolia para dela se conseguir deveras afastar. "Escrevo sobre melancolia, pois me ocupo para afastar a melancolia. Não há causa maior de melancolia que o ócio, nem cura melhor que a atividade", afirma Burton (2017, p. 60). Deste modo, é com essa leveza profundamente lúcida que, mais adiante, sem saber, Burton lançaria um dos principais pilares desta investigação. Referimo-nos, pois, à existência de dois tipos fundamentais de riso: o riso que exclui e o riso que inclui.

Assim, o autor lança alguns elementos-chave que alimentam uma reflexão nesse sentido. Por exemplo, nenhum bêbado é capaz de repreender outro bêbado por rir da bebedeira desse homem, pois quando dois bêbados se encontram preferirão certamente rir juntos da sua embriaguez. "Estamos

bêbados!" – dirão eles rindo. Trata-se, nesse caso, de um riso partícipe, cúmplice e empático. De facto, é muito mais plausível assumir que seja uma pessoa sóbria a repreender, ainda que rindo, um bêbado pela sua embriaguez. "Estás bêbado!" – dir-lhe-á, ao rir das suas figuras. Contudo, trata-se, nesse caso, de um riso superior, distante e demarcador. Por outro lado, um bêbado só terá legitimidade para repreender alguém com o seu riso, se o visado não for também um bêbado, ou se o motivo for outro que não o da bebedeira. Com efeito, por exemplo, pode censurá-lo chamando-o de glutão, como refere Robert Burton (2017, p. 99). Trata-se, então, de dois tipos de riso diametralmente opostos, conforme referido: aquele que é partícipe de uma "loucura" e aquele que é seu adversário. Temos, portanto, a diferença entre um riso completamente apático e um riso profundamente empático (e não meramente simpático). Nesse sentido, serão estes dois tipos de riso, diametralmente opostos, que teremos permanentemente em mente na análise reflexiva que se segue neste trabalho.

Apesar de, por vezes, o riso, o humor e o cómico, mesmo em escritos científicos, serem todos "postos no mesmo saco", como que sendo apenas *nuances* de um mesmo ingrediente, trata-se obviamente de realidades completamente distintas. Ainda que vivam em terrenos próximos, têm as suas fronteiras bem demarcadas, bem como vida própria, à parte umas das outras. Segundo John Dewey (edição de 1894, p. 558), "o riso não deve ser visto do ponto de vista do humor; [pois] a sua conexão com o humor é [apenas] secundária". O autor norte-americano menciona ainda que o riso "marca [apenas] o final (isto é, o resultado de um todo) de um período de suspense ou de expectativa, um final que é nítido e repentino"[8]. Com efeito, se há algo que a evolução da comunicação de massas mostrou ao humor e ao cómico – talvez mesmo mais do que qualquer outra coisa – foi que o riso, como fenómeno isolado, mediado pelas tecnologias, não precisa de tais "muletas" para continuar a prosperar. Analisaremos, por isso, neste documento em concreto, o riso como fenómeno isolado, ancorando-o somente quando necessário às temáticas do humor e do cómico.

Deste modo, o foco da análise incidirá sobretudo na compreensão do riso como uma realidade singular, tendo obviamente em conta os inúmeros aspetos da retórica tão particular que é o *daytime* televisivo, no geral, e, em especial, em Portugal, no período da manhã.

O riso, como tão bem se sabe, é um fenómeno social e humano, o que faz com que se manifeste naturalmente na cultura e, por consequência, numa sociedade mediatizada, nos média (Santos & Rossetti, 2012, p. 15). E se hoje em dia, com uma mera contemplação a olho nu, é mais do que percetível que é praticamente impossível ponderar acerca da temática do riso sem

[8] John Dewey (edição de 1894, p. 558) refere: "The laugh is by no means to be viewed from the standpoint of humor; its connection with humor is secondary. It marks the ending (that is, the attainment of a unity) of a period of suspense, or expectation, all ending which is sharp and sudden".

que se aborde também a dos média, o que neste trabalho nos propomos verificar para além disso é se é igualmente inadmissível falar da primeira parte do *daytime* televisivo, em Portugal, sem que se fale também do riso.

O riso e as demais expressões emocionais aparentam, nos nossos dias, estar muitas vezes a ser um dos mais utilizados "combustíveis" mediáticos. Mas qual é o "espaço real" do riso nos *talk shows* matinais em contexto nacional? Com essa resposta como base, o objetivo será o de ponderar aquilo que pode ser equacionado. Na mesma medida em que é plausível esperar aspetos positivos, não será prudente equacionar também os negativos? Falar do tamanho da dependência dos programas analisados ao uso do riso é, ainda que indiretamente, falar da dimensão da convivência – e de certa forma da conexão – dos telespetadores desses programas ao riso de terceiros. Estarão, nesse sentido, os programas analisados não apenas a espelhar, mas também a contribuir para um "regime" em que rir é inevitável para se mostrar/comunicar fazer parte da "felicidade moderna"?

Conforme será mais adiante considerado, o *daytime* não é uma realidade televisiva à parte, mas uma parte significativa da realidade televisiva, o que o torna um reflexo importante de uma parte da população que o contempla diariamente e já há vários anos. Nesse sentido, também, na mesma medida em que examinamos essa realidade, descodificamos a "companhia" de uma parte razoável da população portuguesa disponível nesse período. Pois aparentamos hoje não mais falar de uma mera "televisão de companhia", mas de uma "televisão amiga", que ajuda, dá conselhos "gratuitos", ri e até chora se necessário com o telespetador.

Importa antes de mais referir que, no processo de construção deste trabalho, a paisagem da primeira parte do *daytime* televisivo, em Portugal, ao nível de programas, mudou significativamente. Embora o programa da RTP1, a *Praça da Alegria*, se mantivesse, os das estações privadas, com a mudança de Cristina Ferreira para a TVI, foram substituídos. A SIC iniciou a *Casa Feliz*, com Diana Chaves e João Baião, e a TVI o *Dois às 10*, com Maria Botelho Moniz e Cláudio Ramos. Todavia, uma vez que, salvo raras exceções, o objetivo deste estudo foi o de se concentrar não nas personagens, mas nos papéis por elas interpretados, aquilo que foi redigido aparenta continuar oportuno.

II. Questão fundamental e objetivos complementares

O uso das emoções como gratificação não é algo novo no *daytime*, nem tampouco nos estudos sobre essa realidade, conforme já aludido. Mas e o que dizer do caso específico de Portugal: partindo do pressuposto que a televisão é mais do que um mero objeto, um "nó social", no qual existe uma dinâmica de "dar e receber", que papel se acredita que o riso tenha tido e continue a ter nesse já longo e de certa

forma estável "relacionamento" entre os conteúdos televisivos e aqueles que os observam no intervalo da manhã? Num Ocidente "edificado" sob as ideias de Platão – onde o riso é visto como um sinal externo de uma fraqueza interna – podem esses programas ter ajudado a "democratizar" o riso em solo nacional? Como esse número notável de risos parece estar hoje a ser usado e quão cônscios aparentam estar os seus principais intervenientes acerca dessa realidade? Em que medida esse riso pode colocar problemas que despertem a atenção por parte de quem o analisa? Com tais questões, direta, ou indiretamente, como suporte, este estudo foi dividido em três áreas principais.

Primeiro, foram analisadas várias questões intimamente associadas ao fenómeno do riso na literatura. Entre muitas, destacaremos aqui algumas das que considerámos fundamentais: Qual o lugar do riso no ideal platónico? Qual o lugar do riso no modelo evolucionista? Qual o lugar do riso em distintos climas sociais, e, claro, no atual – que há quem defenda que é uma verdadeira "ditadura da felicidade" (Cabanas & Illouz, 2019)? E, por fim: qual o lugar do riso nos distintos meios de comunicação de massa, no passado e atualmente?

Depois, foram analisadas as questões ligadas ao fenómeno televisivo, no geral, e, em particular, à primeira parte do *daytime* televisivo, em Portugal. Entre outras questões complementares, as que se seguem foram os pilares dessa circunscrita reflexão: Quais foram as mudanças necessárias, a vários níveis, para chegarmos ao atual fenómeno televisivo? Na atualidade, quais são – ou quais deveriam de ser – as fronteiras que separam a televisão privada da televisão de serviço público? Que diferentes tipos de "forças" pode o televisor exercer sobre o seu habitual telespetador? Quais as distintas particularidades que caracterizam o *daytime* televisivo e os seus respetivos telespetadores? Que programas preencheram, nas últimas décadas, as manhãs da televisão portuguesa, e que transformações foram necessárias para que isso fosse possível, em Portugal? E, por último: quais são os principais *talk shows* matinais da televisão portuguesa e os seus mais importantes intervenientes?

Estes dois grupos de questões, que preenchem a primeira e a segunda parte deste documento, tiveram como objetivo primário agrupar um conjunto de noções basilares e, posteriormente, encontrar um posicionamento referente a esses mesmos conceitos. Esse empenho acrescido teve a finalidade de criar uma base teórica para depois edificar a tese propriamente dita, na terceira parte. Quanto à terceira e última parte, na qual são expostos e analisados os dados empíricos recolhidos pelo autor, divide-se em quatro frações fundamentais, como explicaremos detalhadamente em seguida.

O primeiro objetivo foi o de apresentar a análise quantitativa efetuada aos risos de cada um dos programas e dos seus principais intervenientes. Deste modo, procurámos ultrapassar alguns obstáculos essenciais: Qual a diferença entre o número de risos do programa da televisão de serviço

público e dos restantes dois programas da televisão privada, e que ilações podem ser tiradas? Quais os principais ingredientes que despoletam o riso e em que momentos específicos do programa ocorrem? E, por fim: será plausível referir que, nesses programas, existe uma relação, de forma direta ou indireta, entre o riso e o número de audiências?

Posteriormente, o empenho esteve em tentar compreender as diferenças entre a realidade observada no televisor (recheada de riso) e aquela que existe no local das emissões. Neste seguimento, foram identificadas quatro questões essenciais que alicerçaram essa reflexão: Será que também existe um clima de muita animação e riso fora dos períodos de emissão? Quais as principais diferenças, no que diz respeito ao cultivar dessa vivacidade, entre a *Praça da Alegria*, programa de serviço público, e *O Programa da Cristina*, da televisão privada? De que forma o ambiente (social) em torno de cada grupo aparenta influenciar o comportamento dos profissionais durante e fora dos períodos de emissão? E, por fim: que aspetos específicos podem ser destacados, em contextos semelhantes, nos quais tenha sido evidente a existência de atuações distintas por parte de cada uma das equipas?

De seguida, o propósito foi o de realizar uma análise à própria análise dos entrevistados, centrada em oito áreas: o *daytime* televisivo; o período da manhã; a atividade profissional; o cenário; as redes sociais; a Cristina Ferreira; a classe política; e o serviço público. Finda essa apreciação, com um foco especial no riso, o objetivo passou então de seguida por refletir especialmente acerca dos seguintes aspetos: Para onde estão esses os profissionais televisivos a simbolicamente olhar para se nortear? Será que o "fenómeno Cristina" nos deve fazer olhar para a apresentadora como "o caminho" a seguir por todos no *daytime* televisivo ou simplesmente um caminho seguido por alguém? E, para terminar: como aparenta o lugar do riso ser compreendido enquanto "produto" dos *talk shows* matinais em contexto nacional.

Por último, procurou-se construir uma "mesa de discussão" para a primeira, a segunda e a terceira parte da investigação. O objetivo foi, assim, o de apresentar uma visão global e articulada acerca dos vários aspetos analisados ao longo do estudo. Distintas foram as interrogações suscitadas, das quais destacamos as principais. O que esta pesquisa nos diz a respeito: (a) do riso na atualidade; (b) do *daytime* televisivo em Portugal; e (c) do distinto papel do riso nos *talk shows* matinais em contexto nacional?

Qual pirâmide, o empenho primário deste estudo esteve na construção de uma base sólida, seguindo-se, depois, por inúmeras e sucessivas camadas, até que estivéssemos "seguros" o suficiente para enfrentar o verdadeiro problema a que nos propusemos. Cedo foi notada a falta de elementos sustentadores da questão em análise, quer nos inúmeros escritos académicos, quer nos

ainda mais abundantes escritos não académicos, o que exigiu, desde o início, a incumbência de impulsionar uma longa e complexa viagem, por vezes com paragens não muito óbvias. No entanto, é também nesse sentido – de proporcionar uma jornada sem atalhos, mas com um fim muito claro à vista – que acreditamos que a presente investigação pode, em alguns aspetos em particular, apresentar-se como um trabalho singular.

III. Descrição das opções metodológicas:

Se outrora a realidade foi bem diferente e assim prevaleceu durante muito tempo, a ciência moderna precisa, hoje, de resultados empíricos para, de uma forma geral, ser apelidada de ciência. Atualmente, não mais invoca "normas lógicas tidas por imutáveis (...) procurando fixar para sempre as condições de possibilidade e de coerência", tendo antes o propósito de "procurar estabelecer uma reflexão sobre a ciência efetiva, a ciência que se faz, aceitando a historicidade dos princípios de que ela parte, dos processos que utiliza e dos resultados a que chega" (Silva & Pinto, 1999, p. 11). Produzir ciência, nos dias que correm, requer necessariamente que se leve em conta a retórica científica contemporânea. Na verdade, foi com essa realidade bem em mente que procurámos encontrar os meios mais adequados para, de forma científica, resolver os problemas propostos neste trabalho.

Tendo em atenção alguns males comuns a certos investigadores que iniciam a construção de uma tese, como a inexperiência em investigação e a falta de conhecimento teórico do tema proposto, o primeiro objetivo foi então o de não "queimar etapas", como o sugeriram Alberto Sá, Luís Pereira, Luís António Santos, Pedro Portela e Sandra Marinho (2013, p. 22). Como seria de esperar, cada uma das muitas fases que ocuparam este estudo tiveram vários e distintos desafios, contudo veremos, neste tópico em particular, aqueles que dizem respeito às opções metodológicas – o principal alicerce deste documento.

Após uma vasta leitura no campo das metodologias, em Ciências Sociais, surgiu uma inesperada necessidade que foi a de, primeiro que tudo, esclarecer aquilo que, neste documento, será compreendido por "método", "técnica" e "instrumento". Em alguns escritos, esses termos parecem cruzar-se quanto ao seu significado, dificultando em muito a sua compreensão. O objetivo da analogia que se segue é, portanto, o de esclarecer a posição aqui tomada. Neste sentido, assim como um cozinheiro que, tendo uma receita em mãos (de um bolo de maçã, por exemplo), usa uma técnica (para descascar e partir as maçãs), recorrendo a um ou mais instrumentos (entre os quais, por exemplo, poderá estar um descascador ou uma faca), da mesma forma, entendemos que um investigador, respeitando um método (um caminho que pode ser, exemplificando, o quantitativo), faz

uso de uma técnica (como, entre outras, a análise documental) dando uso a um ou mais instrumentos (por exemplo, a análise estatística).

Desse modo, e ultrapassando assim algumas questões terminológicas, é agora possível referir, com mais clareza, que a presente investigação assenta numa metodologia de natureza qualitativa, sendo que, por isso, se considera que o estudo apresentado tem um caráter predominantemente compreensivo/reflexivo. Não obstante, utilizou-se também uma técnica de recolha de dados mista, com recurso a um instrumento quantitativo. De facto, depois de ensaiadas algumas outras opções, a escolha final recaiu sobre a utilização de uma triangulação de técnicas de recolha de dados, nomeadamente, a "análise documental", a "observação" e as "entrevistas", tendo em conta o uso diferenciado de cada um dos seus respetivos instrumentos.

Martin Bauer, George Gaskell e Nicholas Allum (2008, pp. 22, 23), referiram que "a pesquisa quantitativa lida com números, usa modelos estatísticos para explicar os dados, e é considerada pesquisa *hard.* (...). Em contraste, a pesquisa qualitativa evita números, lida com interpretações das realidades sociais, e é considerada pesquisa *soft*." Apesar de tradicionalmente distantes, e de certa forma bastante diferentes, as técnicas de recolha de dados mistas não são, de todo, incompatíveis. No entender de Luís Pardal e Eugénia Lopes (2011, p. 27), "como o demonstram inúmeros estudos (...)[,] a relação entre investigação quantitativa e qualitativa pode, com efeito, ocorrer em proveito da investigação sob diversas formas."

O objetivo foi o de também analisar dados quantitativos. Embora essa informação numérica tenha servido, num primeiro nível, para demonstrar e validar a pertinência da temática apresentada por expor, entre outros aspetos, o número avolumado de risos existente nos *talk shows* matinais analisados, posteriormente, trabalhou-se no sentido de converter esse conteúdo em mais matéria reflexiva. Mas vejamos, agora com mais atenção, os elementos relacionados com os três principais pilares do estudo que aqui é apresentado.

Antes disso, porém, convém ter em mente que enquanto na consideração que se segue o foco esteve em expor as opções metodológicas de um modo geral escolhidas neste estudo, por sua vez, na parte III, o objetivo será o de explicar como algumas dessas opções foram utilizadas e que desafios foram encontrados. Assim, torna-se indispensável analisar também cada uma dessas apreciações de forma isolada (na parte introdutória dos capítulos 5, 6 e 7).

a. *Análise documental (escrita e audiovisual)*

A análise documental, para Sonia Virgínia Moreira (2005, p. 271), "compreende a identificação,

a verificação e a apreciação de documentos para determinado fim." O seu objetivo é, segundo Hermano Carmo e Manuela Malheiro Ferreira (2008, p. 73), "selecionar, tratar e interpretar informação bruta existente em suportes estáveis (...) com vista a dela extrair algum sentido". Referimo-nos, assim, a uma técnica de recolher informação que é, no entender de Luís Pardal e Eugénia Soares Lopes (2011, p. 103), "necessária em qualquer investigação". Esta técnica em particular aplica-se evidentemente não apenas a documentos escritos, mas também fotográficos, audiovisuais e outros.

No entender de Luís Pardal e Eugénia Soares Lopes (2011, p. 103), entre vários aspetos a ter em consideração, é indispensável: (1) "definir claramente o objeto de estudo"; (2) "formular devidamente a hipótese ou hipóteses"; (3) "detetar o nível de imparcialidade das fontes"; e (4) "comparar apenas o comparável".

Neste campo, em particular, o uso regular da Internet mostrou ser algo crucial, possibilitando o acesso a conteúdos que, de outra forma, não estariam disponíveis. Para além da análise das emissões selecionadas (de 7 de janeiro a 1 de fevereiro de 2019) esta ferramenta permitiu também, por exemplo, a visualização – ainda que, em alguns casos, bastante limitada – de antigos programas matinais da televisão portuguesa. Além disso, proporcionou ainda a descoberta de outros documentos, nos mais distintos formatos (como, por exemplo, variadíssimos artigos científicos). Todavia, essa análise não foi, de forma alguma, e em momento algum, executada levianamente. A autoria, a credibilidade e a autenticidade da informação encontrada foram aspetos tidos permanentemente em consideração (Denscombe, 2003, p. 214)[9].

Revisão de literatura

Assume-se neste documento que a revisão de literatura se insere na análise documental, como sugeriu, entre outros, Martyn Denscombe (2003, p. 11). Tendo como base o mesmo autor, o objetivo desta etapa é demonstrar de que forma a atual investigação se relaciona com investigações anteriores e, tanto quanto possível, mostrar também como é capaz de gerar questões, problemas e ideias particulares (p. 293)[10]. O propósito geral desta fase é, então, de acordo com as palavras de Luís Pardal e Eugénia Soares Lopes (2011, p. 120), "aprofundar o conhecimento sobre o assunto [em análise] (...) [assim como, também,] construir um quadro teórico que suportará a interpretação posterior dos resultados."

A revisão de literatura não é o local para concordar ou discordar. Por esse motivo, ao invés de,

[9] Denscombe (2003, p. 214) referiu: "The authorship, credibility and authenticity of Internet documents is relatively difficult to establish, and special care must be taken when using such documents for social science research."

[10] Denscombe (2003, p. 293) referiu: "The current research should build on existing knowledge, not 'reinvent the wheel'. The literature review should demonstrate how the research being reported relates to previous research and, if possible, how it gives rise to particular issues, problems and ideas that the current research addresses."

indiretamente, avaliar o conteúdo exposto, o empenho foi antes o de entendê-lo plenamente. Assim, para que tal fosse possível, em alguns momentos foi necessário analisar vários outros documentos, indiretamente relacionados com o tema proposto. Deste modo, mais do que simplesmente debitar matéria preexistente, procurou-se, nesta fase, compreendê-la e contextualizá-la, mas também, continuamente, ter em mente como tais aspetos poderiam depois ser úteis ao esclarecimento de certas questões bastante específicas deste estudo.

Por se tratar de uma temática milenar, a literatura acerca do riso abunda. Desse modo, foi necessária uma estratégia de filtragem. Assim, mais do que tentar conhecer tudo aquilo que acerca do riso se disse nos últimos milhares anos, o objetivo foi o de descobrir aquela que, dependendo da época, foi a sua interpretação "oficial". Nesse sentido, algumas obras literárias sobre a história do pensamento do riso (aqui citadas), que observam o fenómeno numa larga escala temporal e espacial, mostraram-se importantes. Ainda assim, o principal critério de seleção teve mais que ver com aquilo que enciclopédias e outras obras de referência relatam acerca da história do pensamento no geral.

Dessa forma, primeiro, foi analisada a história do pensamento (sobretudo ocidental) e, de seguida, aquilo que os principais autores referiram acerca das emoções e do riso. O recurso a vários documentos em formato digital facilitou em muito essa pesquisa, sendo possível, por exemplo, procurar por palavras específicas, tais como "riso", "rir", "gargalhada", entre outras. Essa pesquisa proporcionou encontrar pontos de vista praticamente inexplorados e conhecer mais plenamente o contexto em que esses foram desenvolvidos. A estratégia referida foi aplicada também a outros aclamados autores não diretamente relacionados com a temática do riso, oriundos da sociologia, antropologia, psicologia, etc.[11]

A revisão de literatura sobre o fenómeno televisivo, no geral, e o *daytime*, em particular, mostrou ser uma tarefa mais acessível. Na verdade, o conteúdo existente, também ele abundante, aparenta estar mais bem organizado e, a vários níveis, mais autenticado. Ainda que, em Portugal, como já referido, exista uma verdadeira escassez de publicações científicas focadas no *daytime* televisivo, tal facto, de uma forma geral, não acontece nas bases de dados internacionais. Para além disso, a televisão é hoje um assunto profundamente debatido em Portugal. A já longa e multifacetada discussão acerca desse tema, embora não esteja diretamente relacionada com o problema que aqui foi eleito, contribuiu, e muito, para a compreensão de vários aspetos fundamentais do fenómeno em geral, ao longo dos anos, no contexto nacional.

[11] Norbet Elias (1994, p. 142 e 145), em *O processo civilizador: uma história dos costumes*, por exemplo, menciona que o riso tem uma comunicação muito específica – isto é, um significado bastante particular – em climas de vergonha. Essa foi apenas uma das muitas e inesperadas reflexões que ajudaram a melhor compreender o fenómeno.

As primeiras duas partes da investigação que aqui é apresentada, de dois capítulos cada, são o resultado de, sobretudo, uma prolongada revisão de literatura, a qual teve como propósito essencial cultivar uma visão o mais ampla possível dos dois principais fenómenos em análise. Essa expandida apreciação, repartida entre as temáticas do riso e da televisão, apresenta-se neste trabalho como um alicerce para a terceira e última parte, divida em três capítulos, que engloba os vários dados empíricos recolhidos pelo autor.

A *ficha de leitura* tornou-se desde bem cedo um instrumento indispensável neste processo de compilação, pois permitiu criar um "habitat" de conteúdos saudável e de fácil "navegação". Para tal foi utilizado o *software* "EndNote", um gestor bibliográfico digital que permite guardar os dados das publicações, adicionar notas pessoais, etc.

A *análise de conteúdo* foi também um instrumento essencial nesta fase.[12] Depois de recolhida a informação, de diversas áreas e de inúmeros autores, o objetivo foi então o de "compreender". Contudo, para que tal fosse possível, tornou-se necessário separar o conteúdo em temáticas, definir a sua importância, bem como contextualizá-lo no espaço e no tempo. Essa análise, repartida em várias pequenas etapas, tornou possível, entre outros aspetos, por exemplo, fazer comparações que inicialmente não se apresentavam muito óbvias.

Análise documental das emissões dos talk shows *matinais*

Como já referido, a análise documental estende-se a múltiplos tipos de documentos, atualmente provenientes de cada vez mais suportes. No caso específico desta investigação, os documentos audiovisuais foram oriundos da Internet, sobretudo dos *websites* dos respetivos canais televisivos (a RTP1, a SIC e a TVI).

Os programas analisados, entre 7 de janeiro e 1 de fevereiro de 2019 (dias úteis), foram a *Praça da Alegria*, na RTP1, *O Programa da Cristina*, na SIC e o *Você na TV!*, na TVI. No total foram visualizados 60 episódios completos, 20 de cada um dos diferentes programas/canais.[13] Uma vez que cada episódio tem, por norma, mais de 2 horas, isso significa que a análise realizada foi a mais de 120 horas. Para além disso, foram também objeto de apreciação constante algumas partes isoladas de vários outros episódios soltos, assim como foi igualmente efetuada uma visita regular às redes sociais de cada um dos programas (sobretudo durante o ano de 2019). Essa apreciação complementar

[12] A análise de conteúdo, no presente estudo, será sempre compreendida como instrumento metodológico. Ou seja, como *apenas* um meio para descodificar os dados recolhidos mediante uma determinada técnica.

[13] Apenas a SIC não tornou acessível a totalidade da terceira parte da emissão de 21/01/19. Essa gravação foi, por parte do autor, solicitada várias vezes, porém, sem efeito prático.

contribuiu naturalmente para uma mais ampla compreensão do fenómeno aqui em estudo. Será possível notar, no desenrolar deste documento, que a análise documental que aqui é referida reproduz-se, sobretudo, em dois momentos principais, apresentando dois fins distintos. Em seguida iremos, de forma abreviada, explicar quais são.

No capítulo quatro (ponto 4.3.), a análise documental visou uma apreciação o mais geral possível dos distintos programas, tendo em conta as temáticas que abordam, a linguagem que usam, o tipo de convidados que escolhem e as estratégias que normalmente empregam. Dessa forma, a *análise de conteúdo* foi um instrumento indispensável, pois, como veremos mais adiante, permitiu compreender um número alargado de informações que se mostraram, a vários níveis, e em diferentes momentos, muito úteis.

No capítulo cinco (na parte empírica), o objetivo foi outro: contabilizar e examinar o número de risos de cada um dos programas. A *análise estatística* foi, neste caso, o instrumento necessário.[14] Procedeu-se assim à contabilização e análise do número de risos – e não de sorrisos, como será mais tarde esclarecido – dos referidos programas televisivos, tendo em atenção quatro categorias fundamentais: (1) o "riso da apresentadora", (2) o "riso do apresentador" (quando aplicável), (3) o "riso de outros intervenientes" e (4) o "riso do público".

A análise documental das emissões dos *talk shows* matinais, alicerçada na revisão de literatura, foi, também ela, posteriormente, a base de outras fases fundamentais desta investigação. Proporcionou, por exemplo, ingredientes importantes para a realização das entrevistas. Por outro lado, foi igualmente muito útil como apoio às observações efetuadas nos locais das emissões, já que, por exemplo, permitiu a comparação entre a realidade que é visível no televisor e aquela que não é visível, mas que a influencia e muito.

b. *Observação (direta, estruturada e reativa)*

A palavra observar deriva do latim *observare,* expressão que originalmente aparentava transmitir a ideia de "tomar conta" ou "cuidar" de algo. Ou seja, mais do que um mero olhar descomprometido, a tarefa de *observar* parecia implicar um certo compromisso extra da parte

[14] No livro *O processo de investigação: da concepção à realização*, no capítulo 18, intitulado "Análise estatística dos dados", é possível ler no parágrafo introdutório o seguinte e muito oportuno esclarecimento a respeito da abordagem estatística: "Em todos os domínios, científicos e outros, mede-se praticamente tudo: dos hábitos de vida até às opiniões, dos estados de saúde aos estados de alma... A estatística é a ciência que permite estruturar a informação numérica medida num determinado número de sujeitos (a amostra). Esta informação numérica será também designada pelo nome de «variável». Por um lado, a estatística permite, com a ajuda das estatísticas descritivas, resumir a informação numérica de uma maneira estruturada, a fim de obter uma imagem geral das variáveis medidas numa amostra. Por outro lado, ela permite com a ajuda das estatísticas inferenciais, ou seja, dos testes estatísticos (comparação de médias, comparação de proporções, correlação, etc.), determinar se as relações observadas entre certas variáveis numa amostra são generalizáveis à população onde esta foi tirada." (Harel, 1999, p. 269)

daquele que via para com aquilo que era visto. De facto, de uma forma geral, compreende-se ainda nos nossos dias que observar implica mais do que um simples olhar sobre algo. Ainda assim, a observação, quando utilizada como técnica científica, tem aspetos bastante específicos que a qualificam e caracterizam como tal. Vejamos então quais são.

> A observação, como técnica científica, isto é, planeada sistematicamente e passível de controlo, tem como função produzir informação requerida pela(s) hipótese(s) de trabalho e prescrita pelos indicadores. Comporta diferentes modalidades.
>
> Duas, entre estas, se destacam, pelo uso que têm nas ciências sociais: uma tem por base o grau de estruturação com que se apresenta; a outra é função do tipo de participação do observador na realidade estudada. (Pardal & Lopes, 2011, p. 72)

Se, como já referido, o objetivo geral desta investigação foi o de compreender, a vários níveis, o papel do riso nos principais *talk shows* matinais, na televisão, em Portugal, com esta técnica em particular, alicerçada na análise documental, o principal propósito foi então o de entender o que está por detrás desse comportamento específico.

Notemos, então, nos próximos parágrafos, os três principais aspetos que serviram de suporte ao manuseio desta técnica na atual investigação.

Observação direta

A observação que aqui é descrita, por não ser, em momento algum, mediada por um qualquer objeto (ou até mesmo por uma técnica complementar), tratou-se sempre de uma observação direta, proporcionada pela visão (e complementada pelos demais sentidos) do investigador. Foi realizada em dois distintos momentos e locais. Primeiro, em 17, 18, 19 e 23 de setembro de 2019, na RTP Porto (em Vila Nova de Gaia), no local de emissão da *Praça da Alegria.* Depois, de 4 a 7 de novembro de 2019, nos estúdios da SIC (no Parque Holanda, em Carnaxide), no local de emissão d'*O Programa da Cristina*. Em ambos os casos o período de observação diário foi de cerca de cinco horas, grosso modo, entre as 8:30 h e as 13:30 h.

Observação estruturada

No entender de Clara Pereira Coutinho (2015, p. 136) existe "observação estruturada (...) [quando] o investigador parte para o terreno com um protocolo de observação pré-definido e estruturado em função das dimensões que pretende observar". Nas palavras de Marie-Fabienne Fortin

(2009, pp. 371, 372), por seu lado, "a observação estruturada consiste em observar e em descrever, de forma sistemática, comportamentos e acontecimentos que dizem respeito ao problema de investigação". Notemos então a que se refere este elemento neste estudo.

A presente investigação foi edificada tendo em vista duas fases distintas. A primeira (planeada para se concretizar sobretudo no primeiro dia) teve como principal propósito cultivar um relacionamento empático com todos os profissionais envolvidos. O objetivo foi, portanto, primariamente, de dar a conhecer de forma descontraída a intenção da observação, ser cúmplice de algumas brincadeiras, sorrir, rir, etc., com a finalidade de ser acolhido pelo grupo de trabalho. A segunda fase (planeada para se concretizar nos restantes dias) teve como fundamental objetivo o foco no problema propriamente dito e, dessa forma, procedeu-se à recolha de todos os elementos entendidos como relevantes para a investigação.

Conforme referido anteriormente, foram quatro as questões essenciais que alicerçaram esta etapa da investigação em particular: (1) Existe de igual forma um clima de muita euforia e riso fora do período de emissão?; (2) Quais as principais diferenças, no que diz respeito ao cultivar dessa enorme vivacidade e do imenso riso, entre a *Praça da Alegria*, programa de serviço público e *O Programa da Cristina*, oriundo da televisão privada?; (3) De que forma o distinto ambiente (social) vivido por cada grupo aparenta afetar o comportamento dos seus profissionais, dentro e fora do período de emissão?; e (4) Que pontos específicos podem ser mencionados onde, em situações semelhantes, tenham ficado claras as atuações diferenciadas por parte de cada um dos grupos analisados? Em ambos os locais observados foram encontrados ingredientes que ajudaram a refletir sobre as perguntas principais em questão. Essa consideração encontra-se, sobretudo, no capítulo seis deste trabalho.

Observação reativa

Um dos mais importantes aspetos a ter em conta ao utilizar a observação como técnica científica é, sem dúvida, o nível de envolvimento que o investigador tem com o espaço em que se insere. Segundo Clara Pereira Coutinho (2015, p. 138) num extremo está o observador que também é "membro de pleno direto do grupo que estuda, e no extremo oposto o observador que é um elemento externo ao grupo que observa, não se envolvendo, nem interagindo com os participantes na situação em estudo." Porém, a autora, tendo como base Michael Angrosino (2012), aborda igualmente a existência de uma solução de envolvimento intermédio, a qual é descrita como observação reativa.

Debruçando-nos agora diretamente sobre a teoria de Michael Angrosino (2012, p. 166), é possível compreender que existe observação reativa quando o investigador se identifica e explica

as suas intenções àqueles que deseja observar, e, ainda que possa também intervir na ação, tente fazê-lo sempre enquanto cientista social.[15] Na presente observação, embora o investigador não estivesse plenamente incluído no grupo que observou, também não é possível afirmar que tenha estado inteiramente excluído dele. Apesar de não ter como propósito mudar algo no ambiente em análise, a sua presença não deixou de ser sentida e de provocar nos demais envolvidos uma certa reação. Tal facto foi evidente em inúmeras ocasiões, mas tenhamos em atenção duas em particular, primeiro na RTP e depois na SIC.

Na RTP, Sónia Araújo (apresentadora), logo depois de abordar indiretamente a temática do riso numa das emissões do programa, dirigiu-se até ao investigador, por detrás das câmaras, e apontou com os dedos para o seu rosto a rir. Na SIC, João Patrício (realizador) e Rúben Vieira (assistente de realização), numa das reuniões de grupo antes da emissão, ao designarem as tarefas, desafiaram o investigador a fazer de carteiro no programa. Esses exemplos, entre muitos outros que podiam aqui ser destacados, mostram com clareza que, neste caso, a presença do investigador não foi algo apenas percecionado pelos demais envolvidos, tendo tido também um efeito inevitavelmente reativo.

Assim sendo, será provável que alguns dos aspetos do ambiente analisado pudessem ser um pouco diferentes se a presença do investigador não fosse compreendida pelos outros, o que, no presente estudo, não foi de modo algum possível de efetuar. Todavia, no geral, essa incontornável "reação" não parece ter interferido na realidade estudada a ponto de a desvirtuar consideravelmente. Entende-se assim que a observação realizada nos termos descritos tenha contribuído muito significativamente para a presente investigação.

Durante todo o período de observação, o *diário do investigador* mostrou ser um indispensável instrumento de auxílio. Deste modo, foi usado um pequeno caderno A5 e um lápis. Esse elemento contribuiu, durante a análise, para uma fácil deslocação por parte do investigador, bem como para um registo rápido de todos os aspetos compreendidos como oportunos. Os pontos fundamentais da análise, acima descritos, como já referido, foram previamente definidos, o que permitiu depois, durante o período de apreciação, realizar um registo objetivo.

Um outro instrumento que se mostrou também muito útil, nesta etapa em específico, foi a *análise de conteúdo.* Com efeito, a posterior apreciação dos vários registos efetuados permitiu-nos ponderar sobre aquilo que foi observado e assinalado quase sempre de forma muito apressada. Entre vários outros aspetos, essa posterior análise tornou possível, por exemplo, comparar as diferentes dinâmicas existentes na RTP e na SIC.

[15] O autor, refere a esse respeito, o seguinte: "The second category of naturalistic observation is *reactive observation*, which means that researchers do indetify themselves and explain their intentions to those they wish to observe; they may also intervene in the action, although they try to do so in their role as social scientists." (Angrosino, 2012, p. 166)

Importa ainda referir que, em momento algum da análise, se verificou algum tipo de desaprovação direta, quer com respeito à presença regular do observador, quer com respeito às suas constantes anotações. De uma forma geral, existiu, em ambos os locais, um espírito de cooperação para com o investigador e as suas respetivas tarefas.

O reduzido período de observação fez com que inúmeros elementos ficassem obviamente por analisar, o que, muito provavelmente, só se tornaria possível com uma presença bastante regular, talvez por semanas ou meses. Dessa forma, a obtenção do testemunho de vários profissionais, através da realização de entrevistas, teve, entre outros, o objetivo de preencher o "vazio" deixado pelo limitado tempo de observação.

c. *Entrevistas (semiestruturadas e individuais)*

De acordo com Marie-Fabienne Fortin (2009, p. 375) "a entrevista (...) é um modo particular de comunicação verbal entre duas pessoas, um entrevistador que recolhe dados e um respondente que fornece a informação." Por outro lado, segundo George Gaskell (2008, p. 65), "o objetivo é uma compreensão detalhada das crenças, atitudes, valores e motivações, em relação aos comportamentos das pessoas em contextos sociais específicos."

Não pretendendo obviamente invalidar a utilidade das entrevistas não estruturadas e das entrevistas estruturadas, como será clarificado nos próximos parágrafos, nesta investigação em particular a opção recaiu sobre a realização de entrevistas semiestruturadas.

Entrevistas semiestruturadas

Para Marie-Fabienne Fortin (2009, pp. 376, 377) "o investigador recorre à entrevista semidirigida [ou semiestruturada] nos casos em que deseja obter mais informações particulares sobre um tema." A autora refere ainda que este tipo de entrevista é principalmente utilizada "quando o investigador quer compreender a significação de um acontecimento ou de um fenómeno vividos pelos participantes." No entender de Luís Pardal e Eugénia Lopes (2011, pp. 86, 87) "a entrevista semiestruturada nem é inteiramente livre e aberta (...), nem orientada por um leque inflexível de perguntas estabelecias *a priori*." Parece então razoável referir que, como o próprio nome indica, se trata de um meio termo entre as entrevistas não estruturadas e as entrevistas estruturadas.

Nas entrevistas realizadas, nos primeiros minutos, o principal objetivo do investigador foi o de fazer com que o entrevistado se sentisse plenamente confortável. Nesse sentido, por norma, todas as entrevistas começaram com perguntas bastante acessíveis, plenamente dentro dos domínios dos

entrevistados. No entanto, com o passar do tempo, foram sendo introduzidas várias outras questões, com um foco mais direcionado para o problema da investigação.

Salvo raras exceções, os pontos centrais da entrevista foram enviados previamente aos entrevistados, e, em alguns casos, com várias semanas de antecedência. No entanto, algumas outras questões, por terem um objetivo muito particular, foram efetuadas no desenrolar da entrevista, sem aviso prévio. Dessa forma foi possível obter do entrevistado algumas respostas mais ponderadas e outras mais espontâneas, dependendo da intenção do investigador. Apesar de evidentemente ter existido um guião em todas as entrevistas, a ordem das perguntas foi, por norma, orientada pelo próprio sentido do diálogo. Com efeito, o objetivo era que a conversa fluísse da forma mais natural possível. Ainda assim, em alguns momentos, tornou-se necessário redirecionar o sentido de algumas entrevistas tendo em vista a temática em análise.

Entrevistas individuais

As entrevistas foram efetuadas individualmente. Todas foram presenciais, à exceção de duas, a João Costa e Sabrina Tacconi, que foram realizadas através de chamada telefónica. Antes de cada entrevista procurou-se clarificar, junto de cada um dos entrevistados, os seguintes dois pontos: primeiro, que a sua entrevista seria gravada (neste caso através de um iPhone, com a aplicação Dictafone); segundo, que as informações partilhadas poderiam posteriormente ser usadas pelo investigador.

Quanto ao processo de seleção dos 28 entrevistados (registados na "Tabela 1"), foram levados em consideração, entre outros, dois aspetos fundamentais. Por um lado, a sua ligação direta ou indireta aos fenómenos em análise (os *talk shows* matinais e o riso). Por outro lado, e não menos importante, o tipo de experiência desses mesmos indivíduos (pois o objetivo foi o de recolher testemunhos diversificados).

Nesta etapa da investigação, principalmente, o *guião da entrevista* foi, sem dúvida, um instrumento fundamental. De facto, como o refere George Gaskell (2008, p. 66), "por detrás de uma conversação aparentemente natural e quase casual encontrada na entrevista bem-sucedida, está um entrevistador muito bem preparado." Foi, pois, dessa forma, sem exceção, que preparámos previamente cada uma das entrevistas.

Posteriormente, procedeu-se a uma filtragem das inúmeras horas de áudio gravadas e, por fim, a uma apreciação articulada com os registos do investigador (de forma a recordar expressões faciais, gestos, contextos, etc.).

ENTREVISTAS REALIZADAS		
Nome	**Instituição**	**Ligação ao fenómeno em análise (1)**
André Manso	SIC (2)	Diretor de produção d'*O Programa da Cristina*
Ângelo Peres	RTP	Ex-realizador do programa matinal da RTP1
Branco da Cunha	RTP	Ex-realizador do programa matinal da RTP1
Bruno Rodrigues	RTP (3)	Responsável pelos figurantes da *Praça da Alegria*
Bruno Santos	TVI	Ex-diretor geral de antena e programas
Cláudio Ramos	SIC	Interveniente e coapresentador d'*O Programa da Cristina*
Cristiana Neves	SIC (2)	Editora de *régie* d'*O Programa da Cristina*
Daniel Cruzeiro	SIC	Diretor executivo
Francisco Menezes	SIC	Ex-apresentador do *Companhia das Manhãs*
Hélder Reis	RTP	Repórter da *Praça da Alegria*
Hernâni Carvalho	SIC	Comentador d'*O Programa da Cristina*
João Costa	———————	"Colecionador" de memórias televisivas (*Brinca Brincando*)
João Patrício	SIC (2)	Realizador d'*O Programa da Cristina*
Joelma Garcia	GFK (Portugal)	Responsável pelas audiências televisivas
Jorge Gabriel	RTP	Apresentador da *Praça da Alegria*
Manuela Mendes	———————	Profissional de terapia do riso
Nuno Artur Silva	RTP	Ex-administrador (e ex-assessor criativo da direção de programas)
Pedro Bessa	RTP	Colaborador em diversas funções (desde 1979)
Pedro Lopes	TVI	Interveniente (na qualidade de médico) no *Você na TV!*
Rita Belinha	RTP	Repórter da *Praça da Alegria*
Rúben Vieira	SIC	Assistente de realização d'*O Programa da Cristina*
Rui Francisco	Hora do Lobo	Responsável pela cenografia d'*O Programa da Cristina*
Rui Gonçalves	RTP (3)	Figurante do público na *Praça da Alegria*
Sabrina Tacconi	———————	Responsável pela formação de profissionais de terapia do riso
Sofia Serpa	RTP	Coordenadora da *Praça da Alegria*
Sónia Araújo	RTP	Apresentadora da *Praça da Alegria*
Teresa Lencastre	RTP	Ex-editora das redes sociais da *Praça da Alegria*
Viviana Jordão	SIC	Editora das redes sociais d'*O Programa da Cristina*
Número total de pessoas entrevistadas: 28. Duração média das entrevistas: 50 minutos (aproximadamente). Notas: (1) no momento da entrevista; (2) através da Coral Europa; (3) através da Valente Produções.		

Tabela 1: Entrevistas realizadas na presente investigação

IV. Organização e estrutura do trabalho

O presente trabalho está dividido em três partes fundamentais. A primeira procurou enquadrar o riso nas suas diversas interpretações e comunicações. A segunda teve como objetivo compreender aquele que é o diversificado fenómeno televisivo, com um foco especial no *daytime*. A terceira visou a construção de uma reflexão acerca da prática do riso em televisão, tendo como base a análise empírica

do autor centrada nos *talk shows* matinais.

A primeira parte está divida em dois capítulos. O primeiro procurou compreender a construção do conceito do riso, primariamente de acordo com o modelo platónico e depois sob o modelo evolucionista. O segundo, por seu lado, centrou-se na observação do riso "de fora para dentro", tendo em conta múltiplas variáveis sociais e tecnológicas.

A segunda parte está igualmente divida em dois capítulos. O primeiro procurou chegar a uma ampla compreensão do multifacetado fenómeno televisivo, tendo também em conta a sua articulação com as respetivas audiências. Já o segundo, centrou-se no entendimento da atípica realidade do *daytime* televisivo*,* com particular atenção aos principais programas que, nos últimos anos, preencheram as manhãs da televisão portuguesa.

A terceira parte está dividida em quatro capítulos. O primeiro procurou examinar o número de risos dos programas analisados e dos seus principais intervenientes. O segundo centrou-se na diferença entre a realidade que é possível observar no televisor (cheia de riso) e aquela que não é, a realidade no local das emissões. O terceiro, sustentado sobretudo nas entrevistas, visou uma análise à própria análise dos entrevistados, tendo como base oito temáticas específicas relacionados com *daytime* televisivo e o riso. Quanto ao quarto, o objetivo foi o de construir uma visão global em volta dos três principais aspetos analisados neste estudo: o riso, o *daytime* televisivo e o papel do riso nos *talk shows* matinais.

Na fase concludente deste documento, o objetivo foi, além de contemplar a temática em análise de uma perspetiva mais ampla, ponderar também de que forma essa foi – e em alguns aspetos poderia ter sido – abordada neste estudo.

PARTE I – O RISO, E O RISO COMO MEIO DE *UMA* COMUNICÃO PLURAR

A Parte I deste trabalho procurou enquadrar o fenómeno do riso tendo em conta quatro macroinfluências: primeiro, o pensamento clássico; segundo, o pensamento moderno; terceiro, o oscilante clima emocional das sociedades; quarto, as múltiplas mudanças tecnológicas ocorridas recentemente, por volta do último século.

Primeiro, procurámos entender como a explicação clássica do riso, sustentada em Platão e difundida durante centenas de anos pela Igreja no Ocidente afetou a contemplação da imagem do riso, vista como uma das maiores misérias do ser humano, uma impura e asquerosa "ejaculação diurna" expressa na face (Eco, 2012, p. 546). Segundo, tentámos compreender de que forma a explicação moderna do riso, apoiada pelos evolucionistas e "anunciada" ao mundo por Nietzsche, influenciou uma nova forma de comtemplar o fenómeno, o qual passou a ser visto como a única alegria acessível ao ser humano e, tornando-se por isso, uma imagem de sucesso. Terceiro, refletimos acerca da forma como o clima emocional envolvente pode afetar a interpretação de todos sobre o riso, dando especial atenção ao atual clima social que, intitulado por muitos como pós-modernidade, pode ser visto como uma "ditadura da felicidade" (Cabanas & Illouz, 2019), que incita todos, sem exceção, a uma alegria histriónica ou, então, a morrer – morrer para o mundo (social, da "alegria moderna"). Quarto, investigámos de que maneira a tecnologia e a comunicação de massas tem influenciado o riso – que, segundo Mead (1979, p. 121)[16], é "a expressão emocional mais distintiva do homem".

[16] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

CAP. 1 – O RISO NO PENSAMENTO: O CONFLITO DOS "ROSTOS DO PODER"

O Capítulo 1 teve como objetivo primordial entender a origem do conflito de perspetivas que começou há milhares de anos e que permanece até aos nossos dias, continuando a oferecer-nos dois distintos – e diametralmente opostos – olhares sobre o fenómeno do riso e, consequentemente, sobre a forma como ocorre no âmbito social e em todo o espaço público. Iluminar o riso através dessas duas e muito distintas luzes é ser capaz de, ao mesmo tempo, conseguir vê-lo como um sinal de intensa fraqueza ou como uma clara demonstração de audácia, como um retrato da miséria humana ou como a maior prova do seu sucesso, como imagem da mais profunda tristeza ou a aparência da mais genuína alegria, como clara evidência da estupidez ou como o único aspeto da inteligência. É vê-lo, acima de tudo, como um sinal da ausência absoluta do poder ou como a própria imagem do poder.

1.1. O "modelo clássico": uma obra sem lugar para o "pecado" do riso

Não é admissível que se representem homens dignos de consideração
sob a ação do riso; e muito pior ainda, se se tratar de deuses.

Platão, em 381 a.C.
A República[17]

No entanto, tu (...) ris. Diz-me. Onde ouviste que Cristo agiu assim?
Em parte alguma, mas frequentemente aparecia triste.

João Crisóstomo, em 403-404 d.C.
Homilias sobre a Carta aos Hebreus[18]

O riso é ainda para muitos uma expressão emocional de um prazer supérfluo, momentâneo, que se esvazia em poucos segundos. E durante muito tempo, o prazer, fosse ele de que tipo fosse, e sobretudo a sua expressão, não eram bem vistos no palco social. De facto, segundo o senso comum, só haveria sentidos, *pathos,* na passagem terrena da alma, na imperfeição, no rebaixamento, e, quanto mais o indivíduo fosse movido pelos sentidos, pelo *pathos,* menos chances teria de vir a contemplar o incrível divino. As emoções, que no passado eram denominadas "paixões" deveriam ser, por isso, rejeitadas, para que a alma, presa no corpo, não perdesse o salvamento eterno.

Nessa interpretação, enquanto o mundo das paixões, o *pathos,* fazia parte do mundo terreno, e era, na verdade, a única forma de o sentir, de o contemplar, de o viver, de o *experienciar*, em oposição, existia o mundo não terreno, do grego *logos,* o qual apenas poderia ser alcançado pelas ideias, pelo pensamento, pela razão. Foi, sem dúvida, a crença na existência desses dois mundos diametralmente opostos, considerados as duas dimensões da intelectualidade humana, que fizeram com que a emoção fosse distanciada da razão, assim como o divino do terreno. Este pensamento tornou-se, com o tempo, e durante um longo período de tempo, a base do pensamento ocidental.

O aqui intitulado modelo ou ideal clássico, uma amálgama entre o pensamento platónico e a narrativa cristã, foi, em si próprio, um solo infrutífero para a experiência dos sentidos. Este modelo

[17] Platão (2017, p. 107). *A República* (388e–389a).
[18] João Crisóstomo (2013a, p. 1065). *Homilias sobre a Carta aos Hebreus* (15:14).

culminou na própria definição da palavra emoção, *passio*, a qual, na prática, excluiu as muitas e variadas formas de sentir positivas, alcançáveis pelo ser humano. Assim sendo, e partindo deste ponto, o único solo onde poderia florescer o riso, o campo do sensível, do emocional, era um solo que, em teoria, no modelo ideal, nem sequer existia. Isso significa que falaremos, então, nos próximos parágrafos, de um "ideal" não-lugar.

Se formos movidos a analisar o chamado "livro da razão ocidental", a Bíblia, para encontrar uma explicação para a ausência do riso no intitulado ideal ocidental, ficaremos, depois de algum tempo – e talvez para muitos isso seja surpreendente – completamente frustrados. Com efeito, como refere o historiador Georges Minois (2003a, pp. 115, 116), "é claro que há riso na *Bíblia!* Os hebreus são homens como os outros, e esse condensado (...) de sua literatura contém, sem dúvida, a mesma proporção de riso e de lágrimas que os escritos dos povos vizinhos." A sua perspetiva não só não era castradora, naquilo que dizia com respeito ao riso, como até mesmo era mais moderna e equilibrada quando comparada aos escritos da época. "A conceção bíblica do riso é, de facto, clássica e equilibrada. Ela se revela até mais moderna que aquela do mundo greco-romano, uma vez que dessacraliza o riso, que não tem mais nada a ver com o sobrenatural" (p. 120), referiu o historiador.

No Antigo Testamento, o primeiro a rir é, segundo Paulo Pires do Vale (2013, p. 204), "aquele que as três religiões monoteístas consideram o pai da fé: Abraão". Quando tinha 99 anos, Deus dissera-lhe que sua esposa, Sara, com 90 anos, daria à luz um filho seu. Qual foi a sua reação? "Abraão caiu com o rosto por terra e se pôs a rir, pois dizia a si mesmo: 'Acaso nascerá um filho a um homem de cem anos, e Sara tem noventa anos dará ainda à luz?'" (Génesis 17:15-17)[19]. Mais tarde, também Sara, sua esposa, recebera a mesma notícia. Como reagiu ela, por sua vez? "Riu-se, pois, Sara no seu íntimo, dizendo: 'Agora que estou velha e velho também está o meu senhor, terei ainda prazer?'" (Génesis 18:12).

O riso aparenta assim apresentar-se, nessa passagem, conforme notamos, como manifestação do limite da faculdade de raciocínio do ser humano em detrimento da razão divina. O riso parece assim ser entendido como a chegada a um lugar que não mais é inteligível pelo ser humano. Com efeito, nesse preciso momento, mediante essa surpresa, a limitação do ser humano exprime-se em riso. No entender de Paulo Pires do Vale (2013, p. 207), "o riso coloca as palavras divinas no tabuleiro de jogo da linguagem humana". Segundo esse prisma, o riso é, portanto, reflexo de uma incompreensão, sendo que neste caso se traduz numa reação convulsiva a uma jamais esperada notícia positiva. Assim, pode talvez deduzir-se que uma notícia oposta, negativa, apresentada igualmente de rompante e mediante as mesmas condicionantes, resultaria numa igual convulsão, todavia, traduzida em choro.

[19] Todas as citações da Bíblia pertencem à tradução católica *Bíblia de Jerusalém*.

Mais tarde, Sara, esposa de Abraão, afirmara o seguinte: "Deus me deu motivo de riso, todos os que o souberem rirão comigo" (Génesis 21:6). Mais uma vez, partindo do mesmo ponto de vista, o riso parece apresentar-se como o experimentar de um clímax de prazer social, intraduzível nas palavras do ser humano. Deste modo, o filho de ambos, como símbolo dessa experiência impensável, seria depois chamado de Isaque (do hebraico יִצְחָק, *Yiṣḥāq*), que significa "riso", tornando-se um importante e destacado ascendente do chamado Messias. Assim sendo, em termos linguísticos, parece que – o que não deixa de ser curioso – o mais tarde denominado *Logos* (razão, verdade) teve origem, na sua "árvore genealógica", no chamado "riso" – uma experiência proveniente das sensações do *Pathos*.

Por outro lado, também Salomão, Rei de Israel, o sábio, como era conhecido, referira que "há um momento para tudo e um tempo para todo propósito debaixo do céu" (Eclesiastes 3:1). Segundo ele, entre esses muitos tempos, existe também um tempo para rir.

> Tempo de nascer,
> e tempo de morrer;
> tempo de plantar,
> e tempo de arrancar a planta;
> Tempo de matar,
> e tempo de curar;
> tempo de destruir,
> e tempo de construir.
> Tempo de chorar,
> e tempo de rir;
> tempo de gemer,
> e tempo de bailar.
> (Eclesiastes 3:1-4)

No Novo Testamento, segundo o historiador Georges Minois (2003a, p. 120), "o tom é nitidamente mais grave". Porém, o problema não é o riso ou a sua imagem social, mas sim a sua origem, a sua fonte, que não deve ter como base "ditos indecentes, picantes ou maliciosos" (Efésios 5:4). O riso não aparenta assim estar impedido, mas sim condicionado aos valores promovidos nesse mesmo escrito. A imagem do riso, por sua vez, não só não está condicionada, como figura no vindouro grande gozo divino. "Felizes vós, que agora chorais, porque haveis de rir" (Lucas 6:21). No entanto, a sua condicionante, o choro, seria sem dúvida o foco da época medieval. A imagem do riso cairia em desprezo.

Embora possam ser identificadas várias passagens que, de forma isolada, contestam a tese acima exposta, isso somente ocorre porque a Bíblia, com dezenas de livros, é vasta o suficiente para que a leitura de trechos isolados faça despoletar uma discussão eterna acerca de um qualquer assunto. Como o refere Georges Minois (2003a, p. 115) "basta escolher suas citações para justificar tudo e seu contrário." Assim sendo, assumindo essa possibilidade, ou seja, a existência de matéria suficiente para alimentar teses distintas, apenas resta concentrarmo-nos na luz que iluminou o Ocidente e as suas muitas leituras ao longo de tantos séculos. Uma luz que, como sabemos, alimentou uma tese completamente oposta àquela que acima apresentámos. Uma luz tendenciosa, a mesma que fez com que os historiadores de arte não vissem, até 1906, uma obra que provavelmente data de 1240, o "Anjo da catedral de Reims". Na verdade, o "anjo" representado nessa estátua parece sorrir – ou até mesmo rir suavemente (Nascimento, 2015, p. 39). De onde terá vindo, então, essa luz que "secou" toda e qualquer expressão emocional positiva, inclusive, o riso? De Platão, como veremos.

1.1.1. A mensagem cristã do século I: "Sigam o Modelo!"

Para muitos, a narrativa Cristã é, mais ou menos, a que se segue. No início, o mal, que até então não existia, entrou no mundo trazido por uma personagem da qual não é revelado o nome, porém, possui vários títulos, como Diabo, do grego *diábolos*, que significa caluniador, mentiroso; ou Satanás, do hebraico *Satan*, adversário, concorrente; entre outros. Esse personagem, enciumado por não ser venerado, de forma a atrair a si audiências, decidiu enganar a humanidade, no momento constituída por duas pessoas, fazendo-as entrar em pecado (do hebraico *hha·tá*, caminho errado), em que a satisfação dos impulsos carnais é superiorizada em relação à vontade divina. Assim, a partir desse momento, a humanidade ficou sujeita ao caminho errado, que termina com a morte em pecado de todos.

Para que a humanidade pudesse ser salva era então necessário levar a cabo uma reconciliação com Deus, que para muitos é entendido como uma "religação" – que é, segundo Agostinho de Hipona (2012, p. 195), "de onde se julga que deriva a palavra religião". O afastamento mediado pelo "primeiro Adão" seria então remediado, ou religado, pelo "último Adão", o qual, movido pelos seus interesses altruístas e não pelos seus impulsos egoístas, ofereceria a sua vida para tirar a humanidade de tal condição. Se há motivo para rir, nesta mensagem imperativa? Não. Nem um pouco. É um assunto por todos encarado como muito sério. Pois, para que a humanidade pudesse ser salva de uma vez por todas da condição a que foi sujeita, foi incentivada a, tendo como foco o último dia, seguir de perto, no seu dia-a-dia, as ações do modelo, do exemplo, do *modulus,* que também fora, a certa altura, um humano (1 Pedro 2:21; Efésios 5:1). Mas como? Vejamos de seguida.

Num período em que os judeus não eram reconhecidos pelas suas aptidões para as artes plásticas, os retratos não eram nada comuns e a representação de deidades era solenemente proibida, pelo que não é difícil concluir que o modelo em causa recaía sobre a figura simbólica do Cristo e não no seu aspeto físico (Trevisan, 2003, pp. 13-14). Porém, algo muito diferente aconteceu, e hoje até mesmo uma criança é capaz de identificar "Cristo" pela sua aparência sisuda e melancólica. Segundo Singer e Leite (2003, p. 853), em *New Catholic Encyclopedia,* tal acontece porque "cada período criou o tipo de Cristo que desejava, uma vez que nem o Novo Testamento nem a literatura patrística forneceram uma descrição física de Jesus"[20]. Na verdade, podemos facilmente "viajar" entre essas várias figuras existentes: da figura de um Cristo trágico e melancólico, na pintura de Rembrandt, até um Cristo renascentista, centrado na sua figura antropomórfica; de um Cristo amarelo, na pintura simbolista de Paul Gauguin, até um Cristo que, numa lista dos negros mais influentes da história, ocupa o primeiro lugar, ao lado de Martin Luther King, Nelson Mandela, Oprah Winfrey, Pelé, Tupac, Michael Jackson, entre outros.[21]

Nesse sentido, neste preciso momento, temos connosco dois importantes aspetos no pensamento. O primeiro é que a narrativa Cristã deixou uma ordem para muitos clara: seguir e imitar um exemplo, um modelo. A segunda é que, embora a ordem tenha permanecido, a aparência física e o rosto desse modelo foram sendo modificados pelo contexto social e religioso, porém com uma expressão facial quase sempre sisuda ou melancólica. Referimo-nos a uma aparência que, embora imaginária, ao ser associada a uma determinada narrativa, fez com que as pessoas se ajustassem e se moldassem. Hoje, quando refletimos no profundo impacto que essas imagens tiveram na sociedade, nos últimos séculos, podemos seguramente lembrar-nos do pensamento de Cornelius Castoriadis (1982), segundo o qual não é a realidade que alimenta o imaginário, mas o imaginário que alimenta a realidade.[22] Assim, qual imaginário pessoal, que vai mudando ao longo da vida, fruto das leituras, vivências, medos e desejos, e que nos vai fazendo agir de acordo com aquilo que denominamos "razão" ou "realidade", o imaginário social, uma produção coletiva, tem igualmente a sua "razão" ou "realidade" sustentada nas leituras, vivências medos e desejos de uma determinada época.

Compreender a "razão" de um período requer, então, que se entenda também o seu imaginário, o qual, consequentemente, exige uma aprendizagem daquilo que o alimentou. Temos noção que a "razão" do mundo ocidental esteve, no período medieval, e não só, dependente do imaginário da Igreja Católica Romana, o qual, por sua vez, foi alimentado pelos ideais platónicos. Compreender essa

[20] A tradução foi realizada pelo autor da tese.
[21] Fonte (acedido a 11/12/2019): https://www.theguardian.com/uk/2004/oct/25/race.religion
[22] O autor refere que "tudo o que se nos apresenta, no mundo social-histórico, está indissociavelmente entrelaçado com o simbólico" (Castoriadis, 1982, p. 142).

"razão" passa, pois, por esclarecer as suas condicionantes.

1.1.2. A introdução do modelo platónico pela Igreja Ocidental

Com as conquistas de Alexandre, o Grande, no século IV a.C., o Império Romano seria o melhor veículo para que a filosofia helénica chegasse ao Médio Oriente. Deste modo, e com o tempo, este aspeto acabou por ter os seus efeitos culturais, primeiro no Judaísmo e depois no Cristianismo, verificando-se que muitos foram aqueles que nos séculos seguintes se afastaram gradualmente das suas crenças religiosas originais. Porém, foi sem dúvida na interpretação do Cristianismo que essa influência se tornou mais evidente, em particular a partir do século IV d.C., quando, por meio de Constantino, a crença nessa religião se tornou legal no Império Romano. F. X. Murphy (2003b), em *New Catholic Encyclopedia*, refere que, na chamada Patrística, muitos dos seus teóricos se baseavam no platonismo, "considerando [até mesmo] Platão um teólogo" (p. 964)[23]. Este aspeto iria, sem dúvida, influenciá-los na conceção do seu ideal simbólico e visual. A realidade em questão também não passou despercebida a Nietzsche (que viveu entre 1844 e 1900) (1999, p. 387)[24].

Assim sendo, conforme notamos, o chamado hoje por muitos de "modelo cristão" foi, na verdade, aquando da sua teorização e fundamentação, nos primeiros séculos da nossa era, em muito sustentado no modelo platónico – o ideal de Platão. Uma "cozedura" de um molde, de um *modulus,* que, depois de algum tempo, se tornou rígido o suficiente para, durante séculos, não se partir e nem sequer estalar. Contudo, essa solidez não durou para sempre, pelo menos para alguns. Durou até cair, até se quebrar, ou, nas palavras de Friedrich Nietzsche, até à sua "fatalidade" (Nietzsche, 1999, p. 388). Esta fatalidade foi descrita, na obra *A gaia ciência* [25], como pública, social, visível a muitas pessoas (Nietzsche, 2000, pp. 140, 141). No entanto, até então, até isso acontecer, a sociedade no geral apoiaria o seu ideal no ideal platónico, um ideal imaginário, impossível de concretizar, que fizera com que o próprio ser humano, durante quase dois mil anos, se tentasse afastar da sua natureza, isto é, das suas próprias emoções e, claro, consequentemente, se tentasse afastar daquela que é intitulada "a expressão emocional mais distintiva do homem" (Mead, 1979, p. 121), o riso.

1.1.3. O ideal platónico: um absoluto não-lugar para o riso

Como aludido, a luz que iluminou a narrativa cristã consistiu numa luz platónica, ou seja, oriunda de

[23] A tradução foi realizada pelo autor da tese.
[24] Nietzsche (1999, pp. 387, 388) refere o seguinte: "E quanto de Platão há ainda no conceito 'Igreja', no edifício, no sistema, na praxe da Igreja!"
[25] Publicado pela primeira vez em 1882.

uma outra "bíblia", de origem helénica, escrita por Platão e mais tarde denominada como *Os diálogos de Platão*. Uma luz que, naturalmente, iria refletir não os ideais judaicos e cristãos, mas os do próprio Platão, influenciado pelos ideias helénicos e até egípcios, conjuntamente com todos esses imaginários culturais. Adiante veremos, então, o que o filósofo referiu acerca do riso. Primeiro que tudo, porém, é importante entender a sua própria noção de emoção, o único campo de onde pode, nos humanos, florescer o riso.

Embora os gregos não tivessem uma palavra equivalente ao que hoje denominamos "emoções", tinham, como já referido, uma outra, com um significado mais amplo, πάθη, *pathos,* ou seja, paixão (Price, 2010, p. 121). Segundo Henry Liddell e Robert Scott (2010, p. 584), em *An intermediate greek-english léxicon,* a palavra pode significar "qualquer coisa que ocorra, um incidente, um acidente", "o que alguém sofreu", "a experiência de alguém". Algo como "o amor, o ódio, etc." Contudo, curiosamente, quando a mesma era utilizada por Platão, segundo os autores, era "maioritariamente no mau sentido, um sofrimento, infortúnio, calamidade"[26]. A palavra aplicava-se, assim, por isso, às experiências vividas e também a estados duradouros manifestados por essas experiências, tornando-se o termo padrão aplicado às emoções, como o medo, e também aos estados mentais, como o ódio (Liddell & Scott, 2010; Price, 2010).

Numa frente diametralmente oposta ao termo *pathos*, sentir, estava λόγος, *logos*, o qual, segundo Henry Liddell e Robert Scott (2010, pp. 476, 477), se traduz por "a palavra ou aquilo pelo qual o pensamento interior é expresso", "o próprio pensamento interior". De acordo com Francis Edward Peters (1967, pp. 110-112), *em Greek philosophical terms: a historical léxicon*, para Platão, significaria "verdade", "o contrário de mito", de mentira[27]. Esta palavra terá tido, pela primeira vez, um sentido especial na filosofia de Heráclito, sendo posteriormente aplicada ao denominado Messias.

Acreditava-se, à data, que ao passo que o exercício do *pathos* implicaria uma experiência corpórea, humana, sensível, o exercício do *logos* implicaria um "não sentir" e um "não olhar" para o mundo que se apresentava, mas antes um "espreitar" espiritual, interno, introspetivo, para um mundo não visível, o mundo das ideias. Isso fez com que "o mundo dos sentidos" e o "mundo das ideias" fossem colocados, na filosofia de Platão, e noutras que surgiram depois (que não foi o caso de Aristóteles), em frentes diametralmente opostas. Enquanto o *logos* fazia com que o ser humano contemplasse o que não era visível, o *pathos,* a parte sensível, fazia com que esse usufruísse do que era sentido, ou seja, era uma forma de experiência desnecessária para o considerado sábio, "o filósofo", tido como digno de honra.

[26] A tradução foi realizada pelo autor da tese.
[27] As traduções foram realizadas pelo autor da tese.

Na verdade, foi com o objetivo de explicar a sua teoria que Platão, n'*A República* [28]*,* recorreu a uma alegoria, *A Alegoria da Caverna*. O filósofo destaca a prisão de alguns homens que, acorrentados desde a infância, numa caverna, de costas para a entrada, não conheciam outra realidade senão a que viam projetada na parede, dissimulada, proporcionada pelas sombras de uma fogueira. Supondo que um desses prisioneiros se libertasse, menciona Platão, o resultado seria que, ao entrar em contacto com a realidade, esse homem compreenderia que a leitura anteriormente proporcionada pelos seus sentidos não fora exata. Todavia, se voltasse para dentro e partilhasse tudo o que vira, assim como se contasse a verdade a respeito da situação dos restantes homens, não só seria motivo de riso, como, depois, o rotulariam de louco.

> – E se lhe fosse necessário julgar daquelas sombras em competição com os que tinham estado sempre prisioneiros, no período em que ainda estava ofuscado, antes de adaptar a vista – e o tempo de se habituar não seria pouco – acaso não causaria o riso, e não diriam dele que, por ter subido ao mundo superior, estragara a vista, e que não valia a pena tentar a ascensão? E a quem tentasse soltá-los e conduzi-los até cima, se pudessem agarrá-lo e matá-lo, não o matariam?
>
> – Matariam, sem dúvida – confirmou ele. (Platão, 2017, p. 319)[29]

Para Platão (que viveu entre 428 e 348 a.C.), o mundo experimentado através dos sentidos, do *pathos,* é incerto, pois a realidade pode não estar lá. O mundo dos sentidos apenas projeta uma representação da ideia real. Para alcançar a realidade, no seu entender, é preciso fazer uso da ideia, do exercício do *logos,* e não somente da sua projeção. Com efeito, o processo que vai do senso comum à realidade, ao racional, é uma viagem que, para Platão, se prende à busca da realidade no pensamento, opondo-se à ignorância, aquela que é proporcionada somente pelos sentidos. Uma viagem marcada por dois opostos, e que vai das maravilhosas contemplações divinas, através do *logos*, às miseráveis coisas humanas, através do *pathos*. Assim, a homem considerado instruído, o filósofo, deveria, no seu entender, a todo o custo, suprimir as perceções, ou, na linguagem moderna, as emoções.

O riso, no entender de Platão, na separação dos mundos (como notamos na alegoria acima exposta), pertence ao mundo dos ignorantes, dos que se alimentam apenas dos sentidos e que, de forma ignorante, riem da realidade. O sábio, o filósofo, aquele que jamais encontra motivo para rir, não olha com bons olhos para aqueles que riem, pois esses são não só ignorantes, mas também

[28] Um texto escrito por volta do século IV a.C.
[29] 516e-517a.

perigosos. “Se pudessem agarrá-lo e matá-lo, (...) matariam, sem dúvida” (Platão, 2017, p. 319)[30], refere. O riso, segundo o seu olhar, pertence, por isso, àqueles que por não serem capazes de entender a realidade riem dela, e que, por não a entenderem, estão dispostos a acabar com ela. O riso, à luz platónica, é não só perigoso para as palavras do sábio como, também, para o próprio sábio. Por isso, o sábio, ao invés de se empenhar em lidar com aqueles que riem, os ignorantes, deve empenhar-se numa outra viagem, aquela que não ativa os sentidos – uma viagem ao incrível e luminoso mundo das ideias.

Para realizar tal viagem, segundo o filósofo, em *Mênon*, é preciso fazer aquilo que o próprio define como “reminiscência” – “aquilo a que chamamos aprender” (Platão, 2008, p. 74)[31]. Porém, a aprendizagem do ser humano, em Platão, requer também ter em mente que ele acreditava que a alma era imortal e que, embora estivesse presa dentro de um corpo, teria já tido outras existências. O conhecimento, esse, no seu entender, passava então pela lembrança da alma em experiências anteriores. “Renascida e visto que já contemplou todas as coisas que há [...], não há nada que não tenha já aprendido” (Platão, 2008, p. 73)[32], justifica. No seu entender, para subir até ao mundo das ideias, o sábio precisava de se empenhar no exercício da dialética (ascendente, que começa com certezas absolutas), a qual consiste em usar uma ideia para despertar outra ideia, e assim sucessivamente, até encontrar a verdade.

Todavia, para ele, esse ato de subir não é fácil, pois entende que a alma, dividida em três partes – a parte que deseja, a parte que raciocina e a parte que comanda – tem de enfrentar uma viagem complexa. Viagem essa que o filósofo, em *Fedro* [33], na “Parábola da Biga”, compara com uma carruagem puxada por dois cavalos alados: um disciplinado, branco, e o outro indisciplinado, preto. Enquanto o primeiro não requer atenção, pois direciona-se no caminho certo, para cima, para o mundo das ideias, o segundo, indisciplinado, requer total atenção, pois a qualquer distração do condutor poderá dirigir-se para baixo, para o mundo dos sentidos.

> Como cavalos que puxam os carros são dóceis, a subida é fácil para os deuses; para os demais, é uma subida penosa, porque o corcel de má raça puxa e inclina o carro para a terra, dificultando a tarefa de condução do carro ao que dela está encarregado.

[30] 516e-517a.
[31] 81e.
[32] 81c.
[33] Um texto escrito possivelmente em 370 a.C.

> É nesse lugar que as almas experimentam a alegria suprema, pois as almas a que chamamos imortais, uma vez que atingiram o zénite, são tomadas de um movimento circular e podem contemplar as realidades que se encontram sob a abóbada celeste.
>
> Nenhum poeta compôs ainda um hino em louvor desta região supra-celeste, e jamais haverá alguma que possa compor um hino digno do tema. Mas vejamos como ela é, pois, se há um ensejo de dizer a verdade esse é, mais do que nunca, aquele em que falamos da própria Verdade. (Platão, 1981, pp. 70, 71)[34]

Enquanto o primeiro cavalo representa, no seu pensamento, o impulso racional, o segundo reproduz a natureza humana, com os seus impulsos naturais, apetites e desejos corporais, dos quais fazem parte as paixões, isto é, as emoções, bem como toda a vivência e experiências sensíveis do ser humano. Assim, a existência desse cavalo só faz sentido, em Platão, se contrariado, pois a plena felicidade, "a alegria suprema" (Platão, 1981, p. 71)[35], compreende, deve ser totalmente desprovida de qualquer experiência ou expressão emocional. No seu entender, as emoções devem, portanto, estar "secas", mortas, e devem ser desarraigadas do ser humano, tendo em vista uma felicidade suprema, num mundo espiritual.

> E quanto ao amor, à ira e a todas as paixões penosas ou aprazíveis da alma, que afirmámos acompanharem todas as nossas ações, não produz em nós os mesmos efeitos da imitação poética? Porquanto os rega para os fortalecer, quando devia secá-los, e os erige nossos soberanos, quando deviam obedecer, a fim de nos tornarmos melhores e mais felizes, em vez de piores e mais desgraçados. (Platão, 2017, p. 472)[36]

Platão, sem rodeios, refere que o único solo onde poderia nascer o riso e a sua expressão visual deveria ser um solo infrutífero, sem rega. Por isso, como já referido, não é de surpreender que segundo Platão, quando falamos do lugar do riso, falemos, na verdade, de um absoluto, assumido e promovido "não-lugar". Notemos com mais afinco tal realidade.

Platão, em *Filebo* [37], numa discussão acerca do prazer, aborda os prazeres falsos e os prazeres verdadeiros. Pare ele, os prazeres verdadeiros são os prazeres do espírito, puros, castos, como por exemplo o prazer do conhecimento. Os prazeres falsos são: aqueles que misturam o prazer com a dor, que são unicamente corporais, como o frio e o calor; os semi-espirituais, como a memória e a esperança;

[34] 247a-247c.
[35] 247b.
[36] 606d.
[37] Um texto escrito por volta do 4.º século a.C.

e os puramente espirituais, como o ciúme e a inveja. Assim, "é no contexto de caracterização das afeções mistas puramente espirituais que se dá a discussão sobre o riso" (Alberti, 1999, p. 41). No entender do filósofo, o riso está associado à inveja. Ou seja, da mesma forma que a inveja significa "sentir prazer com as desgraças dos seus vizinhos", aquilo que provoca o riso, "a natureza do ridículo", também, defende Platão (1999a, p. 216)[38]. O riso era, então, no seu entender, uma reprodução prazerosa, expressa no corpo, visível a todos, de um defeito não visível, residente na alma.

> Portanto, quando nos rimos dos ridículos dos nossos amigos, o argumento declara que, misturando o prazer com a inveja, misturamos o prazer com a dor, porque reconhecemos precedentemente que a inveja é uma dor da alma e o riso um prazer, e que estas duas coisas coincidem nesta circunstância. (Platão, 1999a, p. 218)[39]

Como referido acima, o riso era, para ele, uma imagem visível de um defeito interno, intelectual e espiritual não visível. Porém, para o filósofo, não eram só aqueles que riam que eram defeituosos, mas também aqueles que eram objeto de riso, sendo vistos como "fracos e incapazes de se vingarem quando os outros fazem troça deles" (Platão, 1999a, p. 217)[40]. Segundo Platão, a imagem do riso, no contexto social e político, não era, jamais, aceitável, pois revelava alguém débil em vários campos, sobretudo no espiritual. A imagem política ideal recaía, na sua apreciação, naqueles que eram "fortes e capazes de se vingarem" e se apresentavam aos outros como pessoas "temíveis e inimigos" (Platão, 1999a, p. 217)[41].

> No caso dos que são fortes e capazes de se vingarem, julgarás muito acertadamente qualificando-os como temíveis e inimigos; porque, nos fortes, a ignorância é odiosa e vergonhosa uma vez que, quer por si mesma quer pelas suas imagens, é prejudicial aos vizinhos e, nos fracos, faz parte natural das coisas ridículas. (Platão, 1999a, p. 217)[42]

Tendo em mente tais princípios, não é seguramente de admirar que Platão – que viria a ser sinónimo de "verdade" no Ocidente – refira, n'*A República,* que "não é admissível que se representem homens dignos de consideração sob a ação do riso; e muito pior ainda, se se tratar de deuses" (Platão, 2017, p. 107)[43]. Um cânone que, entre muitos outros, estaria bem presente na mensagem religiosa medieval, que se viria a

[38] XXIX.
[39] XXIX.
[40] XXIX.
[41] XXIX.
[42] XXIX.
[43] 388e–389a.

propagar através da Igreja, e que, acima de tudo, seria uma parte importante do seu "ideal", imaginário, visual, que incutia também que ninguém deveria rir ou fazer outros rir. Este modelo, amplamente divulgado, tentou excluir o riso de todo o ambiente formal, religioso, institucional e político.

1.1.4. A proliferação de um recado limitador: "Cristo nunca riu!"

A proliferação dos ideias platónicos camuflados de ideais cristãos, por parte da Igreja, foi intitulada por Friedrich Nietzsche como um "mal-entendido" (Nietzsche, 1999, p. 388). Todavia, o foco estará, no presente documento, e em particular nos próximos parágrafos, apenas na "má compreensão" do riso. Para um mais amplo entendimento dessa realidade, é necessário tentar compreender primeiro como é que, nessa visão geral, todas as restantes emoções continuaram a ser percecionadas. Tenhamos então em atenção esse aspeto.

Se atribuirmos a Platão (ou melhor, aos seus ideais) a responsabilidade pela construção do *modelo* ocidental clássico, então, o ocidente será o *barro* e a Igreja o *modelador*. Porém, é certo que todo o modelador precisa de instrumentos para trabalhar, as suas mãos, responsáveis por levar o barro à forma e adicionar os respetivos condimentos à sua cozedura. Esses instrumentos foram, nesta linha de pensamento, os muitos homens que, sustentados nos ideais platónicos, quais funcionários proletários numa linha de produção, fizeram continuamente replicar o molde. Passados uns tempos podem até tê-lo alterado ligeiramente, como veremos em Tomás de Aquino, entre outros, ou como até mesmo aconteceu no período renascentista, mas não o mudaram totalmente, pois era um ideal que se apresentava – e que de certa forma ainda se apresenta, em alguns casos – muito inflexível, por vezes completamente inalterável, acerca de um ideal humano de "não sentir". Notemos com mais atenção parte dessa base.

> Como temos esperança na vida eterna, desprezamos as coisas da vida presente e até os prazeres da alma, tendo cada um de nós por mulher aquela que tomou conforme as leis estabelecidas por nós e com a finalidade de procriar filhos. Assim como o lavrador, jogada a semente na terra, espera a colheita e não continua semeando, do mesmo modo, para nós, a medida do desejo é a procriação de filhos. (Atenas, 1995, p. 161)[44]

Atenágoras de Atenas (que viveu entre 133 e 190 d.C.), profundamente influenciado pelos ideais platónicos, referira que o homem, ao relacionar-se com a sua esposa, deveria agir como um

[44] Ponto 33.

fazendeiro, o qual, desprendido de prazer, e apenas por obrigação, planta a sua semente na terra. Por sua vez, a mulher, simbolicamente a terra, deveria evidentemente também ela receber a sementeira despida de prazer. Como se verifica, aos olhos do autor, aquilo que estava errado não era a procriação, mas o prazer que acarretava esse ato. O ato de sentir deveria então, no seu entender, fazer parte não de um exercício voluntário, natural ao ser humano e à sua natureza, mas de uma obrigatoriedade maior – o cumprimento dos ideais do *Logos*, que o incentivavam à procriação. Podemos falar, pois, à data, de um regime de total submissão do *pathos*, dos sentidos, das emoções, à razão – a razão humana, platónica, que era tida como divina.

Mais tarde, os alicerces do pensamento religioso medieval também defenderiam naturalmente essa posição. Aurélio Ambrósio (340-397 d.C.), por exemplo, referiu que o prazer oriundo das paixões fazia parte do mundo da imperfeição, do mundo do pecado, e que, por isso, esses sentires deveriam ser completamente anulados. "Cuidado, ó homem, para não te curvares como os rebanhos, cuidado para não te curvares sobre o ventre, tanto no corpo quanto nas paixões" (Ambrósio, 2010, p. 231)[45], referiu. Nesse sentido, também Jerónimo de Estridão (347-420 d.C.) afirmou que o corpo humano, mortal, "ressalta a submissão do corpo aos vícios, às doenças, às paixões e, enfim, à morte" (Estridão, 2013, p. 67)[46], desconsiderando, deste modo, a natureza humana, sensível. Assim como Aurélio Ambrósio e Jerónimo de Estridão, também Agostinho de Hipona (354-430 d.C.) entendera igualmente que o ser humano deveria "extinguir as paixões que o degradam" e que "levam ao gozo das coisas inferiores" (Hipona, 2017, p. 62)[47], considerando o "sentir humano" como algo inferior. Na verdade, é em sintonia com tais pensamentos que, mais tarde, Gregório Magno (540-604 d.C.) entendeu igualmente que "deve ser posto como modelo de vida aquele que, morrendo a todas as paixões da carne, vive [apenas] espiritualmente" (Magno, 2014, pp. 51, 52)[48].

Se contássemos que um período de várias centenas de anos fosse suficiente para atenuar tal olhar sobre o campo das emoções, sairíamos desiludidos. Pois até mesmo René Descartes (1596-1650), baseando-se em Tomás de Aquino, Agostinho de Hipona e outros, afirmou que a alma mais forte é aquela que resiste às emoções, às paixões, enquanto a mais fraca é aquela que lhe cede (Descartes, 1983a, p. 236)[49]. Não aparenta haver, então, no seu entender, idealmente, espaço para algumas as emoções. Além disso, o pensador, ao proferir a famosa expressão "eu penso, logo existo"

[45] Sexto dia. Ponto 3.9.
[46] Primeiro livro. Ponto 25.
[47] Livro I. Ponto 24.
[48] Parte I. Capítulo 10.
[49] Artigo 48.

(Descartes, 1983b, p. 46)[50], concentra também toda a existência do ser humano não na sua capacidade de pensar e sentir, mas, de forma limitadora, apenas na de pensar, como explicara o neurocientista António Damásio (2003).

Sem dúvida que, à imagem de Platão, os "pensadores oficiais" do primeiro milénio, entre outros que surgiram mais adiante, projetaram todos eles um modelo construído para habitar unicamente no seu mundo ideal – "o mundo das ideias". Esta era uma visão tendenciosa sobre o campo do sensível que, obviamente, influenciou desde cedo a perspetiva de todos acerca do riso, condicionando-o. O riso, considerado por muitos como uma das maiores expressões públicas de um prazer voluntário, seria então, naturalmente, observado como algo menor, oriundo de um mundo inferior, doentio e terreno, conforme testemunharemos nos próximos parágrafos.

Taciano, o Sírio (que viveu entre 120 e 180 d.C.), referindo que as doenças têm origem nos demónios e que são os demónios que "agitam o estado do nosso corpo", acautelara todos: "se não puserdes fim ao vosso riso, sofrereis os mesmos castigos que os feiticeiros" (Taciano, 1995, p. 84)[51]. Porquê? Porque o riso, aspeto visível de uma doença na alma, refere o pensador e teólogo assírio, "são ataques de demónios" (p. 84)[52]. O riso era então considerado, à data, assim como as doenças, um ataque de demónios.

Mais tarde, também João Crisóstomo (que viveu entre 347 e 407 d.C.) abordara a questão do riso. Segundo Georges Minois (2003a, p. 130) foi ele "o mais ferrenho adversário do riso, dentre os pais da Igreja." Embora não saibamos o motivo, a verdade é que é do nosso conhecimento que o autor teve sérias "dificuldades em conseguir que os fiéis se privassem de rir nos seus sermões", como refere Irven Resnick (1987, p. 95). Talvez por isso tenha sido ele o primeiro a apontar que, segundo as escrituras, Cristo jamais rira, "mas frequentemente aparecia triste" (Crisóstomo, 2013a, p. 1065)[53]. Porque é que, então, deveriam os seus ouvintes de se rir nos seus sermões? – interrogava ele, indignado. Uma questão que viria a influenciar, e muito, os seus sucessores, responsáveis por interpretar e transmitir a "verdade" ao povo.

Para o arcebispo de Constantinopla, aquele que ria de algo ou de alguém em ambiente religioso, por cogitar na sua mente interpretações distorcidas da realidade, era seguramente alguém com defeito, grotesco. "Se te parecer que digo coisas incríveis e ridículas, tu é que te tornas grotesco, zombando do

[50] Quarta parte.
[51] Ponto 17.
[52] Ponto 17.
[53] Décima quinta homilia. Ponto 14.

que não merece riso (Crisóstomo, 2013b, p. 206)"[54], contestou o próprio. Embora o autor admita o uso bastante comedido do riso fora do ambiente formal, por exemplo, "quando vemos um amigo após muito tempo" (Crisóstomo, 2013a, p. 1066)[55], jamais o autorizara em ambientes ditos formais.

De facto, certamente que, a avaliar pelos seus sermões e pelas constantes repreensões dadas ao povo, o riso era algo que o incomodava muito profundamente. Aliás, era algo que, nas palavras de Georges Minois (2003a, p. 131), o colocava "literalmente fora de si", pois quanto mais ele tentava estancar o riso, mais o povo se ria dele. Embora pouco se fale da causa, podia muito bem tratar-se de alguma caraterística de oratória peculiar, como falar com uma voz nasalada, ou outro aspeto, desconhecido. Porém, o que se sabe é que o riso o irritava, e de que maneira, como veremos de seguida.

> No entanto, tu que és monge, ris, expandes o riso pelo rosto? Crucificado, revestido de luto, ris. Dize-me. Onde ouviste que Cristo agiu assim? Em parte alguma, mas frequentemente aparecia triste. Quando viu Jerusalém, chorou; e quando pensou no traidor, perturbou-se; e quando ia ressuscitar a Lázaro, lacrimejou; e tu ris? Se alguém não sente os pecados alheios, merece censura; quem pelos seus não tem dor alguma, mas ri, merece perdão? O tempo presente é de luto e aflição, de purificação e de servidão, de certame e de suores; e tu ris? (...). Mas talvez existam pessoas tão dissolutas e débeis, que se riam até desta repreensão, pelo fato de dizermos tais coisas a respeito do riso. Tal é a loucura, tal a demência que nem percebem uma repreensão.
>
> O sacerdote de Deus de pé oferece as preces; tu, porém, ris, desrespeitoso? Ele com tremor oferece por ti as preces, e tu desprezas? Não escutas a Escritura: Ai de vós, desprezadores? Não estremeces? Não te retrais? Ao entrares no palácio real, tu te ornas e compões, na veste, no aspeto, no andar etc.; aqui, contudo, é o verdadeiro palácio real, tal qual o celeste, e ainda ris? (...). Meu discurso é o mesmo às mulheres, que, na presença dos homens, não ousam fazê-lo, embora o façam, nem sempre, contudo, e sim no tempo de recreio; aqui, porém, sempre. Dize-me. Cobres a cabeça, e ris, ó mulher, sentada na igreja? Entraste para confessar os pecados, para te prostrares diante de Deus, para rogares e suplicares por causa dos delitos que cometeste, e o fazes rindo? Como poderás aplacar a Deus? (Crisóstomo, 2013a, pp. 1065, 1066)[56]

O riso deveria, segundo o autor, ser substituído pelo medo, pois era nesse sentir e nesse expressar que, de acordo com a sua opinião, se conseguia sustentar a fé. Utilizando o exemplo do riso de Sara, o autor referiu: "certamente o riso vinha da incredulidade, mas o medo originava-se da fé (...);

[54] Quarta homilia. Ponto 10.
[55] Décima quinta homilia. Ponto 14.
[56] Décima quinta homilia. Ponto 14.

eliminada a incredulidade, penetra a fé." (Crisóstomo, 2013a, p. 1130)[57]. Entusiasmada por João Crisóstomo, a perseguição e a castração do riso, nos ambientes formais, simplesmente continuaria a existir e a ser alimentada.

O monge Bento de Núrsia (que viveu entre 480 e 547 d.C.), que mais tarde ficou conhecido entre o povo como "São Bento", criou as intituladas *Regras Beneditas* [58], reiterando também ele o mesmo ponto de vista negativo sob a ação do riso, principalmente em homens ditos respeitáveis, os chamados "homens de Deus". No capítulo quatro, intitulado, "Quais são os instrumentos das boas obras" (Núrsia, 1992, p. 29), o autor menciona dois pontos fundamentais respeitantes ao riso: "não falar palavras vãs ou que só sirvam para provocar riso" e "não gostar do riso excessivo ou ruidoso"[59]. Estes pontos estão ao lado de, entre outros, por exemplo, "não matar", "sepultar os mortos" e "não odiar ninguém"[60] (pp. 29-33). Porém, as referências ao riso não se esgotam aqui. No capítulo seis, "Do silêncio" (p. 37), por exemplo, o autor afirma o seguinte: "quanto às brincadeiras, palavras ociosas e que provocam riso, condenamo-las em todos os lugares a uma eterna clausura"[61] (p. 39). Por outro lado, no capítulo sete, "Da humildade" (p. 39), o autor entende que o exercício dessa qualidade consiste, entre outros aspetos, "em que não seja o monge fácil e pronto ao riso"[62] (p. 47).

Conforme observámos até ao momento, a ação do riso em ambientes institucionais, religiosos, transparecendo a herança platónica, não era bem vista. O riso não fazia parte do ideal e estava restrito, pelo menos em teoria, somente ao âmbito não oficial, ao povo, ao reles. De uma forma geral, foi-se aceitando a "verdade" construída por João Crisóstomo de que Cristo, o maior dos modelos, jamais tenha rido. Essa ideia fez com que muitos passassem a acreditar que não só Cristo nunca teria rido, como também que nenhum dos considerados santos, as restantes figuras vistas à data por muitos como modelares, alguma vez o fizera.[63]

Se a grande figura modelar, Cristo, bem como aqueles que eram observados por muitos como seus sucessores, na comum interpretação quotidiana jamais riram, certamente, as restantes pessoas, ainda que não o fizessem durante todo o tempo, de acordo com a representação ideal – sobretudo num ambiente formal ou religioso, quando era esperado que dessem o seu melhor –, jamais o deveriam fazer. Uma conclusão óbvia, a qual teria ainda maior impacto para aqueles que resolvessem

[57] Vigésima terceira homilia. Ponto 10.
[58] Escritas no século VI d.C.
[59] Pontos 53 e 54.
[60] Ponto 3, 17 e 65.
[61] Ponto 8.
[62] Ponto 59.
[63] A esse respeito, Irven Resnick (1987, p. 97) referiu: "Christian tradition holds not only that Christ never laughed, but also that many of saints, although of joyful demeanor, never laughed. Among them one can point to Eugenius, St. Anthony, and St. Marin of Tour. Their humanity is not in doubt. It is not, then, because Christ is divinity incarnate that he does not laugh, for his sobriety is shared also by the saints and by pagan notables. His want of laughter, then, is not necessarily a mark of a docetic christology."

dedicar a sua vida ao chamado "serviço sagrado", que significava imitar essa "interpretação de Cristo" a tempo inteiro. Isto é, nunca deviam, jamais, rir. Para esses, como por exemplo os monges, o riso chegava mesmo a ser "motivo de castigo durante um período de duas semanas" (Resnick, 1987, p. 95)[64], o que revelava assim a sua perigosidade. O riso era à data visto como algo horrível, imagem de uma total falta de bom senso.

1.1.5. A brisa aristotélica e o riso: um problema para Igreja?

Embora Aristóteles (que viveu entre 384 a.C. e 322 a.C.) tenha seguido várias das ideias de Platão, seu mestre, no que diz respeito às emoções, às paixões, ao *pathos*, à capacidade de sentir e de expressar os sentidos, em parte, isso não acontece. Em oposição ao pensamento platónico, no qual as emoções são uma distração desnecessária, em Aristóteles têm valor intelectual e, quando aplicadas no momento certo, são oportunas. Funcionam como uma espécie de combustível interno que move o ser humano à ação, a *práxis.* O medo, por exemplo, leva ao movimento, e a piedade, à reflexão. Segundo o filósofo, uma grande parte das emoções, que estão connosco desde a infância, não devem ser anuladas, nem tampouco usadas em excesso, devem antes ser utilizadas com equilíbrio, no "meio termo"[65] (Aristóteles, 1991, p. 33), refere.[66]

Essa visão mais suavizada sobre a parte "sensível" do ser humano fez com que, obviamente, o conceito de Aristóteles fosse, em alguns aspetos, também mais suavizado quanto ao riso. Platão, em *Filebo,* afirmou, como vimos, que são os "fracos e incapazes" e não os "temíveis e inimigos" que se tornam objeto riso (Platão, 1999a, p. 217)[67], e, em sintonia com tal pensamento, também Aristóteles, na *Poética,* afirmou que aquilo que provoca o riso é a "imitação de homens inferiores", a exploração do "defeito", o uso da máscara "feia e disforme" (Aristóteles, 1987, p. 205)[68]. Embora em ambos os pensamentos o objeto de riso esteja no não-trágico, as suas significações são, em grande parte, diferentes, como referiu Verena Alberti (1999, pp. 47, 48). Para Aristóteles (1987) aquilo que provoca o riso está apenas associado à produção literária, sem consequências diretas para "o ser". Trata-se, por isso, de apenas uma "máscara" que cobre "o ser", indolor, que "não [tem expressão de] dor" (p. 205)[69] para o ser, como referiu. Já em Platão, como consequência daquilo que é a sua base de

[64] A tradução foi realizada pelo autor da tese.
[65] 1106b.
[66] No pensamento de Aristóteles (1991, p. 33) "a virtude diz respeito às paixões e ações em que o excesso é uma forma de erro, assim como a carência, ao passo que o meio-termo é uma forma de acerto digna de louvor; e acertar e ser louvada são características da virtude. Em conclusão, a virtude é uma espécie de mediania, já que, como vimos, ela põe a mira no meio-termo."
[67] XXIX.
[68] 1449a.
[69] 1449a.

pensamento, "o ser", aquilo que desperta o riso, tem consequências diretas no indivíduo, está associado à inveja. "Quando nos rimos (...) misturando o prazer com a inveja, misturamos o prazer com a dor", afirma Platão (1999a, p. 218)[70].

Essa "ligeireza" de Aristóteles quanto ao riso fica também evidente quando o filósofo, em *Partes dos Animas*, reflete sobre esse fenómeno, mencionando que "o ser humano é o único animal suscetível de ter cócegas", e que "esse facto deve-se, por um lado, à finura da pele, mas também por se tratar do único animal que ri" (Aristóteles, 2010, p. 135)[71]. Para o filósofo, não havia qualquer dúvida disso, reiterando no seu escrito a ideia de que: "o homem é o único animal que ri" (p. 136)[72]. Assim, por se tratar para ele de um facto biológico, primeiro, era indiscutível e não exigia maiores explicações, e depois, era somente natural e até saudável que o ser humano risse, pois, caso não o fizesse, estaria a comportar-se como algo não humano.

Apesar de a teoria de Aristóteles ser aparentemente mais razoável, acertada e em sintonia com aquilo que são as crenças de hoje acerca das emoções e do riso, a verdade é que o seu pensamento não esteve sintonizado com o Ocidente até ao século XIII (Russell, 2017). O facto das suas obras não estarem traduzidas para latim, as quais, por outro lado, já existiriam em árabe, foi sem dúvida um dos grandes motivos para a ausência prolongada do pensamento aristotélico no Ocidente. No entanto, com o surgimento dessas traduções e com a abertura da Igreja aos seus ensinamentos, primariamente por Albertus Magnus (1200-1280) e posteriormente por Tomás de Aquino (1225-1274), as suas teorias foram popularizadas no Ocidente. Contudo, é importante não esquecer que, numa Europa ligada a Platão, e com uma Igreja construída à sua imagem, durante tanto tempo, o molde platónico não iria simplesmente alterar-se. Iria, sim, acontecer o oposto. As doutrinas de Aristóteles foram ajustadas àquilo que era já o pensamento da Igreja.[73]

Ao dar-se essa ligação, certamente foi necessário limar grande parte dessa nova aragem intelectual, para que se pudesse encaixar no já estabelecido pensamento platónico, agostiniano. Algo que, seguramente, não terá sido de fácil resolução pois, enquanto para muitos, os conservadores, a filosofia de Aristóteles era um atentado à fé, para muitos outros era o ponto mais alto da sabedoria humana. Foi, sem dúvida, por isso, um período de intenso debate filosófico, no qual se questionaram

[70] XXIX.
[71] 673a.
[72] 673a.
[73] Andrade (2014, p. 187) refere: "no século XIII não apenas as obras de Aristóteles foram traduzidas, mas também os Comentários de pensadores árabes ou judeus. As consequências foram diversas, mas consistiam, sobretudo, na tensa relação entre a razão humana e a fé, e na assim denominada "doutrina da dupla verdade". Assim, para os agostinistas conservadores, a filosofia de Aristóteles era um perigo para a fé por insistir demais na autonomia da razão. Para outros, a filosofia de Aristóteles era o ápice do esforço intelectual humano. Assim, com a tradução das obras de Aristóteles e as obras de seus comentadores árabes ou judeus acirrou-se a tensa relação entre a razão humana e a fé. Coube, sobretudo, a Tomás de Aquino realizar a tarefa de uma tentativa de compatibilização entre Agostinho e Aristóteles."

inúmeras coisas, inclusive, o próprio riso.

Na verdade, é baseado nesse período histórico, de tensão filosófica e de discussão entre o pensamento humano e a fé, que Umberto Eco cria um reconhecido romance, publicado em 1980 e intitulado *O Nome da Rosa*. O enredo gira em torno do segundo livro da *Poética*, tido como o livro II de Aristóteles, no qual o filósofo se terá dedicado unicamente à comédia.[74] O autor coloca, frente a frente, os dois pontos de vista: o aristotélico, que vê o riso como um exercício sem mazelas para o ser, o qual é interpretado por uma personagem de nome Guilherme de Baskerville; e o platónico, agostiniano, conservador, que vê no riso a reprodução da própria mazela do ser, interpretado pela personagem Jorge de Burgos. A atmosfera envolvente, a biblioteca de um mosteiro, retrata o local onde residia o pensamento intelectual da época, na própria Igreja. A discussão é alimentada por argumentos variados, cada um deles sustentando o seu ponto de vista. A ação decorre em 1327.

Para Guilherme de Baskerville, que defende a perspetiva aristotélica, o riso é simplesmente um aspeto comum à natureza humana, como qualquer outro, e que, por isso, deve ser usado em favor da "mensagem religiosa", ou seja, nas suas palavras, como "um instrumento justo" (Eco, 2012, p. 180) contra os pagãos. Algo que, a seu ver, não era novo, pois já existiam relatos que comprovavam isso mesmo.

> E então vede que às vezes, para minar a falsa autoridade duma proposição absurda que repugna à razão, também o riso pode ser um instrumento justo. O riso serve amiúde também para confundir os maus e fazer refulgir sua estultice. Conta-se de São Mauro que os pagãos o puseram n'água fervente e ele queixou-se de que o banho estava muito frio; o governador pagão enfiou tolamente a mão n'água para verificar, e se queimou. Bela ação a do santo mártir que ridicularizou os inimigos da fé." (Eco, 2012, p. 180)

A visão mencionada é prontamente refutada por Jorge de Burgos, a quem Umberto Eco atribuiu a função de defesa da perspetiva mais conservadora, a platónica. Escarnecendo do raciocínio de Guilherme de Baskerville, Jorge de Burgos contesta: "Também nos episódios que os pregadores narram se encontram muitas lorotas. Um santo imerso em água fervente sofre por Cristo e contém seus gritos, não fica fazendo brincadeira de criança com os pagãos!" (p. 180). "Brincando com o riso me arrastastes a discursos vãos. Mas vós sabeis que Cristo não ria", conclui Jorge de Burgos, com "um gesto de fastio" (p. 180).

Mais adiante, muito perto do fim do romance, Guilherme de Baskerville, perspicaz, apercebendo-

[74] Embora a obra não tenha perdurado até aos nossos dias, a sua existência é atestada por referências que o próprio Aristóteles fez em outras das suas obras: uma na *Poética* e duas na *Retórica* (Alberti, 1999, p. 78).

se do temor de Jorge de Burgos – que tinha, de forma criminosa, escondido o livro de Aristóteles acerca do riso –, questiona-o: "Porque quiseste proteger este livro mais que tantos outros?" (p. 545). Surpreendente, a sua resposta direciona o nosso olhar não para a respetiva teoria em particular, mas para o teórico e a sua obra no geral: "Porque era do Filósofo. Cada livro daquele homem destruiu uma parte da sabedoria que a cristandade acumulara no correr dos séculos." (p. 545), refere indignado Jorge de Burgos. Insistente, Guilherme de Baskerville questiona-o novamente: "Mas o que te assustou nesse discurso sobre o riso? Não eliminas o riso eliminando o livro" (p. 546). Finalmente, Umberto Eco exprime a conceção que a Igreja formou durante vários séculos acerca do riso, na voz de Jorge de Burgos, que então responde:

> O riso é a fraqueza, a corrupção, a insipidez de nossa carne. É o folguedo para o camponês, a licença para o embriagado, mesmo a igreja em sua sabedoria concedeu o momento da festa, do carnaval, da feira, essa ejaculação diurna que descarrega os humores e retém de outros desejos e de outras ambições... Mas desse modo o riso permanece coisa vil, defesa para os simples, mistério dessacralizado para a plebe. Dizia-o também o apóstolo, antes do que abrasar, casai-vos. Antes do que rebelar-se contra a ordem desejada por Deus, ride e deleitai-vos com vossas imundas paródias da ordem, no fim do pasto, após terdes esvaziado os cântaros e os frascos. Elegei o rei dos tolos, perdei-vos na liturgia do asno e do porco, representai as vossas saturnais de cabeça para baixo... Mas aqui, aqui..." Jorge batia agora o dedo em cima da mesa, perto do livro que Guilherme tinha diante de si, "aqui a função do riso é invertida, elevada à arte, abrem-se-lhe as portas do mundo dos doutos. Faz-se dele objeto de filosofia, e de pérfida teologia... Tu viste ontem como os simples podem conceber, e pôr em prática, as mais túrbidas heresias, desconhecendo quer as leis de Deus quer as leis da natureza. Mas a igreja pode suportar a heresia dos simples, que se condenam sozinhos, arruinados por sua ignorância. O inculto desatino de Dulcino e de seus pares nunca porá em crise a ordem divina. Pregará a violência e morrerá pela violência, não deixará traço, consumir-se-á do modo como se consome o carnaval, e não importa se durante a festa produzir-se-á na terra, e por pouco tempo, a epifania do mundo ao avesso. Basta que o gesto não se transforme em desígnio, que este vulgar não encontre um latim que o traduza. O riso libera o aldeão do medo do diabo, porque na festa dos tolos também o diabo aparece pobre e tolo, portanto controlável. Mas este livro poderia ensinar que se libertar do medo do diabo é sabedoria. Quando ri, enquanto o vinho borbulha em sua garganta, o aldeão sente-se patrão, porque inverteu as relações de senhoria: mas este livro poderia ensinar aos doutos os artifícios argutos, e desde então ilustres, com que legitimar a inversão. Então seria transformado em operação do intelecto aquilo que no gesto irrefletido do aldeão é ainda e afortunadamente operação do ventre. Que o riso é próprio do homem é sinal do nosso limite de pecadores. Mas deste livro quantas mentes corrompidas como a tua tirariam o silogismo

> extremo, pelo qual o riso é a finalidade do homem! O riso distrai, por alguns instantes, o aldeão do medo. (Eco, 2012, pp. 546, 547)

Como notamos, o riso era interpretado como símbolo da fraqueza, equiparado a uma "ejaculação diurna" (p. 546). E, aos olhos de Jorge de Burgos, tal como acontece no ato sexual, em que o indivíduo consegue momentaneamente esquecer tudo o que o rodeia, algo semelhante acontece com aqueles que, por breves segundos, cedem à ação do riso: "o riso distrai, por alguns instantes, o aldeão do medo" (p. 547), referiu.

O riso tornou-se, com o tempo, para a Igreja, uma imagem lasciva, libertina e carnal, retrato de quem publicamente se saciava com um prazer que lhe era acessível, mas que não lhe era devido, um reflexo do louco – daquele que, por breves segundos de prazer carnal, colocava em causa o seu eterno gozo divino. Embora o riso fosse, para Jorge de Burgos, um aspeto inato da natureza pecaminosa do ser humano, "sinal do nosso limite de pecadores" (p. 547), o seu grande temor era outro, que o riso se tornasse, como ele próprio refere, "a finalidade do homem" (p. 547). Certamente, entendemos que não era apenas ao riso em si que o autor se referia, mas também a toda a sua carga simbólica negativa.

Como é evidente, muitas das ideias de Aristóteles, inclusive algumas das que diziam respeito ao riso, não "colaram" no à data já bastante sólido modelo religioso platónico. A mudança gradual que sobreveio aquando da introdução dos "novos" pilares aristotélicos na catequese clássica, reedificados por meio do trabalho de, sobretudo, Tomás de Aquino, assemelha-se, em alguns aspetos, àquela que, inúmeros anos antes, através dos escritos de Agostinho de Hipona, tinha acontecido, sustentada nos muitos saberes de Platão. Mais tarde, como importa igualmente não esquecer, numa espécie de "versão 3.0", esses mesmos pilares foram de novo em parte renovados, por diversos pensadores, entre eles Teilhard de Chardin (1881-1955), quando este se aproximou das ideias evolucionistas.

1.1.6. O rei palhaço, o poder, o *risus* e o *subrisus*

A par da realidade exposta por Umberto Eco, no século XII[75] encontramos, por breves momentos, no palco social, uma realidade diferente daquela que até então se fizera sentir, onde uma distinta e bem-disposta figura "oficializada" fazia parte de um "novo" ambiente quotidiano. Por exemplo, nas crónicas inglesas dessa época, numerosos textos apontam para um muito distinto *topos*, o *rex facetus*, o rei cómico, o rei palhaço, que teve como figura modelo Henrique II (1133-1189). Curiosamente, para além

[75] Cerca de dois séculos antes do período que Umberto Eco propôs para o desenrolar da sua obra. Porém, esse momento histórico – ao qual aqui no referiremos – envolveu um espaço de tempo longo, com certamente mais de dois séculos.

de reger, essa figura reinante aparentava ter também uma outra "obrigatoriedade": a de fazer piadas e de entreter o povo. Esse foi um muito curto e distinto período histórico em que, segundo o historiador Jacques Le Goff (2000, p. 71) "percebe-se até que o riso estava quase se tornando um instrumento de governo ou, de qualquer modo, uma imagem de poder".

De facto, foi provavelmente inspirado por essa nova vaga do saber (aristotélico) que Francisco de Assis (1182-1226), que se viria a tornar um dos pilares da filosofia renascentista, orientou "os seus frades a apresentarem-se de rosto sorridente" (Nascimento, 2015, p. 38). Esse pensamento era realmente muito inovador e distinto para a época. Porém, é muito provável que os seus ouvintes tenham levado demasiado a peito as suas palavras, já que, por volta de 1220, "alguns frades se entregavam a autênticas paradas de riso que pareciam autênticos desconchavos e causavam escândalo" (p. 38). Assim, "talvez porque teve consciência da sua fragilidade, o homem medieval tentou evitar juízos de aprovação do riso, pelo que *risus* se converteu em *subrisus,* que era basicamente 'rir às escondidas', assumindo depois uma forma mais elegante e discreta de acolher e partilhar a alegria, *sonrrisar"* (p. 38), como refere o autor.

Será então plausível referir que o sorriso pode ser uma das "criações" da Idade Média? No entender do historiador e especialista em Idade Média Jacques Le Goff, essa é, sem dúvida, uma possibilidade. Notemos a sua cuidadosa justificação:

> O grego possui duas palavras derivadas da mesma raiz: *gélân* e *katagêlan*. *Gélân* é o riso natural e *katagélân*, o riso malicioso. Acho que os esforços do pensamento medieval para distinguir o riso bom do mau apenas dão continuidade a essa separação. O latim só possuía *risus;* o grego possuía uma palavra para sorriso. O latim teve muita dificuldade em formar tal palavra, *subrisus,* e ela foi assimilada com esforço; por muito tempo *subrisus* não significou "sorriso" e sim "riso à socapa", "riso furtivo". Só se tornou "sorriso" após uma clara mudança de valores e comportamentos — talvez no século XII? Me pergunto se sorrir não é uma das criações da Idade Média. (Goff, 2000, pp. 76, 77)

Assumindo essa possibilidade, o riso parece ter ficado não só enclausurado dentro do *passio* (um expressar de sofrimento), como também dentro do *risus* (um expressar de prazer malicioso). Pobre riso, que não teve vida fácil, nem mesmo dentro da própria linguística. Porém, sobre o sorriso, como verificámos, parece ter caído uma espécie de "aprovação religiosa" naquela que foi a interpretação medieval, tornando-se a imagem ideal para expressar o prazer considerado sadio, aceitável. Ao que aparenta, o sorriso era, assim, a imagem mais usual para transmitir uma felicidade oriunda dos valores tidos como certos (prolongada no espaço temporal, fruto do aplicar das leis), enquanto o riso era

considerado a imagem de um prazer visto como incorreto (efémero, puramente corpóreo).

No entanto, embora o *subrisus* tenha sido definido, nesse período, como uma imagem do prazer aceitável, nem mesmo esse resistiu totalmente à luz – ou melhor, à sombra – platónica que, não muito tempo depois, viria de novo a prosperar. Notemos o exemplo do sorriso do "anjo" da Catedral de Reims, já destacado, que deve datar de 1240, mas que foi totalmente "invisível" para os historiadores de arte até ao ano de 1906 (Nascimento, 2015, p. 39).

Mais tarde, também René Descartes (1596-1650) que, como já referido, foi profundamente influenciado pelos seus antecessores, privilegiando o mundo das ideias em detrimento do mundo dos sentidos, isto é, o *subrisus* ao invés do *risus,* afirmou que "a alegria procedente do bem é séria, ao passo que a procedente do mal é acompanhada de riso e zombaria" (Descartes, 1983a, p. 243)[76]. Este pensamento estava em total sintonia com, entre muitos outros, o do seu contemporâneo padre António Vieira (1608-1697), que compreendeu, a certa altura, que rir é apenas uma outra forma de chorar.

> Confesso que a primeira propriedade do riso é o risível; e digo que a maior impropriedade da razão é o riso. O riso é o sinal do racional; o pranto é o uso da razão. (...). Quem conhece verdadeiramente o mundo, precisamente há-de chorar; e quem ri, ou não chora, não o conhece.
>
> O que é este mundo senão um mapa universal de misérias, de trabalhos, de perigos, de desgraças e de mortes? E à vista deste teatro imenso, tão trágico, tão lamentável, (...), que homem haverá (se acaso é homem) que não chore? Se não chora, mostra que não é racional, e se ri, mostra que também as feras são capazes de rir. (...).
>
> Há chorar com lágrimas, chorar sem lágrimas e ainda chorar com riso: chorar com lágrimas é sinal de dor moderada; chorar sem lágrimas é sinal de maior dor; e chorar com riso é sinal de dor suprema e excessiva. (...).
>
> A dor moderada solta as lágrimas, a grande dor as enxuga e seca. (...).
>
> Não se ria Demócrito como contente, ria como ferido. (...).
>
> Heraclito chorava com os olhos; Demócrito chorava com a boca; o pranto dos olhos é mais fino; o da boca mais mordaz (...). (Vieira, 1710, pp. 212-218)[77]

Rir ou chorar, no modelo clássico platónico, significa, como já vimos, experimentar o mundo dos sentidos, o qual, nesse entender, apenas podia ser proporcionado pela parte emocional do ser humano, o *pathos*. Rir, tendo em mente essa "verdade", como referiu o padre António Vieira, era

[76] Artigo 62.

[77] Cada parágrafo representa, por ordem, um pequeno excerto dos seguintes pontos: 216, 217, 223, 225, 226 e 227. A adaptação do texto, para o português da atualidade, foi realizada pelo autor da tese.

apenas uma outra forma de chorar, de experimentar o mundo dos sentidos, doentio e nocivo. Todavia, embora o choro fizesse parte do *pathos,* acabou por ganhar, com a narrativa da Igreja centrada na melancolia (e não só), uma plumagem de *logos*. "O riso é o sinal do racional; o pranto é o uso da razão" (p. 212)[78], referiu o escritor. Vivenciar as baixezas do mundo através da dita razão, seria algo que, no seu entender, não poderia proporcionar outro expressar emocional que não um infindável pranto. Com efeito, esse era, sem dúvida, à data, o ideal que a Igreja promovia entre os seus súbditos: alguém incapaz de obter prazer neste mundo, ou seja, alguém idealmente incapaz de rir.

> Em suma, o riso, pela transgressão que representa, e os seus agentes (em termos pessoais ou profissionais) inseriam-se, na sociedade medieval, num espaço de fronteira ou mesmo marginal, ou excêntrico, em sentido etimológico, até pela ligação do riso ao prazer. E o prazer era condenado enquanto pecado (gula, luxúria). Tal como era punida a heresia. Considerando que, segundo a ordem socio-moral e teológica vigente, a travessa terrestre da existência humana era uma preparação para o além, toda a transgressão (física ou moral) era condenada. (Alpalhão, 2015, p. 168)

1.1.7. O espaço oficioso do riso (renascentista, mas não só)

Tendo em conta todos os métodos já analisados para anular o riso, significava isso, então, que de um modo geral, no passado, as pessoas andavam continuamente com uma cara séria? Não. Certamente que não. O ser humano ria, naturalmente. Segundo Norbert Elias (1994, p. 198), as pessoas não só não andavam "sempre de cara feia", como até mesmo "os instintos, as emoções, eram liberados de forma mais livre, mais direta, mais aberta". Em sintonia com tal pensamento, também Mikhail Bakhtin (1987, p. 83) refere que "os homens da Idade Média participavam igualmente de duas vidas: a oficial e a carnavalesca, e de dois aspetos do mundo: um piedoso e sério, o outro, cômico. Esses dois aspetos coexistiam na sua consciência". Falamos, portanto, de um modelo que teve maior ou menor influência e não de uma caraterística biológica que possa ter caracterizado o ser humano de uma determinada época.

As próprias obras de François Rabelais, numa ocasião em que, na França, chocavam duas correntes renascentistas, "o realismo gótico e o idealismo das civilizações mediterrâneas" (Carvalho, 1931, p. 21), são um notável exemplo dessa necessidade do ser humano de encontrar motivos para se rir. Segundo Ronald de Carvalho (1931, p. 21), "o génio de Rabelais fundiu esses dois elementos, rindo-se das

[78] Ponto 216.

asperezas de um e dos refinamentos pretensiosos do outro."[79] Este aparenta por isso ser um riso singular, vigoroso, oriundo da união do numeroso e submisso povo contra as pequenas e soberbas elites.

> O riso de Rabelais nutre-se da tolerância e da piedade. É o riso de uma raça. De um povo que inventou duas armas invencíveis: o heroísmo distraído da Pucella de Ofleans e o ridículo numeroso de Gargantua, que corrige o entusiasmo e imprime à epopeia uma inocente castidade.
>
> O riso de Rabelais não tem a perversidade florentina do Decameron, nem a elegância geométrica de Luciano, nem a mordacidade cruel de Swift. Não é um riso do homem de letras. É o riso do homem. Do homem que vence a realidade pela disciplina da alegria. (Carvalho, 1931, pp. 59, 60)[80]

Como notamos, de acordo com Ronald de Carvalho (1931), não se tratava de um riso do "homem das letras", de um riso das elites, mas sim, simplesmente, de um riso – de um riso do homem e da mulher comuns. Na época de Rabelais, contudo, o riso não era algo oficial, era sempre oficioso – do comum popular, do até considerado reles. Tal facto fez com que a sua obra fosse condenada ao Index – uma lista de obras proibidas pela Igreja Católica – em 1564. Um pouco mais tarde, em 1587, o padre J. Benedicti referiu mesmo que deveriam ser excomungados todos aqueles que lessem as obras do escritor (Minois, 2003b, p. 277).

Enquanto, do ponto de vista oficial, o riso era tido como uma impureza, do ponto de vista não oficial, do comum cidadão, era tido como um ato de ousadia, coragem e, acima de tudo, muitas vezes, de condenação das próprias elites e do próprio modelo religioso instituído, segundo o qual as pessoas deviam ser desprovidas do expressar emocional e – idealmente – impedidas de rir. Esta era, portanto, aparentemente, uma crítica verdadeira disfarçada de falsa loucura. O riso da Renascença pode, então, dessa forma, ser equiparado a alguém que se despe em público, não porque seja totalmente louco, mas porque entende que a sua atitude, pela maioria interpretada como um ato de demência, atinge uma minoria que sabe que ele não é assim tão louco. Como referiu Georges Minois (2003b, p. 277) "não é de surpreender que Rabelais tenha sido, desde o século XVI, equiparado a Luciano pelos agelastas[81] de qualquer espécie, protestantes ou católicos." Porquê? Porque, "sob o pretexto de fazer rir, ele ataca". A sua arte – a arte de fazer rir – era para ele a sua maior arma contra o sistema, contra o poder instituído.

Importante será referir que, embora o clima de euforia renascentista influenciasse a religião, não alterou o ideal religioso, o qual continuava desprovido de emoções. Porém, não alterando o ideal,

[79] A adaptação do texto, para o português da atualidade, foi realizada pelo autor da tese.
[80] A adaptação do texto, para o português da atualidade, foi realizada pelo autor da tese.
[81] Agelasta é aquele que não ri ou que não mostra qualquer sentido de humor.

alterava certamente a forma de olhar para ele, menos centrada na melancolia. Um pouco antes e durante o Renascimento, o riso tornou-se mais comum no quotidiano em alguns locais, e esse clima, embora não influenciasse o modelo religioso medieval – criado na Patrística e que se apresentava já sólido desde, mais ou menos, o século IV – daria certamente início ao conceber de um outro modelo, que mais tarde se viria a tornar o oficial.

Aquilo que até ao presente momento analisámos foi somente a conceção e o alimentar de um ideal, o qual habitava um mundo certamente inexistente, imaginário. Porém, durante muito tempo, foi essa a bitola – um imaginário inacessível ao ser humano. Um imaginário em que, idealmente, a humanidade não ria. O riso estava, então, na interpretação social, idealmente ausente dos vários ambientes em que aquilo que deveria ser exibido era o melhor de cada um, ou seja, ausente dos ambientes religiosos, oficiais e institucionais, conforme já mencionámos. O riso também não deveria ser encontrado nas respetivas figuras modelares que preenchiam tais espaços, como padres, oficiais, líderes governamentais, entre outros. Claro que o riso existiu nesse período, muito embora, como afirmou Mikhail Bakhtin (1987, p. 81), "ninguém conseguiu jamais torná-lo inteiramente oficial", e esse é, de facto, o destaque. O riso, devido à conceção do ideal clássico, foi, durante muito tempo, uma atitude marginal. Só o comum dos mortais, o reles e o inferior, ria, e nunca, jamais, os líderes o deviam fazer.

> Ao contrário do riso, a seriedade medieval estava impregnada interiormente por elementos de medo, de fraqueza, de docilidade, de resignação, de mentira, de hipocrisia ou então de violência, intimidação, ameaças e interdições. Na boca do poder, a seriedade visava intimidar, exigia e proibia; na dos súditos, pelo contrário, tremia, submetia-se, louvava, abençoava. Por essa razão ela suscitava a desconfiança do povo. Era o tom oficial, e era tratado como tudo que fosse oficial. A seriedade oprimia, aterrorizava, acorrentava; mentia e distorcia; era avara e magra. (Bakhtin, 1987, p. 81)

De acordo com a versão oficial, aquele que representava o poder, no seu exercício, jamais se deveria rir, pois, nesse momento, o sujeito representava não o ser humano e as suas características de sujeição e imperfeição, mas os "deuses" e aquilo que se acreditava que eram as suas características de legislação e perfeição. Assim, muitas vezes certamente sem se aperceberem, interpretavam um imaginário que, embora distante no tempo, se sustentava na mitologia grega, nas longínquas crenças egípcias, no ideal platónico, numa realidade distante do ser humano e da própria natureza, onde não existia riso. Aos demais, os subordinados, restava-lhes interpretar a outra faceta do modelo, baseada nas suas crenças religiosas,

contemplando com bons olhos a sujeição à injustiça, tendo em vista o vindouro e eterno gozo divino.

O riso, recordemos, no entender de Platão (1999a, p. 217)[82] e Aristóteles (1987, p. 205)[83], a base maior – pelo menos em teoria – do modelo clássico, apenas pode ter origem em algo que não é temível, nem doloroso, ou seja, naquilo que não é trágico. Tendo tal princípio como ponto de partida, recordemos agora como também o intitulado "Imaginário Cristão" – uma variável apenas dentro do trágico – se distancia o mais possível do riso e do risível. E, atenção, pois referimo-nos a um modelo trágico que não apenas foi enaltecido para ser admirado, mas que, sobretudo, foi engrandecido para ser imitado por todos (Murphy, 2003a, p. 919)[84]. Na verdade, o que esse modelo promoveu, desde bem cedo, não foi um sentir voluntário, mas, curiosamente, um "não sentir", um sentir forçado. Um sentir ao qual, muitos, por rejeitarem sentir o mundo, foram pelo próprio mundo sujeitos a sentir – o sofrimento. Analisemos então com particular atenção parte desse conhecido e público imaginário religioso.

Primariamente, o *Ecce Homo,* sujeito à humanidade e tendo em vista o vindouro gozo divino, em nome do *Logos,* da razão, sujeita-se a um sentir forçado e, por isso, apresenta-se sempre com um rosto de sofrimento, melancolia e choro, como retrata (na "Figura 1") a pintura de Antonello da Messina. Posteriormente, tendo já a humanidade sujeita a si, o *Pantokrátor*, a autoridade, a razão, tendo em vista a vingança, apresenta-se ao povo com um rosto malévolo, como retrata (na "Figura 1") o mosaico de Meister von Daphni. No imaginário clássico parece apenas haver dois rostos oficiais: um com "cara de sofrimento" e outro com "cara de mau" – pronto para se vingar dos causadores de seu sofrimento, da sua tristeza. Todos os restantes rostos, de expressões positivas, aparentam ser oficiosos.

Na verdade, ao contrário do sorriso, que acabou por encontrar um espaço, ainda que muito discreto, de acordo com o "ideal", o riso jamais pertenceu ao chamado "belo clássico", uma beleza sustentada nos ideais helénicos, moldada por Platão e muito influenciada pela parte melancólica da intitulada narrativa cristã. Assim sendo, tendo em mente a palavra belo – originária do grego "estar na hora", "estar no ponto" – podemos seguramente afirmar que, nesse período, não estava na hora de interpretar o riso, independentemente da hora. O riso era apenas uma das muitas representações gráficas que não tinha lugar no imaginário católico, oficial, e que, por esse motivo, pertencia apenas ao imaginário considerado pagão, grotesco, mundano. Estava completamente fora do regime oficial de poder.

Nesse sentido, no seu dia-a-dia, as pessoas ao que parece teriam não só de mostrar ter "a razão", que era à data, por quem regia, considerado ser católico, mas também de a exibirem constantemente a outros, ou

[82] XXIX.
[83] 1449a.
[84] Segundo F. X. Murphy (2003a, p. 919), em *New Catholic Encyclopedia*, "the *passio* was used by the APOLOGISTS as a subsidiary proof of the divine origin of the Christian religion; but its specific purpose was to encourage Christians to honor and imitate the martyrs."

seja, entre outras coisas, de sujeitarem ininterruptamente o seu rosto ao regime do belo que se fazia sentir (que, como já aludido, nesse período, estava intimamente relacionado com a tristeza, o sofrimento, etc.).

Ainda que não relacionado diretamente com o riso, mas intimamente relacionado com a razão visual, o que aconteceu com Hieronymus Bosch parece ilustrar o que poderia acontecer com alguém dado a muito riso – alguém disposto a, na sua interpretação quotidiana, quebrar com regularidade as regras sociais e visíveis do belo. Nas palavras do diretor adjunto do Museu Nacional de Arte Antiga, José Carvalho, "Bosch não era mais do que um pintor muito católico e temeroso da morte, um bom cristão que pintava temas místicos com uma força expressiva inigualável"[85]. Porém, no entender de António Filipe Pimentel, diretor do museu, o facto de Bosch apenas ser e não parecer, de pintar mais que o ser humano por fora (a sua rigidez), mostrando também o ser humano por dentro (os seus medos), fez com que fosse considerado suspeito e julgado pela Inquisição (encontrando depois refúgio no Rei Filipe II)[86]. Nesse sentido, o riso, todo ele, quais pinturas de Hieronymus Bosch, embora existisse, estava completamente fora do regime de belo, fora do interpretar da razão, e, por isso, não era bem visto aos olhos de quem definia esse mesmo conceito. O riso era, sem dúvida, considerado um elemento heterodoxo.



Figura 1: O rosto no ideal clássico é uma variável apenas entre o "sentir forçado" e o "não sentir", a "cara triste" e a "cara de mau"

Da esquerda para a direita: um recorte de *Ecce Homo*, um fresco de Antonello da Messina (1473, 48,5x38cm, Collegio Alberoni, Piacenza, Itália). Fonte (acedido a 12/12/19): https://www.wikiart.org/en/antonello-da-messina/ecce-homo & um recorte de *Christus Pantokrator*, parte do mosaico de Meister von Daphni (cerca de 1100, Igreja de Daphni, Istambul, Turquia). Fonte (acedido a 12/12/19): https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Meister_von_Daphni_002.jpg

Embora o riso sempre tenha existido onde existe humanidade, pois trata-se de uma das

[85] Fonte (acedido a 09/12/2019): https://visao.sapo.pt/cultura/2016-06-05-O-enigma-Bosch/
[86] Fonte (acedido a 09/12/2019): https://www.rtp.pt/play/p3922/e312186/raizes

características inatas do ser humano, como vimos, a total ausência dessa expressão naquele que era interpretado como o modelo a seguir, o modelo religioso, teve obviamente reproduções no palco social – é o peso de *um pensamento* sobre a sociedade.

> No mundo da Antiguidade, ria-se às gargalhadas no Olimpo e na terra, ouvindo Aristófanes e suas comédias, ria-se às gargalhadas até Luciano. Desde o século IV, os homens deixaram de rir, e começaram a chorar sem parar e pesadas correntes se apoderaram do espírito entre as lamentações e os remorsos de consciência. Assim que a febre de crueldade começou a diminuir, as pessoas se puseram de novo a rir. (...). Ninguém ri na igreja, no palácio real, na guerra, diante do chefe do escritório, o comissário de polícia, o intendente alemão. Os servos domésticos não têm o direito de sorrir na presença do senhor. Só os iguais riem entre si. Se as pessoas inferiores forem autorizadas a rir diante de seus superiores ou se não puderem refrear o riso pode-se dizer adeus a todos os respeitos devidos à hierarquia. (Bakhtin, 1987, p. 80 nota 34)[87]

Embora o homem e a mulher medievais também tivessem rido, sim. Sem dúvida que o "peso pesado" da melancolia foi obviamente sentido, com maior ou menor intensidade, dependendo da própria interpretação da sociedade sobre a mesma. E, em sintonia com tal reflexão, segundo McGuire (2003, p. 752), em *New Catholic Encyclopedia,* foi nesse mesmo período, no século IV, que os crentes na Igreja "se tornaram cada vez mais numerosos e conscientes da sua própria crença e prestígio, no espaço social e religioso"[88]. Com efeito, no que diz respeito ao riso, essa não foi com certeza uma mera coincidência. Ainda que o modelo religioso medieval não tenha sido capaz de controlar todas as emoções, como referiu Norbet Elias (1994, p. 198), o ser humano, fundamentado nele, esforçou-se em conseguir atingir esse objetivo. Movido pelo seu interpretar da razão, criou ambientes verdadeiramente inóspitos para a ação do riso – quer sociais, quer locais, quer institucionais – que se prolongam até hoje.

> Pensemos em todos os vitrais, estátuas e mosaicos que aí vemos. E a imagem mais usual de Jesus na Igreja Católica será porventura aquela em que está suspenso na cruz. Até as imagens de Jesus *após* a Ressurreição o apresenta com ar sério.
>
> A imagética de algumas igrejas protestantes é, muitas vezes, semelhante. Não poucas têm uma janela de vitral onde está representado um Jesus de rosto soturno com as mãos postas em

[87] Uma citação de uma citação: A, Herzen, *Sobre a arte*, ed. "Iskousstvo", Moscou, 1954, p. 223.
[88] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

> oração no Jardim de Getsémani, tema que dificilmente se poderá considerar alegre. O mesmo sucede nas igrejas católicas, com Cristo pregado na cruz. Alguma vez sorriu? A avaliar pela imagética mencionada, não. (Martin, 2012, p. 179)

Trata-se, em parte, de um imaginário melancólico que a Igreja passou a alimentar, durante muito tempo, traduzido pelas imagens de Cristo sob um rosto de martírio, submetido às *Arma Christi.* Mas não apenas isso. Algo que também contribuiu para o alimentar da desumanização da figura-modelo foi, até hoje, a sua recorrente representação no espaço bidimensional, presente nos vitrais e em muitas das figuras religiosas. Esse imaginário ignora, de forma geral, não apenas o período renascentista, mas também a "descoberta" da tridimensionalidade por Filippo Brunelleschi. Trata-se, praticamente sempre, de um ideal bidimensional, para ser interpretado como um ser sobrenatural, despido das muitas singularidades humanas.

Uma interpretação rígida de uma razão visual que, com várias facetas, nos nossos dias, não só atravessa as mais variadas "denominações religiosas e mesmo diferentes credos" (Martin, 2012, p. 16), como também as muitas e distintas instituições empresariais. Com efeito, em muitos locais o "não-riso" continua a existir como sinónimo de poder, razão e sucesso. Porém, é bom relembrar que tudo tem um "porquê", inclusive a própria perseguição da Igreja – e não só da Igreja – ao expressar do riso. Notemos qual.

Na Grécia Antiga, com o aparecimento da comédia, quase tudo o que fazia rir não se sustentava nos padrões de moral promovidos pelos Judeus. E assim continuou, durante muito tempo, aplicando-se depois também à moral defendida por quase todos os credos ditos cristãos. Basta simplesmente relembrar a origem da palavra comédia – do grego *Komos* (Gomes, 2012, p. 58) – para "compreender" essa repulsa pelo riso. *Komos* era uma divindade que personificava os festejos e as orgias da Grécia Antiga, essas acompanhadas sempre de bastante álcool, loucura e, também, muito riso estridente. Isso fez com que, primariamente, a Igreja repudiasse apenas o estímulo desse "riso mau", porém, depois, com o tempo, a Igreja passou a repudiar também todo o tipo riso – independentemente daquilo que estivesse na sua origem.

Esse comportamento, ironicamente, pode fazer lembrar o de Herodes, o Rei, que ao sentir-se ameaçado pela proclamação de um novo rei que acabava de nascer, decidiu matá-lo, porém, com receio de falhar, tentou matar todas as crianças que existiam. Qual *Massacre dos Inocentes,* espelhado no fresco de

Giotto di Bondone[89], a luz platónica, acolhida pela Igreja, tentou também assassinar, à luz do seu "ideal", todas as expressões voluntárias, isto é, todas as manifestações de prazer, e, obviamente, a mais visível de todas, o riso. A Igreja, de uma forma geral, esforçou-se em castrar não apenas os considerados maus risos, em sintonia com o seu código de conduta, mas todos os risos. E fê-lo não apenas sob seu regime de poder, mas também sob a sua própria definição de emoção, do latim *passio,* sofrer. Uma definição (ou melhor, inquisição) que, naturalmente, excluiu o riso, que é, nas palavras de Margaret Mead (1979, p. 121) "a expressão emocional mais distintiva do ser humano"[90].

1.1.8. Fato, gravata e uma "cara de mau". Está vivo o ideal platónico?

Nos nossos dias, referir que alguém está com uma "cara de polícia", "de patrão", "de chefe", "de professor", continua muitas vezes a ser sinónimo de alguém que está com uma cara austera, arrogante, temível e inimiga. A autoridade, em muitas instituições, é ainda sinónimo de um absoluto não-riso. Essa herança é, também ela, profundamente platónica. Tenhamos em mente que Platão, entre inúmeras outras ideias que alimentam esse conceito, defendeu que "[a alma] que maior número de verdades tenha contemplado, está destinada a implantar-se no sémen de onde se gerará um filósofo" (Platão, 1981, p. 74)[91], aquele que era, no seu entender, o mais sábio dos seres que ocupavam a terra, e que, pela sua imensa sabedoria, veriam também o ato de rir com total desprezo (Platão, 2017, p. 319)[92].

Hoje, da mesma forma, muitos parecem ser aqueles que, atiçados por Patão – e talvez muitos deles sem se aperceberem –, aparentam crer que o conhecimento que se adquire no âmbito do invisível tem de ser em público apresentado de forma bem visível: sob uma "cara de mau", austera, temível e inimiga, que jamais pode ser vista a rir ou até mesmo a fazer outros rir. Assim, concluímos que o equipamento da "razão visual" em alguns espaços compreendidos como oficiais afigura-se ainda, nos nossos dias, da seguinte forma: fato, gravata e uma "cara de mau" – sem qualquer aparente potencialidade de riso.

Muitos afirmam que a culpa do não-riso, ou seja, da proliferação de uma "verdade" sob um rosto sisudo, é dos pintores. Porém, dizer isso é deixar que a culpa morra muito cedo. A culpa é de alguns judeus, que foram influenciados pelos egípcios, que influenciaram Platão. Ou, melhor, é de

[89] O *Massacre dos Inocentes*, um fresco de Giotto di Bondone (1304–06, 200x185cm, Cappella Scrovegni, Padua). Obra disponibilizada em: https://www.wga.hu/html_m/g/giotto/padova/3christ/chris05.html (acedido a 15/12/19).
[90] A tradução foi realizada pelo autor da tese.
[91] 248d.
[92] 516e-517a.

Platão, que influenciou a Igreja. Na verdade, é da Igreja, que trouxe até nós uma mentira disfarçada de Cristo. No entanto, dadas as circunstâncias, nos nossos dias, talvez o mais sensato seja afirmar que a culpa é de quem continua a alimentar, ainda hoje, essa mentira, essa "cara de mau". Pois, quais abelhas, muitos são aqueles que, com o único objetivo de se alimentar e sobreviver, arrastam consigo, de forma inconsciente, "pólen" suficiente para que essa ideia continue a fecundar outras instituições, organizações e mentes. Os pintores, inclusive aqueles que pintaram o "rosto sisudo de Cristo" durante tanto tempo, não foram senão instrumentos do próprio corpo social. Um corpo que, aquando da modelagem do seu ideal, apresentava um rosto sisudo. Enfim, trata-se de uma mescla – uma mescla que muitos chamam de "platonismo"[93].

Deste modo, se o modelo platónico, sem riso, parece ter influenciado muitos um pouco por todo o mundo, no Ocidente parece ter ainda influenciado muitos mais. Uma realidade que não ficou despercebida a vários olhares atentos como, de entre outros, o de Fernando Pessoa, que referiu, de uma forma aligeirada, que os americanos tinham por isso uma maior predisposição para rir (Pessoa, 1990). É – e não há como negar – o peso da tradição ocidental sobre os próprios ocidentais, para o bem e para o mal. A todos aqueles que ainda hoje continuam a ser uma espécie de "deus institucional medieval", aparentemente insensível, interpretando uma razão platónica, o poeta, de forma cómica, deixou um aviso: "Quem pensa, ri; só não ri quem só faz cara que pensa. Ri, bruto!" (Pessoa, 1990).

> Os americanos tratam tudo a brincar, porque tratam tudo a sério. (...).
>
> Quem raciocina com intensidade e violência tem que expressar com descongestionamento. Rir não é não ter razão. Não há relação entre a solenidade e a verdade. Deixemos a seriedade aos que têm ideais em que perdem tempo e jeito. Pensemos, e acabemos de pensar com uma gargalhada.
>
> A dor do mundo é grande? Talvez seja. Como não há metro para ela, não sabemos. Mas, ainda que seja grande, curar-se-á aumentando-a com a nossa?
>
> Pensa a sério mas não com sério. Pensa profundamente, mas não às escuras. Quer fortemente, mas não com as sobrancelhas.
>
> Sinceros? Quantos gramas de verdade é que a vossa sinceridade pesa?
>
> Quem pensa, ri; só não ri quem só faz cara que pensa.
>
> Ri, bruto!
>
> (Pessoa, 1990)

[93] No entender de Eduardo Lourenço (2011, p. 489) não é crível "imaginar que o que nós chamamos platonismo tenha existido para alguém como para o próprio Platão. O platonismo – nome que os que não são Platão, em suma todos os outros homens, dão à configuração de um pensamento único que para o seu autor não tinha nome – é a expressão de uma experiência particular, histórica, como a experiência do cientista, do teólogo ou do poeta pois não há outra. Falar em experiência histórica é mesmo um pleonasmo ou a prova de um polemismo vazio pois não há nada que o não seja e em boa verdade nunca ninguém negou que assim fosse."

1.2. O "modelo moderno": uma obra com um "privilegiado" lugar para o riso

O excesso [de energia] tem de ser descarregado em alguma direção, e daí resulta um efluxo que, através dos nervos motores, atinge uma série de músculos, produzindo os movimentos semiconvulsivos a que chamamos riso.

Charles Darwin, em 1872
A Expressão das Emoções[94]

Rir é [algo considerado] sexy.[95]

Robert Provine, em 2012
Laughing[96]

Aquilo que, durante muito tempo, tentou impedir o ser humano de rir – não o impedindo na totalidade – foi, sem dúvida, a influência que o platonismo teve aquando da criação do chamado modelo ocidental, substancialmente a partir do século IV d.C.. O riso, entendido como uma ação digna de pouca honra, inferior e grotesca, de quem sujeita o seu corpo às miseráveis e reprováveis coisas humanas, esteve, assim, durante muito tempo, ausente do ideal humano. Dessa forma, a única maneira de trazer o riso de volta ao palco oficial seria quebrar o rígido modelo já existente, sustentado nos ideais platónicos, e construir outro, de raiz, que se sustentasse em outros ideais, muito distintos. E, na verdade, foi isso que aconteceu. Ao quebrar o rígido modelo clássico, um novo modelo irrompeu no palco social. Desta vez, um ideal "ateu" – do grego *atheos,* sem deus –, ou seja, construído pelo ser humano e a pensar somente no ser humano.

Embora aparentemente atual, a palavra "ateu" teve as mais diversas interpretações ao longo da história. Segundo o filólogo polaco Marek Winiarczyk (2016, p. 61; 62), no século V a.C., por exemplo, os poetas líricos utilizavam esse termo para se referirem às pessoas ditas imorais, que mostravam viver "sem deus", isto é, sem a "aprovação" dos deuses. Judeus e Cristãos também utilizaram esse termo para se dirigirem a pagãos, e até mesmo os próprios pagãos o utilizaram para se dirigirem a

[94] Charles Darwin (2012, p. 183).
[95] A tradução foi realizada pelo autor da tese.
[96] Robert Provine (2012, p. 58).

hereges da sua religião. Sem dúvida que, ainda que indiretamente, essas distintas significações do termo *atheos* são em si mesmas uma prova vívida da importância do *theos* na conceção dos mais diversos ideais sociais e históricos.

Contudo, nem sempre foi essa a realidade. Se recuarmos à segunda metade do século V a.C., ao movimento sofista, deparamo-nos com um ideal diferente: construído pelo ser humano e a pensar apenas no ser humano, isto é, um ideal totalmente *atheos*. E, nesse contexto, enquanto os crentes, independentemente do tipo, se privavam em algumas ocasiões naturalmente de rir, tendo como base as suas crenças, os não crentes, como os sofistas, viam nesse privar do riso mais um motivo para rir.[97] Este tipo distinto de visões sobre a realidade, como é óbvio, geraria múltiplos conflitos e discussões. Todavia, com o tempo, o movimento sofista acabou por sofrer dura oposição dos à sua volta, como, entre outros, de Platão (1980, 1999b), e desapareceria do palco social de forma "oficial" durante muito, muito tempo. Mas terá ele voltado?

1.2.1. A mensagem nietzschiana do século XIX: "O riso, afinal, é coisa do sábio!"

O Iluminismo foi, segundo Immanuel Kant (2009, p. 9) (que viveu entre 1724 e 1804), "*a saída do homem da sua menoridade de que ele próprio é culpado.*" O referido movimento, sem qualquer dúvida, e ao contrário do que até então acontecia, trouxe com ele uma muito distinta e ousada mensagem: "*Sapere aude!* Tem a coragem de te servires do teu próprio entendimento!" (p. 9). Esta mensagem – ou melhor, este apelo – incentivava todos a libertarem-se do seu cómodo, porém lastimável, estado de ignorância. Um estado que, depois de tanto tempo, se tinha tornado para o ser humano, segundo o próprio filósofo, "quase uma natureza" (p. 10). E foi essa "ousadia" de múltiplas individualidades que acabou por proporcionar um movimento coletivo, um despertar coletivo de um intelecto outrora adormecido e anestesiado pelos homens da própria Igreja que, sustentados em dogmas, não permitiam o uso da "questão" – do latim *quaerere*, procurar saber. Este acordar de um sono profundo tornou-se, assim, o ponto de partida para uma nova realidade social, sustentada em pilares completamente distintos.

No entanto, tendo em mente o *Princípio da Inércia,* que consiste na resistência de um corpo parado ao movimento e de um corpo em movimento ao repouso, muitos dos elementos do corpo social, que esteve praticamente imobilizado por várias centenas de anos, mostraram-se seriamente desconfortáveis com essa

[97] Marek Winiarczyk (2016, pp. 68, 69), refere: "however, the satyr drama Σίσυφος, either ascribed to Critias of Athens (c. 460–403) or to Euripides (c. 485–406), states that a wise man convinced others that heaven was inhabited by gods who punish those who secretly commit evil deeds. The gods were therefore of human creation, and religion was a tool used to maintain social order".

nova e incómoda obrigatoriedade de movimento. Esse "acordar tardio", oriundo do conformismo, da resistência e da teimosia de muitos, esse olhar para uma nova realidade social, que não mais se sustentava no por vezes intitulado "teocentrismo" e que se ia gradualmente desligando do platonismo era, para Friedrich Nietzsche (que viveu entre 1844 e 1900), uma atitude equiparada à de um "louco", de alguém que decide procurar no mundo real, em plena luz do dia, com uma pequena luz artificial, a luz que em tempos tinha iluminado os seus sonhos (Nietzsche, 2000, pp. 140, 141)[98].

Enquanto na mensagem clássica platónica, tendo como base a *Alegoria da Caverna,* eram as palavras do sábio que causavam riso ao louco (Platão, 2017, p. 319)[99], na mensagem moderna de base, nietzschiana, algo muito distinto aconteceria: eram as palavras do louco que provocariam um grande riso no sábio. Na verdade, o louco é quem continua a rir, porém, segundo tal perspetiva, agora, é ele o sábio. O outrora louco, agora sábio, segurando na luz do outrora sábio, agora louco, não mais direciona a luz para contemplar aquilo que entende ser o "incrível do divino", mas sim para ver o que acredita ser o "ridículo do ser humano". O riso, nessa perspetiva, outrora imagem do louco, de quem contemplava a ilusão por não ser capaz de entender a realidade, passa, na mensagem moderna, nietzschiana, a ser a imagem do sábio, de quem não só se afasta da ilusão, mas que faz dessa um objeto de gozo, de prazer, enfim, de riso. Ao contrário do não-lugar concedido ao riso no ideal clássico, o ideal moderno seria em si mesmo um lugar privilegiado para tal ação. Contudo, não seria apenas um lugar privilegiado, mas mais do que isso.

No seu entender, a maior fonte de aprendizagem do ser humano não era a sua capacidade de tentar "saber" mais acerca mundo religioso – no seu exercício do *logos* –, mas sim a sua capacidade de tentar "sentir" mais o mundo à sua volta – no seu exercício do *pathos*. Ou seja, ele acreditava que o homem e a mulher modernos deveriam ser capazes de, sentindo o mundo, encontrar o seu próprio lado ridículo e, finalmente, rir (Nietzsche, 2000, p. 36)[100]. O que Nietzsche propõe na sua mensagem é, por isso, um "novo" exercício: aproximar-se do presente por rir do passado. O filósofo acreditava que o futuro da humanidade estava condicionado por encontrar o ridículo no presente. Falamos, então, em Nietzsche, do risível como "veículo da realidade" e do riso como um símbolo de quem não só anda, mas, sobretudo, vive.

Tendo como base a reflexão de Michel Foucault (1995, p. 402), notamos com clareza que Nietzsche anunciou, acima de tudo, a morte simbólica do "último homem". Com efeito, a partir desse momento, o ser humano considerar-se-ia, no espaço social, isto é, figurativamente, uma espécie de

[98] *A Gaia Ciência,* de Friedrich Nietzsche (2000, p. 140). Livro terceiro, ponto 125 – "O insensato".
[99] 516e-517a.
[100] Livro primeiro, ponto 1 – "A Doutrina do Objetivo da Vida."

deus. E como faria isso? Por, no seu entender, entre outros aspetos, continuar a rir, isto é, a preencher o passado e as suas muitas narrativas com o seu riso. No entanto, algo estava a influenciar – e de que maneira – a visão Nietzsche. O que seria? Segundo um dos principais especialistas e tradutores das obras do filósofo, Reginald John Hollingdale (1999), eram dois aspetos fundamentais: "Darwin e os Gregos" (p. 78)[101]. Nada surpreendente. Um sintoma dos tempos, dos novos cânones. Na verdade, o que estava a inspirar Friedrich Nietzsche, estava a inspirar todo o corpo social e todo o seu pensamento. Uma nova perspetiva que cimentaria por completo não apenas os novos pilares do "saber moderno", mas que também traria uma total reformulação do conceito do riso.

1.2.2. A oficialização do modelo evolucionista pela Academia Científica

Segundo Émile Durkheim (2002, p. 20), "para [a sociedade] poder viver, precisa não só de um conformismo moral suficiente, como há também um mínimo de conformismo lógico que não pode dispensar." Dito isto, significava então que, eliminados os pilares em que se acreditava até então, em muito, debaixo do altivo riso simbólico dos intitulados "novos sábios", havia a necessidade de os substituir por outros, quer fossem protagonistas, narrativas, explicações, etc. Assim, recairia sobre o homem e a mulher modernos esse encargo. Uma tarefa que o "obrigou" a conceber, aprovar e publicar os novos cânones.

Darwin tornou-se, em parte, o suporte, o pilar, para a construção de uma "nova verdade social". E foi essa que, "anunciada" ao mundo por Nietzsche, veio substituir a antiga, oriunda de Platão e proclamada durante centenas de anos pela Igreja Católica. Uma "nova verdade" que, tal e qual como a de Platão, se veio a tornar transversal a muitas das facetas da vida, porém, com outros dizeres, diametralmente opostos aos anteriores, trazendo consigo um novo saber acerca de quase tudo, inclusive das emoções, o campo onde, outrora – idealmente – jamais poderia florescer o riso. E, hoje em dia, como veremos, todas as teorias modernas acerca do riso parecem convergir para um só lugar: Darwin e os seus muitos dizeres.

1.2.3. O ideal evolucionista: com um "novo" lugar para o riso

Tendo como base os seus muitos estudos e viagens, Charles Darwin, em *A Origem das espécies* [102], defendeu que todos os seres vivos descendiam de um único e primeiro organismo comum e que

[101] Reginald John Hollingdale (1999, p. 78) refere: "Darwin and the Greeks, then, and not Wagner and Schopenhauer, were the starting-point of Nietzsche's philosophy; and the reason his early works represent a false start is that he sought to interpret the Darwinian problem and the evidence of ancient Greece in the light of Wagnerian aesthetics and Schopenhaueran metaphysics. Not until he had put both behind him did he enter into his own proper field."
[102] Publicado pela primeira vez em 1859.

todas as espécies possuíam semelhanças e um grau de parentesco entre si (Darwin, 2005). Partindo desse pressuposto, como mais tarde assegurou em *A origem do homem e a seleção sexual* [103], não fazia mais sentido crer que o ser humano fosse compreendido como "um ato separado da criação (...) [mas sim,] que o homem, juntamente com os outros mamíferos, descende de um antepassado comum" (Darwin, 1974, p. 699). Sendo assim, pouco tempo depois, em *A expressão das emoções no homem e nos animais* [104], o naturalista britânico, acreditando que o ser humano atual era o resultado das muitas experiências dos seus ancestrais, referiu que "as principais ações expressivas exibidas pelo homem ou pelos animais inferiores são agora inatas ou transmitidas hereditariamente – isto é, não aprendidas pelo indivíduo" (Darwin, 2012, p. 324). "Logo após o nascimento, as crianças berram se sentirem dores"(p. 324), argumentou. Outro exemplo que, segundo o próprio, demonstra "o carácter hereditário da maior parte das nossas ações expressivas" (p. 324), é o facto dos cegos de nascença expressarem as emoções da mesma forma que os dotados de visão.[105]

Assim, de acordo com Darwin, as expressões emocionais deixaram de ser vistas como um atributo da alma, uma paixão, uma obrigatoriedade a que o rebaixamento e o pecado sujeitaram o ser humano, como em Platão, e passaram a ser encaradas como uma herança biológica. Essa mudança fez com que todas as emoções fossem vistas de uma nova forma, isto é, não mais como um dos maiores obstáculos à vontade divina, como até então, mas sim como o maior dos hinos à vida humana, o principal responsável pela sua prevalência.

> Em tempos, aproximei a cara do espesso vidro que rodeava a gaiola de uma serpente (...), com a firme determinação de não me mexer se esta atacasse; mas, assim que ela desferiu um golpe, a minha resolução foi por água abaixo, e saltei um ou dois meros atrás com extraordinária rapidez. A minha razão e a minha vontade nada puderam contra a imaginação desse perigo, que nunca havia sido por mim experimentado. (Darwin, 2012, pp. 42, 43)

Paul Ekman (2011, p. 45) afirma que "a experiência de Darwin mostra como o pensamento racional é incapaz de impedir uma resposta temerosa a um tema inato associado ao medo". Na sua perspetiva, aquilo apenas aconteceu com Darwin porque muitas das reações emocionais que fazem parte do nosso ser não requerem experiências anteriores, pois "beneficiamo-nos da

[103] Publicado pela primeira vez em 1871.
[104] Publicado pela primeira vez em 1872.
[105] Neste pensamento, em *A expressão das emoções no homem e nos animais,* o seu principal objetivo foi tentar "demonstrar detalhadamente que todas as principais expressões exibidas pelo homem são idênticas em toda a parte no mundo. Este facto é interessante, na medida em que fornece um novo argumento em favor de uma descendência comum de todas as raças humanas a partir de um mesmo grupo de antepassados" (Darwin, 2012, p. 331).

experiência de nossa espécie nesse planeta, respondendo rapidamente a gatilhos que foram relevantes para nossa sobrevivência" (p. 45). Então, de acordo o pensamento de Darwin e com a explicação de Ekman, as emoções podem ser vistas, neste novo entender, como uma arma que, dependendo do momento, tem o seu uso diferenciado.

Porém, o que Darwin nos tenta ensinar é que, em alguns momentos de perigo iminente, não é o ser humano quem domina a arma, mas a arma (isto é, a emoção) que domina o ser humano, uma vez que, tendo em vista a segurança deste, dispara automaticamente a seu favor. As emoções, em Darwin, ganham autonomia, isto é, vida própria, passando a ser entendidas não apenas como um utensílio que ajudou os nossos ancestrais à sobrevivência, mas como também a principal arma responsável pela supremacia da raça humana nos nossos dias. No seu entender, a parte sensível do ser humano, muito antes da razão, além de ver o perigo, age em conformidade com essa perceção. Isso fez com que o expressar emocional ganhasse, em Charles Darwin, uma nova "autonomia teórica", liberta das amarras da razão, e, se necessário, superando-a. Esta era uma tese que se opunha totalmente a uma outra, fundamentada em Patão, onde a emoção deveria sempre ser prisioneira e escrava da razão.

Consequentemente, e em sintonia com toda a sua restante teoria, Charles Darwin (2012) também compreenderia que o riso era "apenas" algo *natural* ao ser humano – uma das muitas heranças naturais que o ser humano recebeu de seus ancestrais.[106] Assim, é apenas por isso que, para ele, por exemplo, o riso pode ser encontrado numa pessoa "cega e surda de nascença" (p. 181), que nunca sequer viu ou ouviu riso, porque, acredita o autor, cego e não cego derivam de um antepassado comum – partilham uma herança em comum. O riso em Darwin é, somente, mais uma herança das muitas que herdámos dos nossos antepassados.

Ainda que Darwin não tenha feito do riso um objeto central do seu pensamento, um outro evolucionista seu contemporâneo fê-lo, influenciando, depois, o próprio Darwin e a sua conceção acerca do riso. Herbert Spencer (que viveu entre 1820 e 1903), encarou todo o expressar emocional humano como algo outrora impensável: um antepassado da música, ou seja, no entender do próprio, a mais alta das belas artes – aquilo que, mais do que qualquer outra coisa, é capaz de ministrar o bem-estar do ser humano (Spencer, 2018a, p. 292). Com efeito, o autor acreditava que "da mesma forma que a linguagem intelectual evolui, então também, sem dúvida, evolui a linguagem emocional" (p.

[106] Charles Darwin (2012, p. 332) referiu, a esse respeito, o seguinte: "Podemos estar plenamente seguros de que o riso, como sinal de prazer ou alegria, foi praticado pelos nossos progenitores muito antes de merecerem ser considerados humanos; pois há várias espécies de símios que, quando estão contentes, emitem um som reiterado, claramente análogo ao nosso riso, o qual amiúde acompanhado por movimentos vibratórios das mandíbulas ou dos lábios, com os cantos da boca puxados para cima e para trás, as faces enrugadas e, inclusive, os olhos brilhantes."

289)[107]. Anos depois deste escrito, *On the origin and function of music*, publicado pela primeira vez em 1857, um outro foi publicado em 1860, intitulado *On the physiology of Laughter.* Antes de analisarmos tal escrito é, sem dúvida, muito importante não ignorar que a primeira grande teoria evolucionista acerca do riso nasce de uma base lúdica – como se do evoluir de uma melodia se tratasse.

Herbert Spencer (2018b) acreditava que uma explicação completa acerca do riso só poderia ser facultada pela fisiologia. Segundo esse prisma, o autor considerou que o riso seria um excesso de energia nervosa descarregada no corpo, provocando no sujeito contrações musculares.[108] O evolucionista acreditava que, tal como uma descarga de energia oriunda do medo impulsiona o ser humano a correr, a que provoca o riso, sem qualquer outra ação relevante no corpo, impulsiona o ser humano a rir. O riso é, então, de acordo com essa perspetiva, somente uma descarga biológica, de som agradável, profundamente natural e saudável ao ser humano. E foi com tal pensamento em mente que Charles Darwin, em *A Expressão das Emoções no Homem e nos Animais*, 1872, citando Spencer, referiu que "o excesso tem de ser descarregado em alguma direção, e daí resulta um efluxo que, através dos nervos motores, atinge uma série de músculos, produzindo os movimentos semiconvulsivos a que chamamos riso" (Darwin, 2012, p. 183). Curiosamente, apesar de este ser um pensamento spenceriano, apenas referenciado por Darwin, encontramo-lo, nos mais variados escritos, quase sempre associado a este último. A explicação para essa ocorrência deve-se talvez ao facto de, como temos vindo a analisar, as ideias de Darwin serem consideradas uma "referência maior". Na verdade, como veremos mais adiante, as suas reflexões estão na base de quase todas as teorias modernas a respeito do riso.

1.2.4. Havia já sido explorada uma linha de mudança

Atribuir todo o crédito desta mudança de pensamento a Charles Darwin seria não apenas desapropriado, como, acima de tudo, imprudente, pois há muito que se verificavam vários sintomas de que havia uma transformação em curso. O conhecimento associado aos sentidos, às emoções, o único campo de onde é possível florescer o riso, há séculos que apresentava sintomas de mudança. Baruch de Espinosa (que viveu entre 1632 e 1677), precursor do pensamento iluminista e um dos mais reconhecidos filósofos da sua era, por exemplo, havia referido que "cada um é arrastado pelo seu

[107] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

[108] Herbert Spencer (2018b, p. 270) referiu: "Thus, then, without contending that the phenomena of laughter in all their details are to be so accounted for, we see that in their *ensemble* they conform to these general principles:—that feeling excites to muscular action; that when the muscular action is unguided by a purpose, the muscles first affected are those which feeling most habitually stimulates; and that as the feeling to be expended increases in quantity, it excites an increasing number of muscles, in a succession determined by the relative frequency with which they respond to the regulated dictates of feeling."

prazer" (2012, p. 82). David Hume (que viveu entre 1711 e 1776), sem dúvida um dos mais importantes pensadores do Iluminismo, tinha também afirmado, por sua vez, que "não é contrário à razão preferir a destruição do mundo inteiro a uma arranhadela no [seu] dedo" (2001, p. 483). E, até mesmo Immanuel Kant, tido como o pai da filosofia moderna, refletiu sobre a grande importância de "produzir uma vontade" (1986, p. 25). Esta era, sem dúvida, uma nova linha pensamento, muito distinta daquela que era promovida pela Igreja e pelos seus respetivos pensadores que, sustentados em Platão, ignoravam os sentidos.

Uma mudança de base que fez com que o riso – outrora imagem de um sujeito endemoniado, fraco de espírito –, que até ao século XIX era algo "considerado baixo e de mau tom, tão perigoso como tolo, encorajando a superficialidade e mesmo a obscenidade" (Lipovetsky, 2014, p. 194), gradualmente, começasse a adquirir uma nova significação, diametralmente oposta à anterior. E o motivo era, sem dúvida, a intitulada "luz do iluminismo", que incidia cada vez mais intensa sobre essas questões. A conceção da não existência de uma alma imortal, despoletada sobretudo a partir desse momento, deu margem a que o riso fosse explicado de uma outra forma, centrada agora apenas no pensamento (e não mais na alma). Ao analisarmos, por exemplo, a explicação do já referido Immanuel Kant, de Jean Paul (pseudónimo de Johann Paul Friedrich Richter, que viveu entre 1763 e 1825), reconhecido escritor alemão, e de Arthur Schopenhauer, influente filósofo alemão, essa é uma nítida realidade. Segundo Alberti (1999, p. 161) "o mais importante com relação a essas teorias, é o facto de, nelas, o pensamento sobre o riso estar diretamente relacionado ao pensamento sobre o pensamento".

Immanuel Kant (2017), por exemplo, que abordou a questão do riso numa discussão acerca do belo, defendeu que o riso não lhe pertence. Pois, no seu entender, para avaliar o belo é necessário recorrer à razão, algo que não existe no riso, o qual, assim como a música, apenas é capaz de despertar sensações agradáveis.[109] O riso é visto em Kant como um reflexo físico, impulsionado pela ausência da razão, do pensamento, é um "*afeto resultante da súbita transformação em nada de uma tensa expetativa"* (p. 253)[110]. Enquanto Kant via no riso o resultado de um "não pensamento", "o ponto zero" do raciocínio, Jean Paul e Arthur Schopenhauer encaravam-no como um excedente do pensamento (Alberti, 1999, p. 165). É da "incompreensão que nós rimos"[111], assegurava Jean Paul

[109] 225, 226.

[110] Kant (2017, pp. 253, 254) referiu: "Em tudo o que pode suscitar um riso vivo e abalador tem que haver algo absurdo (em que, portanto, o entendimento não pode em si encontrar nenhum comprazimento). *O riso é um afeto resultante da súbita transformação em nada de uma tensa expetativa.* Precisamente esta transformação que certamente não alegra o entendimento, alegra, contudo, indiretamente, por um momento, de modo muito vivo. Portanto a sua causa tem que residir na influência da representação sobre o corpo e a sua ação recíproca sobre o ânimo; e na verdade não na medida em que a representação é objetivamente um objeto do deleite (a) (pois como pode uma expectativa frustrada deleitar?), mas meramente pelo facto que ela enquanto simples jogo das representações produz um equilíbrio das forças vitais."

[111] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

(1804), numa reflexão acerca do ridículo.[112] "Todo riso, portanto, nasce na ocasião de uma subsunção paradoxal [ou seja, de um excedente de pensamento]", afirmou também Arthur Schopenhauer (2005, p. 109)[113], reiterando, dessa forma, a ideia do seu contemporâneo. A aparição do riso como reflexo de uma deformação na alma, com o pensamento iluminista, desapareceu. O riso passa a ser explicado como algo dos homens – do pensamento da mente dos homens, e somente isso. O riso, com tal mudança, perdeu assim gradualmente o seu caráter oficioso.

1.2.5. O riso como imagem da "nova lucidez"

Como já foi destacado, o solo onde germinavam estes novos pensamentos era muito diferente do anterior. O saber do riso não mais desabrochava enclausurado dentro do limitado e temeroso imaginário religioso medieval, mas sim, agora, dentro do ilimitado e cada vez mais audaz imaginário humano. Uma mudança de solo que, com o passar do tempo, fez com que novas e distintas teorias, outrora jamais pensadas, surgissem acerca do riso. Podemos afirmar, portanto, com uma certa segurança, que, na intitulada modernidade, o riso perdeu o seu caráter proibitivo. O riso tornar-se-ia algo autorizado. E, por consequência, aqueles que mais e melhor o conseguissem promover passariam então a ser parte dos "novos oficiais".

O riso passou a ser por muitos visto não só como uma imagem de quem se satisfaz com as criações dos homens, mas de quem, acima de tudo, consegue estar acima dessas. Henri Bergson (que viveu entre 1859 e 1941), um teórico que teorizou acerca do riso, por exemplo, afirmou que "o riso 'castiga os costumes'" (1993, p. 26) e que "pelo terror que inspira reprime as excentricidades" (p. 28). O riso é, de acordo com este prisma, um instrumento dos "novos sábios", de quem tenta destruir debaixo desse som os outrora denominados sábios. O riso é, no seu entender, o ruído dessa rigidez, oriunda da antiga sabedoria, a partir.[114] Uma visão que, em alguns aspetos, se aproxima da de Nietzsche.

Esta visão era, na verdade, uma visão cultivada desde há muito, e que não só Nietzsche e

---

[112] Jean Paul (1804) (ponto 28) referiu: "Unser Selbst-Trug, womit wir dem fremden Bestreben eine entgegengesetzte Kenntnis unterlegen, macht es eben zu jenem Minimum des Verstandes, zu jenem angeschaueten Unverstande, worüber wir lachen, so daß also das Komische, wie das Erhabene, nie im Objekte wohnt, sondern im Subjekte. Daher können wir eine und dieselbe innere und äußere Handlung belachen oder billigen, je nachdem wir unser Unterschieben anbringen können oder nicht. Niemand lacht über den wahnsinnigen Patienten, der sich für einen Kaufmann und seinen Arzt für den Schuldner hält; ebensowenig lacht man über den Arzt, der ihn zu heilen sucht."

[113] Schopenhauer (2005, p. 109) referiu: "De fato, o RISO se origina sempre e sem exceção da incongruência subitamente percebida entre um conceito e os objetos reais que foram por ele pensados em algum tipo de relação, sendo o riso ele mesmo exatamente a expressão de semelhante incongruência. (...). Todo riso, portanto, nasce na ocasião de uma subsunção paradoxal e, por conseguinte, inesperada: sendo indiferente se é expressa por palavras ou atos. Essa é, resumidamente, a explanação correta do risível."

[114] Bergson (1993, pp. 27, 28) referiu: "O riso deve ser qualquer coisa neste género, uma espécie de *gesto social*. Pelo terror que inspira reprime as excentricidades, mantém constantemente despertas e em contacto recíproco certas atividades de ordem acessória que correriam o resto de se isolar e de se esbater, apaga enfim, tudo que possa ficar de rigidez mecânica à superfície do corpo social. O riso não provém, pois, da estética pura, visto que prossegue (inconscientemente e mesmo imaterialmente em muitos casos particulares) um fim útil de aperfeiçoamento geral. Tem, no entanto, qualquer coisa de estético porquanto o cómico nasce no momento preciso em que a sociedade e o indivíduo libertos dos cuidados da conservação, começam a considerar-se a si próprios como obras de arte. (...). Esta rigidez é o cómico e o riso o seu castigo.

Bergson fizeram sobressair, mas também outros autores como, por exemplo, no século XIX, Charles Baudelaire (que viveu entre 1821 e 1867), um poeta e *flâneur* francês. Colocando o objeto de riso no sujeito e não no próprio objeto, o poeta veria na habilidade de rir de si próprio uma das capacidades do filósofo. "A menos que [fosse] um filósofo" (1998, p. 16) jamais o conseguiria fazer, entendeu. Todavia, importa referir, de um modo geral, em Baudelaire, o riso é visto *apenas* como sinal de superioridade dos homens comuns perante os animais.

Falamos de algo que apenas retratava um novo sintoma dos tempos, dos "novos cânones", e que não era diferente no caso particular de Portugal. O riso assumia, em praticamente todo o lado, um papel preponderante enquanto arma violenta para derrubar os até então denominados sábios, os donos do poder instituído. Então, debaixo desse riso, os "novos sábios" tentavam ocupar, gradualmente, esse lugar de forma oficial. A título de exemplo, debrucemo-nos sobre um pequeno excerto da carta que Eça de Queiroz (que viveu entre 1845 e 1900) escreveu em Newcastle, Inglaterra, em 25 de fevereiro de 1878, ao seu colega Joaquim de Araújo. Nesse escrito, o autor ressaltava essa mesma faceta do riso – o riso como uma arma dos "novos sábios". Destacando a forma visual do riso e tendo em conta o contexto da época, Eça de Queiroz (2008, p. 176) considerou-o como uma crítica "acessível" às massas, que seriam mais capazes de compreender formas visíveis, as emoções, e não tanto as formas invisíveis, os pensamentos, as ideias. O riso foi em Eça – e de uma forma geral, por esta altura, um pouco por todo o Ocidente – visto não apenas como uma arma, mas como uma arma descomplicada o suficiente para ser manejável com as – e pelas – massas. O autor explica o seu pensamento:

> O riso é a mais útil forma de crítica, porque é a mais acessível à multidão. O riso dirige-se não ao letrado e ao filósofo, mas à massa, ao imenso público anónimo. É por que hoje é tão inútil como irreverente rir das ideias do passado: a multidão não se ocupa de ideais, ocupa-se das *fórmulas* visíveis, convencionais das ideias. Por exemplo: o povo em Portugal nas províncias, não é católico – é *padrista*: que sabe ele da moral do cristianismo? da teologia? do ultramontanismo? Sabe do santo de barro que tem em casa, e do cura que está na igreja. (Queiroz, 2008, p. 176)

1.2.6. Mas qual é então o "conceito moderno" de riso?

O que se entende hoje por "riso"? O objetivo das palavras que se seguem passa por tentar sintetizar a "hipótese moderna", algo sem dúvida complexo, pois, ainda nos nossos dias, aparenta não existir consenso acerca dessa milenar e complexa temática científica. Ainda assim, torna-se

indispensável tal exercício neste documento.

As principais teorias modernas a respeito das emoções, o local onde na modernidade muitos acreditam encontrar os principais argumentos para explicar o riso, como já várias vezes referido, direcionam-nos quase sempre para um único lugar: os pensamentos de Darwin. Isso é notório, por exemplo, em importantes escritos da psicologia. William James (que viveu entre 1842 e 1910), por muitos considerado um dos pais da psicologia, por exemplo, num dos seus mais importantes escritos a respeito do tema – *What is an emotion?* [115] – não ignorou a teoria de Darwin (1884, pp. 190, 191)[116]. E Sigmund Freud (que viveu entre 1856 e 1939), reconhecido psiquiatra e o criador da psicanálise, também referiu, a respeito das emoções, que todas as "sensações e enervações (...) como nos ensinou Darwin (...) consistem em ações que originalmente possuíam um significado e serviam a uma finalidade" (1995a, p. 202)[117].

Darwin era, claramente, a base desses novos pilares do "novo saber", que se estendeu até hoje, e que, por isso, está presente nas mais influentes explicações contemporâneas a respeito das emoções. Esse aspeto foi observado nos escritos de Paul Ekman[118], Joseph LeDoux[119], António Damásio[120], entre muitos outros.

Quando, no meio dessas extensas teorias modernas acerca das emoções, selecionamos apenas o riso – que, relembremos, para Margaret Mead (1979, p. 121) não se trata de uma qualquer emoção, mas, sim, "a expressão emocional mais distintiva do homem"[121] – a base sólida em Darwin não se altera. O riso deixa de ser visto como um defeito da alma – de quem estava possuído por demónios, como se acreditava na Idade Média – para passar a ser considerado algo comum aos homens, oriundo de uma herança dos antepassados da raça humana, os animais. Esta crença sustenta-se obviamente no "novo início" proposto por Charles Darwin, Herbert Spencer e outros evolucionistas. E, desse prisma, a explicação do riso, nas mais variadas teorias, de uma forma geral, continua praticamente inalterável até aos nossos dias.

---

[115] Publicado pela primeira vez em 1884.

[116] William James (1884, pp. 190, 191) referiu: "The labours of Darwin and his successors are only just beginning to reveal the universal parasitism of each creature upon other special things, and the way in which each creature brings the signature of its special relations stampted on its nervous system with it upon the scene. (...). In the earlier books on Expression, written mostly from the artistic point of view, the signs of emotion visible from without were the only ones taken account of. Sir Charles Bell's celebrated Anatomy of Expression noticed the respiratory changes; and Bain's and Darwin's treatises went more thoroughly still into the study of the visceral factors involved,- changes in the functioning of glands and muscles, and in that of the circulatory apparatus."

[117] O autor referiu originalmente este aspeto em 1895, no seu livro intitulado *Studies on hysteria*.

[118] Paul Ekman (2011) afirmou que estava primariamente cético quanto à teoria das emoções de Darwin. Porém, mais tarde, referiu que era Darwin, e não ele próprio, quem estava certo, admitindo: "a experiência de Darwin mostra como o pensamento racional é incapaz de impedir uma resposta temerosa a um tema inato associado ao medo" (p. 45).

[119] Joseph LeDoux (2000, p. 83) referiu que "a teoria darwinista da evolução dera aos cientistas fortes motivos para acreditarem que existia uma continuidade entre a constituição biológica (e até psicológica) do homem e a de outros animais e os investigadores orientaram a sua atenção para o estudo de outras espécies, na esperança de revelarem importantes descobertas acerca da mente humana e das suas funções".

[120] António Damásio (2013), reconhecido neurocientista, também ele profundamente dedicado ao estudo das emoções, referiu que "a evidência sugere que na sua maior parte, ou até na sua totalidade, as emoções resultam de uma longa genealogia de sintonização evolutiva" (...). "Foi por esta razão", referiu o neurocientista, "que Darwin conseguiu catalogar as expressões emocionas de tantas espécies e (...) em culturas tão diferentes" (p. 75).

[121] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

Em *The secret of laughter*, um trabalho publicado em 1932, o reconhecido teórico Anthony M. Ludovici (1932) evoca permanentemente as justificações de Darwin, de forma direta e indireta.[122] Uma base que, mesmo tantos anos depois, continuava, portanto, ainda bem sólida. Em *Laughter: a scientific investigation,* por exemplo, um trabalho publicado pela primeira vez em 2000, por um dos mais reconhecidos cientistas centrados hoje na temática do riso, Robert Provine (2001), o autor faz das observações e das justificações de Darwin como sendo praticamente o único pilar das suas próprias reflexões e explicações.[123]

Tendo como ponto de partida os exemplos acima descritos, embora seja impossível ignorar que ambas as explicações tenham pormenores distintos, é igualmente impossível ignorar também o facto de existir uma proximidade quase milimétrica entre ambas as explicações, no que diz respeito às questões fundamentais, as quais se aproximam muito das primeiras e já referidas explicações evolucionistas de Spencer e Darwin.

Embora as explicações, dependendo obviamente da área de investigação e dos interesses dos respetivos autores, possam ser, nas palavras destes, quer mais ancoradas à antropologia, quer mais ancoradas à fisiologia, ou a outras áreas, na prática, todas essas, de uma forma geral, nos nossos dias, oscilam levemente num único mar – o mar do "saber moderno", evolucionista, darwinista. Desse prima, a uma certa distância, todos esses saberes modernos se cruzam e interligam em muitos campos. Embora seja verdade que em algumas das teorias e explicações a respeito do riso vemos os seus autores criticarem-se, corrigirem-se, chocarem, censurarem-se e até esclarecerem-se uns aos outros, não há dúvida que hoje em dia, porém, são muito mais os seus pontos em comum do que os seus pontos de divergência. E é esse conjunto diversificado de saberes que, por mais distintos que possam parecer os seus trajetos, nos levam praticamente sempre à mesma "localidade do saber".

O nosso esforço incidirá, então, nas palavras que se seguem, na análise do "conceito moderno" de riso de algumas perspetivas distintas. Apenas isso. Todavia, convém relembrar, mais uma vez, que estaremos continuamente centrados no mesmo objeto e, igualmente, no mesmo

---

[122] No prefácio do seu livro, *The secret of laughter*, Anthony Ludovici (1932, pp. 5, 6), assumiu, sem pudor, essa mesma proximidade a Darwin. O autor refere: "Those who are familiar with Darwin's Expressions of the Emotions in Man and Animals will remember that in the chapters of the book in which he deals with the question of laughter he was evidently at great pains to dispel the popular and scientific belief that laughter is a purely human expression. As an evolutionist, he was naturally more puzzled than a non-evolutionist would have been by the fact that laughter should suddenly have made its appearance in Man without leaving any traces of its gradual development in those higher animals most closely related to him. To meet the difficulty he therefore advanced one or two somewhat unconvincing reasons for believing that laughter was actually found in certain higher animals, reasons which I cannot help thinking are based upon the incurable anthropomorphism of the class of men from whom he obtained some of his information. The theory expounded in this book, however, makes the evolution of laughter perfectly clear, and accounts quite satisfactorily for the fact that, as an expression of joy and pleasure, it should be found only in Man."

[123] Em *Laughter: a scientific investigation*, a influência de Darwin/evolucionista é sentida em toda a explicação de Robert Provine. Porém, no capítulo 5, intitulado "Chimpanzee laughter, Speech evolution, and Paleohumorology" (2001, pp. 75-97), essa é ainda mais notória, ainda que o autor faça uma distinção entre o riso dos chimpanzés e dos humanos.

"caldo" do saber, isto é, por outras palavras, numa análise constante do fenómeno do riso dentro do muitas vezes intitulado "saber moderno".

Para Sigmund Freud (1995b), em *Os chistes e sua relação com o inconsciente* [124], o riso é o reflexo de um "curto-circuito" (p. 118) de ideias que culmina numa "descarga livre" (p. 141) de energia. Uma ideia semelhante à do seu contemporâneo, Claude Lévi-Strauss[125], que também viu no riso, segundo a historiadora Verena Alberti (1999), "uma conexão rápida e inesperada de dois campos semânticos distanciados – conexão, aliás, que também recebe o nome de curto-circuito" (p. 18). Essa descarga de energia, fruto de um "curto-circuito", é intitulada por Michel Foucault (1995), em *As palavras e as coisas* [126], como "o limite do nosso [pensamento]" ou "a impossibilidade (...) de pensar" (p. 5). Dessa forma, parece plausível encarar o riso como um acontecimento muito peculiar. O qual, pela sua singularidade é, segundo Georges Bataille (1989), em *A literatura e o mal* [127], visto como o instante em que recebemos um aviso de morte e, ao invés de reagirmos – de, por exemplo, fugirmos – o vivemos intensamente no nosso próprio corpo.[128] Trata-se, então, no seu entender, da vivência de um "não lugar", de um "não pensamento", o qual, em vez de incitar o sujeito a zelar pela sua própria vida, condena-o a um inevitável e intenso prazer corporal. A vivência do lugar onde o pensamento não chega, o lugar onde o corpo desperta os sentidos, parece ser o momento em que, de acordo com o autor, se pode experimentar o maior prazer, um prazer corpóreo, e onde, segundo a sua analogia, até a própria experiência de morte pode ser intensamente ultrapassada, vividamente (pp. 58, 59)[129].

O riso é, então, desse prisma, uma exposição de prazer que, aos olhos de Georges Bataille (1980), em *O erotismo* [130]*,* pelo seu caráter contagioso, muito se assemelhada ao prazer que é vivido na experiência sexual do ser humano. Assim como a visualização do ato sexual pode despoletar no observador essa mesma vontade, no ato de rir, também algo muito semelhante pode acontecer. Dessa forma, para não rir de algo que vá contra algum código moral, o único remédio será não ouvir aquilo que possa provocar esse riso ou, então, não ver um indivíduo a rir de algo tido como inapropriado.

---

[124] Publicado pela primeira vez em 1900.

[125] No seu ensaio intitulado *L'homme nu*, publicado pela primeira vez em França, em 1971.

[126] Publicado pela primeira vez em 1966.

[127] Publicado pela primeira vez em 1957.

[128] Um pensamento que se aproxima muitíssimo do já analisado pensamento de Herbert Spencer, em *On the physiology of laughter*, publicado pela primeira vez no ano 1860.

[129] Georges Bataille (1989, pp. 58, 59), a esse respeito, referiu o seguinte: "Por pouco peso que tenham, em último lugar, estes elementos que queremos eliminar de nossa vida, mas que o desvio das artes aí ressuscita, nem por isso deixam de ser sinais de morte: se rimos, se choramos, é porque, no momento, vítimas de um jogo ou depositários de um segredo, a morte nos parece *leve.* Isso não significa que o horror inspirado por ela tenha se tornado estranho para nós: mas que, por um instante, nós a ultrapassamos. Os movimentos da vida provocados desta maneira são sem dúvida sem alcance prático: não têm a força convincente daqueles que, procedentes da aversão, dão o sentimento do trabalho necessário. Mas nem por isso eles deixam de ter menos valor. O que o rir ensina é que ao nos afastarmos sabiamente dos elementos de morte nós ainda visamos apenas *conservar a vida:* ao entrarmos na região que a sabedoria manda nos afastar, *nós a vivemos.* Pois a loucura do rir é apenas aparente. Inflamados ao contato da morte, ao tirarmos dos signos que a representam o vazio de uma consciência redobrada do ser, ao reintroduzirmos – violentamente – o que devia ser afastado, saímos por um momento do impasse em que aqueles que só sabem conservá-la encerram a vida."

[130] Publicado pela primeira vez em 1957.

Caso contrário, e ainda que possa ser apenas de forma momentânea, o riso irá sobrepor-se a essas questões associadas aos costumes e à própria ética, pois, defende o autor, ao o executarmos estamos a participar "*por dentro* da emoção daquele que ri" (p. 136)[131]. Trata-se, portanto, não de uma coisa, mas de uma "não-coisa", uma comunicação efetuada numa linguagem muito especial que incita a uma íntima excitação partilhada. Por outro lado, ainda dessa perspetiva batailliana, verificamos que o conflito entre o impulso do riso e determinadas leis de moral pode ser comparado ao existente conflito entre o impulso sexual e determinadas leis de moral. Assim, é muito difícil – e quiçá impossível – ficar exposto sem ser de alguma forma afetado. Com efeito, não é certamente à toa que a Bíblia, em sintonia com os seus princípios de moral, indica aos seus fiéis para se afastarem fisicamente daqueles que dizem piadas maldizentes – piadas que estão em total desacordo com os seus princípios.[132]

O riso, nas suas múltiplas "explicações modernas", tendo como base o saber científico mais comummente usado nos nossos dias, evolucionista, darwinista, spenceriano, é visto por quase todos os seus teóricos como um som primitivo, algo herdado dos ancestrais humanos, algo que fazia parte do seu comunicar, da sua arte musical, do seu cortejar, etc. E, hoje, da mesma forma, segundo tal prisma, o riso aparenta continuar a ser visto por muitos como uma ferramenta multiusos, usada ainda pelo ser humano das mais variadas formas.

Não obstante essa interpretação, a sua leitura social – isto é, a sua tipificação – continua a ser algo praticamente infindável na literatura. No entender de Vladímir Propp (1992), em *Comicidade e riso* [133], por exemplo, o riso pode ser alegre ou triste, bom ou indignado, inteligente ou tolo, soberbo ou cordial, depreciativo ou tímido, amigável ou hostil, irónico ou sincero, sarcástico ou ingénuo, terno ou rude, significativo ou gratuito, triunfante ou justificativo, despudorado ou embaraçado, e, ainda, divertido, melancólico, nervoso, histérico, gozador, fisiológico, animalesco, tétrico, etc.[134]

Quanto àquilo que despoleta o riso, o risível, parece oportuno referir que a explicação aparenta

---

[131] Georges Bataille (1980, pp. 136, 137) a esse respeito, referiu o seguinte: "As razões que se opõem à observação exterior da actividade genética não são apenas convencionais. A possibilidade de observarmos actos sexuais acha-se excluída pelo caráter *contagioso* de que estes se revestem. A palavra contágio não tem aqui nada que ver com o contágio das doenças microbianas. O contágio de que se trata é análogo ao que os bocejos ou os risos em nós provocam. Ver bocejar faz bocejar, ouvir ataques de riso dá-nos vontade de rir; se uma actividade sexual se processa perante nós, ela é susceptível de nos excitar. Pode também inspirar repugnância. Podemos dizer que a actividade sexual, ou aquilo que a enuncia – mesmo que esse prenúncio seja ma perturbação pouco visível ou a desordem do vestuário – põe facilmente aquele que a testemunha num estado de *participação* (pelo menos se a beleza dos corpos dá um sentido de jogo a esses aspectos insólitos). Um tal estado é ambíguo e exclui vulgarmente a metódica observação da ciência: vendo, ouvindo rir, *participo por dento* da emoção daquele que ri. É esta emoção, que sinto interiormente, que se comunica, que me faz rir. O que conhecemos na participação (na comunicação) é o que sentimos *intimamente:* conhecemos imediatamente o riso do outro rindo nós próprios, ou a sua excitação partilhando-a. É por isso exatamente que o riso ou a excitação (ou até o bocejo) não são coisas. Normalmente, não podemos participar de uma pedra ou de um bocado de madeira, mas participamos da nudez da mulher que abraçamos. (...). Mas se a nudez ou o excesso do prazer não sou coisas, se são, como a *pedra da lua*, inalcançáveis, decorrem deste facto consequências importantes.

[132] Samo 1:1 – "Feliz o homem que (...) nem se assenta na roda dos zombadores"

[133] Publicado pela primeira vez em 1976.

[134] Vladimir Propp (1992, p. 27) refere que "a tentativa mais completa e interessante de enumeração dos diferentes aspetos do riso foi realizada não por filósofos ou psicólogos, mas pelo teórico e historiador soviético da comédia cinematográfica R. Iurêniev", quem enumerou os vários tipos de risos que foram no corpo do texto descritos. Porém, para o autor, apesar de considerar a lista de Iurêniev detalhada, "não é completa" (p. 28), há mais tipos de risos.

continuar a mesma desde há muitos anos. Acredita-se ainda que não rimos dos "temíveis e inimigos" como afirmou no passado Platão (1999a, p. 217)[135], pois esses incitam ao medo e, onde há realmente medo, não há riso. Nem tampouco se acredita que o ser humano, em perfeito juízo, seja capaz de rir de alguém que considera estar a esvair-se em dores, porque, muito pelo contrário, sentirá pena. É certo que, por exemplo, o riso pode ser despertado pela queda de alguém, mas, nesse momento, isso só acontece porque, ainda que por breves instantes, exista um esquecimento inconsciente dessa dor, ou, então, de forma cruel, malvada, uma "indiferença" consciente sobre tal aspeto. Ao que parece, acredita-se ainda hoje que o riso se origina, salvo evidentemente raras exceções, numa deformação indolor, que "não [tem expressão de] dor", como referiu no passado Aristóteles (1987, p. 205)[136]. Assim, segundo tal prisma, nós rimos do ridículo, ou então do riso de alguém, pois, nesse preciso momento, ainda que indiretamente, somos, nas palavras de Georges Bataille (1980, p. 136), incitados a participar "*por dentro* d[ess]a [mesma] emoção", por dentro desse mesmo riso.

Na verdade, as teorias aqui apresentadas são, de uma forma geral e em jeito de resumo, apenas algumas das atuais hipóteses acerca do riso. Porém, que nos desenganemos se acreditamos que as explicações a esse respeito estão terminadas. O que é o riso e de que forma ele é despoletado parece continuar a ser um mistério para muitos – um mistério carregado de hipóteses, mas quase todas elas por validar. E é mais ou menos com estes dizeres que alguns autores "protegem" as suas explicações a respeito do riso. Enfim, que há riso, hoje em dia, há. Mas o que é o riso, isso, ainda não sabemos muito bem, se é que algum dia saberemos bem. Assim, é motivo para mencionar: *Habemus Risus! Quid est?*

1.2.7. O riso é algo do novo belo ou é somente o triunfo do feio?

Com a mudança do regime do *logos* para o *pathos*, da razão para as emoções, praticamente tudo, em termos de retórica social, com o tempo, alterar-se-ia. Tenhamos em mente, por exemplo, o próprio arranjo do casamento, uma das bases da sociedade, que, segundo o sociólogo Anthony Giddens (2001, p. 26), antes da modernidade, era negociado "não com base na atração sexual mútua, mas em circunstâncias económicas." Porém, depois disso, e até aos nossos dias, essa base sofreria alterações, passando a ser sustentada, muitas vezes, apenas na parte sensível do ser humano, no *pathos,* nas emoções e nos sentimentos.

Como é óbvio, se um dos principais arranjos da sociedade sofreria tal mudança, muitos outros não ficariam imunes a ela, inclusive a própria arte. Tenhamos em mente, entre inúmeros outros exemplos

[135] XXIX.
[136] 1449a.

possíveis, as esculturas de Marcel Duchamp, *A Roda de Bicicleta,* em 1913, e *A Fonte,* em 1917, ou as pinturas de Egon Schiele. Essas obras, provenientes dos mais distintos suportes e artistas, eram a reprodução vista de uma nova razão não vista, um novo regime do belo, o qual não mais era sustentado na interpretação religiosa, mas nas coisas mundanas, e o qual não mais apelava à reflexão, ao intelecto, mas às emoções, aos sentidos, à própria loucura. Assim, era um (re)interpretar da razão que, embora aquietado pela Primeira e pela Segunda Guerra Mundial, assim como pela Gripe Espanhola, entre outros acontecimentos, retomaria em força, depois, a partir da segunda metade do século XX.

O riso, uma expressão gráfica intensa de satisfação no rosto do ser humano, outrora completamente fora do ideal de belo, passaria também a integrar esse novo regime. Na verdade, o riso, relativamente àquilo que é a sua questão simbólica, em muito pouco ou em nada se alteraria, pois continuaria a ser interpretado como aquilo que Eco (2012) descreveu, em *O nome da rosa*, como uma "ejaculação diurna" (p. 546). A "única" coisa que mudou na modernidade foi que tais temáticas não mais seriam vistas aos olhos da sociedade, no geral, como algo inferior, mas como algo superior. O riso tornar-se-ia, como afirmou Provine (2012, p. 58), um elemento considerado "sexy" – uma parte indispensável e fundamental do jogo social.

O conceito do belo, como já referido, intimamente relacionado com a noção do tempo – do grego "estar na hora", "estar no ponto" – ensinara-nos, em tempos, que no belo não havia tempo para rir. O chamado "imaginário cristão", profundamente trágico, centrado numa personagem que varia a sua expressão apenas entre a malvadeza e o sofrimento, foi, em si mesmo, um absoluto e milenar não-lugar para o riso. No entanto, na chamada modernidade, da mesma forma que o outrora louco se tornara, aos olhos de muitos, o agora sábio e o outrora sábio o agora louco, o outrora belo tornar-se-ia, então, da mesma forma, sob tal perspetiva, o agora feio e o outrora feio tornar-se-ia o agora belo. A modernidade fez com que não só o louco triunfasse, de uma perspetiva figurativa, sendo agora o sábio, mas fez também com que o feio se tornasse o novo belo. É o triunfo do louco. Mas não só isso. É também "o triunfo do feio", como o garantiu Umberto Eco (2015, p. 365)[137], em *A história da feiura*.

O *Ecce Homo* que, no modelo clássico, pela sua cara de sofrimento, incitara o crente à melancolia, foi substituído, no modelo moderno, por um novo *Ecce Homo* que, pela sua cara de parvo, incitou "o crente" ao riso, como, por exemplo, retrata a famosa fotografia de Einstein, em 1951, de Arthur Sasse. O

[137] Segundo Eco (2015, p. 365) "para Carl Gustav Jung (...), o feio de hoje é sinal e indício de grandes transformações por vir. Isso significa que aquilo que será apreciado amanhã como grande arte poderá, de todo modo, parecer desagradável hoje e que o gosto está sempre atrasado em relação ao aparecimento do novo. Ideia que vale para qualquer época, mas que parece particularmente adequada para caracterizar as obras produzidas pelos movimentos da vanguarda "histórica" dos primeiros decênios novecentistas. (...), o burguês escandalizava-se diante de um rosto feminino de Picasso não porque o comiserasse uma imitação fiel de uma mulher feia (nem Picasso queria que fosse assim), mas porque o considerava uma representação de uma mulher. Hitler, pintor medíocre, havia condenado a arte contemporânea como "degenerada" e décadas depois, diante de alguns quadros de vanguarda, Nikita Kruschev, habituado às obras do realismo soviético, diria que elas pareciam pintadas com o rabo de um burro."

Pantokrátor que, no modelo clássico, pela sua cara de mau, incitara o crente ao medo, foi substituído, no modelo moderno, por um novo *Pantokrátor* que, por se contorcer de riso, incita "o crente" ao riso, como, por exemplo, retratam as várias fotografias de Marilyn Monroe, considerada uma diva (do latim "deusa"). Na intitulada, por Friedrich Nietzsche (1996, p. 44), "era da comparação"[138], é possível constatar o seguinte: o riso excluído do ideal clássico está agora bem presente no novo modelo moderno.

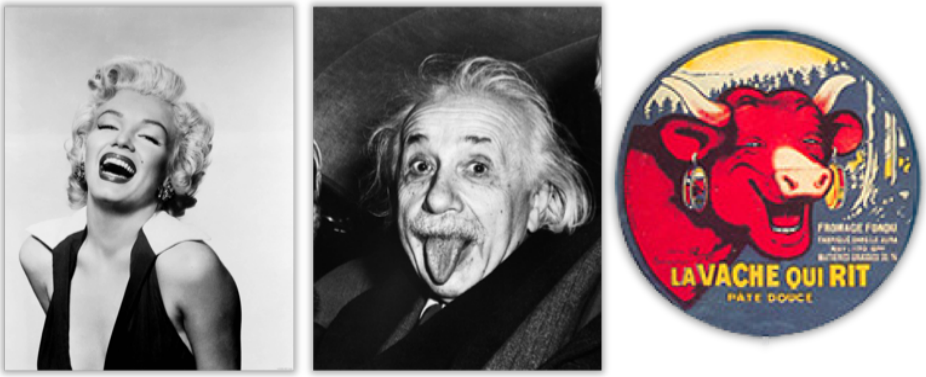


Figura 2: O rosto no ideal moderno é uma variável entre a "cara que ri" e a "cara que incita ao riso" e não mais uma variável entre a "cara triste" e a "cara de mau". Uma oscilante que também começou a estender-se, a partir desse momento, à arte e à ficção.
(Para comparar ambos os rostos ver tópico 1.1.7. do presente capítulo)

Da esquerda para a direita: Marilyn Monroe (1926-1962), estrela de Hollywood, reconhecida por ser constantemente fotografada sob a ação do riso. Fonte (acedido a 02/01/20): http://www.celebs101.com/photo/Marilyn-Monroe/132566-marilyn-monroe-photos. Albert Einstein (1879-1955), um dos mais importantes cientistas, ficou recordado por ser fotografado sob um rosto cómico, em 1951, por Arthur Sasse. Fonte (acedido a 02/01/20): https://rarehistoricalphotos.com/albert-einstein-tongue-1951/. *La vache qui rit*, uma marca criada em 1921, cujo logótipo antropomorfiza o riso humano numa vaca, transparecendo assim contentamento. Fonte (acedido a 02/01/20): https://avacaqueri.pt/historia/

Dessa forma, se outrora o riso não fazia parte da versão oficial, a qual se exibia ao público somente através de uma típica cara de mau, séria, que visava "intimidar" (Bakhtin, 1987, p. 81), com o tempo, a realidade tornar-se-ia diferente. Os invisíveis ideais modernos passam a ser trazidos a público sob um bem visível e novo rosto moderno, o qual não mais intimidava ninguém, atraindo todos e rindo estridentemente sem pudor. O riso torna-se, assim, uma parte integrante e importante da nova razão visual e, consequentemente, do novo rosto oficial. O riso passa a ser algo considerado belo, bonito de se fazer e de provocar.

Consequentemente, o riso passa a estar presente nas artes gráficas e algumas empresas passam a integrá-lo na sua imagem visual, como, por exemplo, a marca francesa *La vache qui rit* [139],

[138] Ponto 23.
[139] A marca é em Portugal conhecida como "A Vaca que ri".

nascida em 1921, cujo logótipo antropomorfiza o riso do humano numa vaca. Assim, o riso, além de estar presente na imagem social das estrelas de cinema, passa também a ser tema central dos filmes da época, como é o caso de *Laughter,* uma comédia romântica exibida em 1930. "You are rich – dirty rich. You are dying. You need laughter to make you clean" – refere uma das personagens do filme. Se, outrora, a primeira coisa que se incentivava alguém que estivesse às portas da morte a fazer era a confessar-se, para ficar "limpo", a partir de então, segundo a narrativa do filme em questão, o que se acreditava que limpava alguém antes da morte era o seu próprio riso. Esse passa então a ser visto como o maior dos "sacríficos" antes da morte, de acordo com a sabedoria popular, a nova sabedoria oficial, transmitida naturalmente no cinema. A confissão religiosa passava então a ser algo visto por muitos dos demais como ultrapassada, oriunda dos antigos e desatualizados saberes dos sábios.

Aquilo que aconteceu ao expressar emocional voluntário, no modelo oficial, e em particular ao uso do riso no âmbito social, em muito se assemelha àquilo que estava nesse momento a acontecer à própria arte, por volta do século XIX, em França. "Durante todo o século XIX, o *Salon* representou a arte em França, tornando-se um acontecimento anual a partir de 1831" (Marrucchi & Belcari, 2006, p. 14). Naturalmente, os artistas viam nessas exposições uma importante oportunidade para se mostrarem ao público e assim ganharem fama. No entanto, nem todas as obras eram aprovadas. Submetidas a uma rigorosa avaliação por parte de uma comissão que "dava preferência às grandes pinturas de história ou às alegóricas e mitológicas" (p. 14), muitos viam as suas "pequenas obras" serem recusadas. Algo inesperado, contudo, aconteceu no *Salon* de 1863: "o júri considerou inaceitáveis cerca de quatro mil obras" (p. 14). Um acontecimento que, por despertar duras críticas, fez com que Napoleão III permitisse a criação de um *Salon* para as obras rejeitadas, o depois afamado *Salon des Refusés* [140]. E quem preenchia esse "novo" salão? A base, o suporte da arte moderna, o novo oficial. Entre essas muitas obras rejeitadas estava, por exemplo, *Almoço na Relva,* de Édouard Manet.

O que acontecera no *Salon des Refusés* em muito se assemelha ao que aconteceu com os expressares emocionais que, por centenas de anos, foram desaprovados por quem os podia aprovar. Porém, aquando da avaliação dos "novos peritos", os mesmos expressares, baseados noutros parâmetros de avaliação, foram permitidos. Embora estivessem, no início, idealmente ausentes dos principais círculos, tornar-se-iam, com o tempo, em muitos casos, a sua principal base, qual agulha de um compasso geométrico. Entre esses expressares, anteriormente rejeitados e depois oficializados, estava aquele que é, para muitos, considerado o mais humano

[140] Em português, o *Salão dos Recusados.*

de todos: o riso. Qual *Almoço na Relva,* de Édouard Manet[141], em tempos recusado, símbolo da libertinagem, ousadia e promiscuidade, o riso tornar-se-ia, também ele, depois de ser rejeitado, uma "peça" fundamental no "novo" modelo oficial.

1.2.8. A cristandade e a reformulação da sua mensagem: "Cristo, afinal, riu!"

O riso tornar-se-ia, com o passar do tempo, como temos vindo a analisar, algo comum, e, por isso, de uma forma geral, interpretado por todos como um elemento sem pecado. Aliás, a nova interpretação vai muito para além disso: o riso começa a fazer parte da versão oficial. Assim, na segunda parte deste capítulo, o nosso destaque é essencialmente esse: a presença do riso na nova figura modelar, no novo ideal. Como consequência disso, de uma forma geral, a própria cristandade, que lentamente foi subjugando a sua razão invisível aos novos e invisíveis ideais modernos, teve também os seus frutos bem visíveis a partir da última metade do século XX. Entre eles estava, naturalmente, um que era muito característico: o riso. Falamos, então, de acordo com as palavras de Ingvild Sælid Gilhus (1997, p. 118), de "um novo ideal religioso"[142], de um novo modelo, ou seja, de uma nova interpretação da figura modelar, renovada, moderna.[143]

Segundo essa nova interpretação, "Cristo" não só riu com constância, como, também, aquando da sua passagem terrena, fez os outros à sua volta rir. Uma reinterpretação do ideal religioso que encontra, na mesma narrativa que o envolvera durante muitas centenas de anos em melancolia, o júbilo, a alegria e o riso. Como referiu o historiador Georges Minois (2003a), parece que "de repente, todo o mundo (...) redescobre o riso bíblico" (p. 115)[144]. O riso, na nova interpretação da cristandade, de um modo geral, não é mais visto como uma doença espiritual, mas sim, de forma muito contrária, como a própria cura.

---

[141] O *Almoço na Relva*, uma pintura de Édouard Manet, (1863, óleo sobre tela, 208x265cm, Museu de Orsay, Paris) ilustra o que acontecera com o riso. Primariamente recusada, considerada libertina, a pintura tornar-se-ia uma "peça" fundamental no "novo" belo, o belo da modernidade, oficial. Imagem disponível em (e acedido em 02/01/20): https://www.wga.hu/frames-e.html?/html/m/manet/index.html.

[142] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

[143] Ingvild Sælid Gilhus (1997, pp. 116, 117) referiu o seguinte: "A remythologization of laughter thrives in secular intellectual circles in the latter part of the twentieth century. And laughter has also turned more seriously religious. The Feast of Fools has been launched as a Christian utopia, and even Jesus is nowadays seen as having a great sense of humour. The reintroduction of laughter in Western Christianity has meant the end of several centuries during which laughter was banned from religious life. When laughter was again heard in the Church, it had not sprung spontaneously from religious soil. Its seeds came from outside the churches, from elements of fantasy and creativity prevalent in the culture of the 1960s. Laughter took root because it met what was conceived of as a lack within Christian faith; the religion with the glad tidings could not be too gloomy. The growth of modern religious laughter is in no way like Medieval Catholicism, in which laughter and the comic flourished as integral parts of Church life. This new laughter is dependent on the general cultural value now ascribed to laughter, and on its combinations with religion in secular culture."

[144] Segundo Georges Minois (2003a, p. 115) "na segunda metade do século XX, o tom muda. O humor está na moda, o riso é de bom gosto. Na 'sociedade humorística' contemporânea, ser desprovido de senso de humor é uma doença, quase um vício. De reprende, todo o mundo – a começar pelos crentes – redescobre o riso bíblico."

1.2.9. Fato, gravata e uma "cara de parvo". É este, então, o novo ideal?

O parvo é, no *Auto da barca do inferno*[145], de Gil Vicente (2017), alguém conhecido por "gozar dos prazeres" (p. 31) e, em *O sangue*[146], de Camilo Castelo Branco (2000), por andar com uma "boca cheia de riso" (p. 99). E foram muito provavelmente esses dois aspetos que, de uma forma geral, o caracterizaram ao longo da história. O parvo é a figura do comum popular, o leigo. No entender popular medieval, o parvo era merecedor do favor divino, porque tudo o que de mal fizera, fizera-o na sua ignorância. Em Gil Vicente, por exemplo, no *Auto da Barca do Inferno,* a personagem do anjo disse à do parvo: "tu passarás, se quiseres; porque em todos teus fazeres por malícia não erraste" (p. 31). Um saber popular, não oficial, que muito se distanciava do "saber oficial", que entendia que todo o praticante do pecado (onde se inseria evidentemente o riso) era merecedor de um inferno de fogo. Contudo, é no "saber da modernidade" que as coisas passaram a ser vistas de forma distinta. O riso, como já referido, desse prima, passou a ser observado como a imagem dos novos sábios, o ponto máximo da "nova alegria".

Trata-se, porém, de uma nova interpretação da razão, igualmente gráfica, visual, que fez com que o ser humano fosse uma vez mais submetido, como afirmou Herbert Marcuse (1973, p. 23), a "uma falta de liberdade confortável, suave, razoável e democrática [que] prevalece [ainda] na civilização industrial desenvolvida".

Debrucemo-nos, por exemplo, sobre o estudo que Arlie Hochschild, socióloga norte-americana, publicou em 1979, intitulado *The Managed Heart.* O seu tema central foi o trabalho emocional, algo que, segundo a própria, acontece quando o sujeito, em troca de um salário, administra a sua parte invisível de forma a criar uma exposição emocional visível (Hochschild, 2012, p. 7). Dirigindo-se ao centro de formação das jovens hospedeiras de bordo da *Delta Air Lines*, a socióloga registou o que ouviu do formador: "Agora meninas, eu quero que vocês sorriam realmente. O vosso sorriso é o vosso maior trunfo. Quero que saiam e o usem. Sorriam. Sorriam realmente"[147] (Hochschild, 2012, p. 4) O que terá provocado, então, esse rígido incentivo a um permanente interpretar daquilo a que aqui denominamos como a nova razão visual? Uma das jovens explica:

> Às vezes saio de uma prolongada viagem num completo estado de exaustão, porém, eu não consigo relaxar. Estou sempre a rir, a conversar, a ligar para amigos. É como se eu não me

[145] Publicado pela primeira vez em 1517.
[146] Publicado pela primeira vez em 1868.
[147] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

> conseguisse desligar da alegria artificial que eu própria criei para me manter desperta durante a viagem. Espero que isto passe (...).[148] (Hochschild, 2012, p. 4).

Esses "risinhos" constantes que a jovem refere, não são senão a mais alta imagem do riso de farsa na atualidade. Representam o alimentar, no próprio sujeito, de uma imagem verdadeira de riso repleta de muitas pequenas mentiras, de muitos pequenos "risinhos". Uma realidade que nos faz lembrar a do bobo (que era uma espécie de "parvo oficial") que, perante os olhos atentos dos demais, tinha com ele uma paradoxal obrigatoriedade: a de estar sempre descontraído, bem-disposto e risonho. Algo que se replica nos nossos dias. Trata-se de uma nova rigidez, na prestação de serviços, que exige que todos estejam sempre descontraídos.

O novo rosto de parvo oficial, não está apenas restrito a um limitado espaço, como outrora, a corte, pelo contrário, hoje está em todo o lado. Está nos aviões, na televisão, na rádio, no culto religioso, na campanha eleitoral, a servir cafés, a vender roupas, e, muito provavelmente, em muitas das horas do dia, em cada um de nós. Hoje, todos querem ser reis e, por isso, todos querem um "parvo oficial". Contudo, muitos, para serem reis, horas antes, foram o parvo. O parvo em período laboral é, não poucas vezes, o rei em período não laboral, o que representa o novo rígido interpretar da nova razão visual, uma "razão sensível", como descreveu Maffesoli (2001, p. 84). Todavia, um "parvo oficial" não é senão um falso parvo: um parvo que decide ser parvo para que, com a sua suposta idiotice, possa saciar a parvoíce de muitos. Assim, a oficialização do parvo trouxe para o palco social o mesmo interesse do outrora oficial parvo: alimentar o realmente parvo e reter dele a sua atenção, o seu dinheiro.

Uma realidade que nos direciona para a – cada vez mais esquecida – questão dos valores e que em muito nos faz recordar os conselhos de Simone Gessoe, Duque de Pádua – uma personagem de Oscar Wilde – que aconselhou um jovem inexperiente a sempre (sor)rir. O Duque incentivara o jovem Guido Ferranti ao uso de uma "máscara sorridente" primeiro, para depois esmagar os saciados e burlados ignorantes. E, qual Guido, a sociedade industrial moderna terá, nas palavras de Duque, afirmado também o seguinte: "Cumprirei o credo que me ensinou" (Wilde, 2011, p. 115). E, se o prometeu simbolicamente noutros tempos, parece estar a cumpri-lo nos nossos dias. Ao que parece, temos hoje a nossa razão subjugada à razão do parvo – aquele que anda sempre com uma "boca cheia de riso" (Branco, 2000, p. 99).

Marcado hoje pelo "retorno das máscaras" (Foucault, 1995, p. 402), o novo mundo oficial

[148] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

apresenta-se-nos literalmente a rir, mas, como nos assegura, entre outros, o estudo de Arlie Hochschild (2012), isso não é senão uma farsa comum. Uma farsa que, como nos elucida a narrativa de Oscar Wilde (2011), serve muitas vezes para nos esmagar. Um riso de farsa que esmaga a sociedade, mais uma vez, ironicamente, ou não, debaixo daquela que é a sua própria crença de *verdadeira felicidade.*

Mas se, até ao momento, analisámos sobretudo o fenómeno do riso "de dentro para fora", o que dizer agora dos muitos aspetos externos que aparentam igualmente influenciar a sua "leitura" no contexto social? O riso visto de "fora para dentro" será o foco da análise que segue no próximo capítulo.

CAP. 2 – O RISO NA SOCIEDADE: UMA ANÁLISE "DE FORA PARA DENTRO"

Se o Capítulo 1 se centrou principalmente no evoluir da própria definição do riso, tendo em conta, de forma secundária, os muitos fatores externos que influenciaram tais leituras, no Capítulo 2, o foco incidiu essencialmente nas muitas causas externas capazes de afetar as distintas significações/comunicações do riso. Para tal, procurou-se refletir sobre a comunicação do riso e de que forma esta é influenciada por duas importantes variáveis: os distintos climas emocionais e os diversos meios de comunicação de massas.

2.1. Os climas emocionais: o riso nas suas distintas comunicações

A felicidade não é mais pensada como futuro
maravilhoso, mas como presente radiante,
gozo imediato sempre renovado.

Gilles Lipovetsky, em 2007
A Felicidade Paradoxal[149]

[Aparentar] ser feliz é a
nova normalidade.

Edgar Cabanas &
Eva Illouz, em 2018
A Ditadura Da Felicidade[150]

Os modelos, por exemplo, na roupa, são feitos mediante os climas que os envolvem, porém, os climas não são obviamente feitos mediante esses modelos. Os climas são, e talvez ainda mais nos nossos dias, imprevisíveis. E essa é uma verdade à qual ninguém é imune. Todos, sem exceção, estão sujeitos às constantes e imprevisíveis mudanças das condições climáticas. Por exemplo, quem nunca foi obrigado a prescindir de um típico modelo de verão para se sentir confortável num frio e chuvoso dia dessa mesma estação?

Aquando dessa mudança repentina, sentir frio torna-se inevitável, mas ficar com frio é apenas opcional. Naturalmente, nessas ocasiões, muitos, senão todos, abdicarão do modelo proposto para usarem uma adequada indumentária. Contudo, se muitos, independentemente do clima, são, na sua interpretação oficial, obrigados a vestirem uma indumentária específica, como, por exemplo, os polícias, os demais, os não oficiais, não têm esse dever. A sua opção recai não sobre o modelo oficial, seja ele qual for, mas sobre a indumentária que entenderem ser mais adequada às condições meteorológicas do momento. A vestimenta oficial pode, mediante uma surpresa meteorológica, tornar-se desajustada e pouco confortável, por isso, o comum dos

[149] Gilles Lipovetsky (2007, p. 335).
[150] Edgar Cabanas & Eva Illouz (2019, p. 227).

cidadãos, não tendo motivos para a usar, não o fará certamente no seu dia-a-dia. Da mesma forma, apesar de sempre ter havido um modelo proposto para o rosto, com mais ou menos riso, nem sempre os climas facilitaram o seu uso, pelo menos em teoria.

Retomando o campo das condições meteorológicas, agora finalmente associadas ao riso, encontramos um curioso excerto a esse respeito no trabalho inaugural de Guilherme d'Almeida (1900), na Escola Médico-Cirúrgica do Porto[151], intitulada *O riso*. O autor refere que "não é de todo para desprezar a influência do clima e da temperatura no riso" e, prossegue, observando que "hoje parece averiguado que se ri mais de verão que de inverno" (p. 57). Contudo, na sua consideração[152], não é apenas no riso que a temperatura influi: "com as baixas temperaturas predominam óbitos, suicídios e erros bancários", enquanto com o vento, existe "um acréscimo de agressões e desordens" (pp. 58, 59)[153]. O que o autor enfatiza é tão somente a existência de um clima meteorológico mais propício ao riso, o qual, assim como uma qualquer indumentária particular, tem o seu uso variado, e é, mediante o meio envolvente, mais ou menos apropriado. Reflete-se, então, nos próximos parágrafos, não nos climas meteorológicos e no riso, mas, com a mesma coerência, nos climas emocionais e no riso, tendo em conta um objetivo: descobrir se vivemos num dos climas sociais mais propícios ao uso do riso.

2.1.1. Os climas invocam indumentárias adequadas e não modelos oficiais

No passado, o medo coletivo do inferno de fogo incitou muitos a agirem de uma determinada forma. E, nos nossos dias, o medo de perder o emprego, de perder o sustento familiar, de reprovar num determinado exame, entre outros, também continua a incitar muitos a agirem de uma determinada forma. Em ambos os casos, de entre muitíssimos outros possíveis de enumerar, o que está em causa são somente os regimes do sentir e não ideais, isto é, roupagens verídicas e não modelos utópicos, uma invocação comum e não uma oficial. Isso significa que, deste ponto de vista, se algum indivíduo, por algum motivo, deixar de mostrar sentir o mesmo que o respetivo coletivo, se deixar de ser irrigado por esse determinado sentir (seja ele positivo ou negativo), é inevitável, surge uma súbita gangrena que o exclui desse mesmo corpo, quer seja no âmbito político, religioso, empresarial ou social.

Falamos, então, de regimes do sentir – de um sentir do "eu" condicionado por um sentir do "nós" – que, qual sangue invisível nas veias de um corpo, não apenas proporciona a união dos

[151] Existiu entre 1836 e 1911.
[152] Segundo o próprio, a sua reflexão foi sustentada em *Dexter - La science illustrée, 1899.*
[153] A adaptação do texto, para o português da atualidade, foi realizada pelo autor da tese.

membros, como também mantém vivos os interesses desse mesmo corpo. Mas, e se, porventura, alguém não sentir como esse corpo – neste caso social – diz que deve sentir? Segundo Émile Durkheim (2000, p. 24), "cada sociedade se predispõe a fornecer um contingente determinado de mortes voluntárias." Isso significa, na prática, que, muitas vezes, não há uma alternativa fácil, acessível: ou nos adaptamos a um determinado regime do sentir e aprendemos a assim sentir, ou somos forçados a isso, embora contrariados. De outro modo, caso rejeitemos totalmente essa regulação do sentir, o corpo (social, neste caso,) não tem grande interesse em nós e está predisposto a que dele desapareçamos, pelo menos em teoria.

Em nome dos mais diversos ideais, embora na maioria das vezes bem afastados desses, variados e distintos foram os regimes do sentir que se fizeram realmente sentir. Uma viagem ao longo desses regimes apoiará certamente a nossa reflexão acerca do atual clima emocional, o qual incita o indivíduo a um novo sentir muito particular, como vimos, de uma "alegria" meramente histriónica, que privilegia o riso como nunca, definido por Edgar Cabanas & Eva Illouz (2019) como uma "ditadura da felicidade". E é o revestir visual desse sentir que, qual peça de roupa adequada a um clima – mas não necessariamente a idealizada (por uma qualquer ideologia) –, proporciona ao indivíduo viver "confortavelmente", isto é, sem ser em teoria "excluído".

Em culturas letradas destacam-se no rosto humano, segundo o especialista Paul Ekman (2011, p. 28), seis principais manifestações do sentir: o medo, o nojo (a aversão, ou, por outro lado, quando consciencializado na própria pessoa, a vergonha), a raiva, a surpresa, a tristeza e a felicidade. Reflitamos, então, embora de forma muito resumida, nos próximos parágrafos, em alguns monocórdicos regimes do sentir e em como encararam – ou acreditamos que possam encarar, isto é, interpretar – a muitíssimo particular expressão gráfica/visual do riso. Ainda que a seguinte revisão/reflexão, por uma questão de compreensibilidade, tenha sido sobretudo aplicada a regimes sociais bastante amplos, acredita-se veementemente que também se aplica a outros regimes muito menores e bastante mais circunscritos. O foco dos próximos parágrafos estará, portanto, na significação do riso mediante a retórica emocional do meio envolvente e não no próprio riso ou nesse mesmo meio envolvente.

2.1.2. Num clima de "medo" (medieval): o riso pertence ao mais audaz

Jean Delumeau (2009), historiador que se dedicou ao estudo do medo na Idade Média, referiu que o mesmo é "inerente à nossa natureza" (p. 23), "é uma defesa essencial, uma garantia contra os perigos, um reflexo indispensável que permite ao organismo escapar provisoriamente à morte" (p.

24). Porém, quando este atinge uma dose não suportável, segundo o próprio, torna-se "patológico e cria bloqueios" (p. 24). "Pode-se morrer de medo, ou ao menos ficar paralisado por ele" (p. 24), explicou. E se há momento em que o medo foi algo muito comum, esse momento foi, sem dúvida, a própria Idade Média, como defendeu o autor. Pois, entre variadíssimos outros aspetos, esse período ficou marcado por uma profunda ignorância quanto ao interpretar dos fenómenos naturais. Na mente da maioria dessas pessoas, uma linha muito ténue separava a vida real do seu imaginário – uma amálgama entre o imaginário romano, cristão e pagão. Isso fez com que, nas narrativas que se faziam ouvir, fossem "trazidos" para o palco social a presença de espíritos maus e de seres sobrenaturais, como vampiros, lobisomens, bruxas, etc. Assim sendo, podemos certamente imaginar que muito daquilo que movia o homem e a mulher medievais era o seu medo, que era em muito alimentado pelo seu próprio imaginário.

Com efeito, foi certamente esse conjunto de medos individuais – o medo do invisível, da noite, da trovoada, do vizinho, do visitante, das estrelas, do vento, ou mesmo de seu próprio corpo (que o poderia levar a pecar e ser condenado a um eterno inferno de fogo) – que despoletou aquilo que o próprio Jean Delumeau (2009) denominou de "um clima de medo" (p. 33). Um clima emocional que, obviamente, seria usado em favor dos próprios interesses do corpo social, e, neste caso concreto, a favor da própria Igreja. Na verdade, foram "os homens da Igreja" (p. 44) que nomearam, explicaram e aclararam os muitos medos, fazendo-o segundo os seus próprios interesses e crenças. Com efeito, as suas ambíguas explicações e as suas sanguinárias ações contribuíram ainda mais para o proliferar e o inflamar desse mesmo clima. Porém, por se tratar de um regime sem aparente escape possível, o medo, uma faceta do sensível, poderá ter adquirido nesse período uma certa calosidade, sendo até mesmo possível que alguns fossem, comparativamente aos nossos dias, segundo o autor, "menos sensíveis a[alguns aspetos d]o medo" (p. 22). O medo era de tal forma omnipresente no espaço social que os maiores heróis da literatura eram pessoas sem medo. "João Sem Medo", "Carlos, o Temerário" e "Bayard, o cavaleiro sem temor" eram apenas alguns desses protagonistas (p. 15). Esses títulos não espelhavam apenas o ideal de cada um, mas, acima de tudo, o medo de todos.

No entanto, o que nos poderá ensinar acerca da significação do riso este monocórdico clima de medo medieval? Mikhail Bakhtin defende uma posição:

> O homem medieval sentia no riso, como uma acuidade particular, a *vitória sobre o medo,* não somente como uma vitória sobre o terror místico ("terror divino") e o medo que inspirava as forças da natureza, mas antes de tudo uma vitória sobre o medo moral que acorrentava, oprimia e obscurecia a consciência do homem, o medo de todo o que era sagrado e interdito ("tabu" e

> "maná"), o medo do poder divino e humano, dos mandamentos e proibições autoritárias, da morte e dos castigos de além-túmulo, do inferno, de tudo que *era mais temível que a terra.* Ao derrotar esse medo, o riso esclarecia a consciência do homem, revelava-lhe um novo mundo. Na verdade, essa vitória efémera só durava o período da festa e era logo de seguida por dias ordinários de medo e de opressão; mas graças aos clarões que a consciência humana assim entrevia, ela podia formar para si uma verdade diferente, não oficial, sobre o mundo e o homem, que preparava a nova autoconsciência do Renascimento (Bakhtin, 1987, p. 78)

Segunda a sua perspetiva, ao que parece, a representação do riso surge, num clima de medo – um clima como aquele que se fizera sentir no período medieval –, como a imagem de uma efémera vitória sobre esse mesmo medo, símbolo de superioridade. O sujeito que ri num clima de medo, comparado a um adulto que ri do medo infantil e infundado de algumas crianças que gritam assustadas numa típica "Casa do Terror" de uma feira popular, não é senão aquele que entende que, nesse momento, por algum motivo, sabe algo mais que os outros. E é esse conhecimento a mais que, no entender dos outros, é certamente compreendido como um ato de coragem. Assim como acontecia no passado, hoje, num clima de medo, o riso aparenta ser uma imagem dos audazes, daqueles que se atrevem a saber, a ver e a fazer mais que os demais. Num clima de medo, o riso parece ser somente daqueles que estão acima do medo e dos seus porta-vozes. E é exatamente isso que propõe a reflexão de Bakhtin.

> O riso da Idade Média não é a sensação subjetiva, individual, biológica da continuidade da vida, é uma sensação social, universal. (...). É por isso que o riso da festa popular engloba um elemento de vitória não somente sobre o terror que inspiram os horrores do além, as coisas sagradas e a morte, mas também sobre o temor inspirado por todas as formas de poder, pelos soberanos terrestres, a aristocracia social terrestre, tudo o que oprime e limita.
>
> O riso da Idade Média, que venceu o medo do mistério, do mundo e do poder, temerariamente desvendou a verdade sobre o mundo e o poder. Ele opôs-se à mentira, à adulação e à hipocrisia. A verdade do riso degradou o poder, fez-se acompanhar de injúrias e blasfêmias, e o bufão foi o seu porta-voz. (Bakhtin, 1987, pp. 79, 80)

2.1.3. Num clima de "vergonha" (pós-medieval): o riso é do escravo dos costumes

A vergonha (ou, de outro prisma, o nojo ou a aversão por algo), segundo Ruth Benedict (1972), antropóloga americana que se debruçou sobre essa questão, "é uma reação à crítica dos

demais" (p. 189). Segundo a autora, "alguém pode envergonhar-se ou quando é ridicularizado abertamente ou quando cria para si mesmo a fantasia de que o tenha sido", mas "em qualquer dos casos trata-se de uma sanção poderosa" que sempre requer "uma plateia, ou pelo menos que se fantasie uma" (p. 189). E se a certa altura o corpo social compeliu todos a, simbolicamente, bailarem ao som do temor, do medo, também os impelira, em outra ocasião, ao que parece, a simbolicamente dançarem ao ritmo da vergonha.

N'*O Processo Civilizador* [154]*,* o sociólogo Norbert Elias (1994) chama a nossa atenção para "um curto tratado de autoria de Erasmo de Rotterdam, *De civilitate morum puerilium (Da civilidade em crianças),* que veio à luz em 1530" (p. 68). No seu entender, a ampla proliferação deste escrito, nesse período em questão, foi uma clara evidência de que o mesmo "tratava de um tema que estava maduro para discussão" (p. 68). E qual era o assunto? Dedicado a um menino nobre, filho de um príncipe, "o livro de Erasmo trata de um assunto muito simples: o comportamento de pessoas em sociedade — e acima de tudo, embora não exclusivamente, do decoro corporal externo" (p. 69). Variadas foram as orientações contidas nesse tratado, referindo, por exemplo, entre muitos outros aspetos, que "não é muito decoroso oferecer a alguém alguma coisa semimastigada" (p. 71), assim com também não o é "retirar da boca a comida mastigada e recolocá-la na *quadra*" (p. 71). As advertências de Erasmo aparentavam ser, na verdade, apenas um reflexo do novo regime emocional, que se começava realmente a fazer sentir sob um novo clima: o da vergonha. Nesse sentido, Erasmo exortou: "Todos, do rei e rainha ao camponês e sua mulher, comem com as mãos. Na classe alta há maneiras mais refinadas de fazer isso. Deve-se lavar as mãos antes de uma refeição" (p. 71). Como notamos, até que "todos" pudessem agir de uma determinada forma, o ideal, isto é, a pessoa exemplar desse clima emocional, jamais o deveria fazer. Tratava-se de um imaginário perfeito que, mais uma vez, não só espelhava o ideal de cada um, mas, acima de tudo, o regime emocional de todos.

Embora a aversão (ou o nojo), aquilo que nos incita à vergonha, parece ser para o autor uma herança natural, o mesmo entende que a forma como a tratamos está dependente da nossa herança cultural. Na perspetiva de Norbert Elias (1994), todos, ao procederem de tal forma, estão de facto a moldar as suas heranças biológicas ao serviço das suas heranças culturais, as quais são incutidas pelo próprio corpo social.

Deste modo, levanta-se a questão: o que poderá ensinar-nos este clima de vergonha pós-medieval acerca da significação do riso? O próprio Norbet Elias responde-nos:

[154] Publicado pela primeira vez em 1939.

> "Conta em sequência exata", diz o mestre-escola a um aluno em um livro escolar de 1568, os diálogos de Mathurin Cordier para escolares, "o que fizeste entre acordar e tomar o desjejum. Escutai com toda atenção, meninos, para que aprendais a imitar vosso colega." "Acordei", diz o aluno, "saí da cama, vesti a camisa, calcei as meias e os sapatos, fechei o cinto, urinei na parede do pátio, tirei água do balde e lavei as mãos e o rosto secando-os com um pano, etc."
>
> Em épocas posteriores, o ato praticado no pátio, pelo menos em um livro escrito como este, expressamente como manual de instrução e exemplo, teria sido simplesmente ignorado como "sem importância". Neste caso não é particularmente "sem importância", nem "importante". É aceito como natural, como qualquer outra coisa.
>
> A criança que quisesse contar hoje essa necessidade o faria ou como uma espécie de piada, encarando o convite do mestre "literalmente demais" ou se referiria a ela usando de circunlóquios. Mas, com toda a probabilidade, esconderia seu embaraço com um sorriso, e um sorriso "de compreensão" dos colegas, expressão de uma pequena infração de um tabu, seria a reação. (Elias, 1994, p. 142)

Conforme notámos, segundo o autor, aquilo que para o sujeito é, no espaço social, considerado "natural" numa determina época será, tempos depois, motivo de vergonha e de embaraço. Embaraço esse que o sujeito tenta esconder com "uma espécie de piada". O riso aparenta adquirir então, nesse caso, uma dupla ação: ao mesmo tempo que "castiga os costumes", como similarmente afirmara Henri Bergson (1993, p. 26), parece tentar esconder também aqueles que os violam. Podemos, pois, compará-lo, segundo esta base, com um pai que, ao mesmo tempo que repreende um filho que, desobedecendo-lhe, se suja, o esconde dos olhos atentos dos demais, para que não o reprovem também a ele.

Assim, segundo o ponto de vista em análise, um sujeito que ri num clima de vergonha, não aparenta ser senão aquele que, ao mesmo tempo que lembra os demais que não são máquinas, lembra também que é, de certa forma, como "máquinas" que se devem comportar em sociedade. De tal prisma, num clima de vergonha o riso aparenta pertencer não só aos mecanizados, mas, acima de tudo, também aos *mecanizantes* – aqueles que, debaixo da "escravidão" dos costumes, continuam eles mesmos a "escravizar" os demais à sua volta. Esse aspeto fica ainda mais claro noutra passagem do autor.

> Não deixa de ser interessante observar que hoje [década de 1930], época em que este padrão de conduta se consolidou tanto que é aceito como inteiramente natural, certa relaxação está começando, sobretudo em comparação com o século XIX, pelo menos no que diz respeito a referências verbais a funções corporais. A liberdade e despreocupação com que as pessoas dizem o

> que tem que ser feito, sem o menor embaraço, sem o riso ou o sorriso forçado que acompanham um tabu infringido, aumentaram visivelmente no período de pós-guerra. Mas isto, tal como os costumes modernos de banho e dança, é possível apenas porque o nível habitual de autocontrole, técnica e institucionalmente consolidado, a capacidade do indivíduo de restringir suas necessidades e comportamento de acordo com os sentimentos mais atuais sobre o que é desgostoso, foram atingidos. O que se observa é uma relaxação dentro do contexto de um padrão já firmemente radicado. (Elias, 1994, p. 145)

2.1.4. Num clima de "surpresa" (tecnológica): o riso é de quem vê a sua mente superada

A surpresa (ou o espanto), segundo Paul Ekman (2011), "é a mais breve de todas as emoções" (p. 160) e "dura, no máximo, alguns poucos segundos" (p. 160). Normalmente, é só depois da surpresa se dar que tentamos entender o que realmente aconteceu. A surpresa, dependendo daquilo que a despoletou, pode ser uma mistura de medo, diversão, alívio, raiva, aversão, etc. Na verdade, é uma expressão tão rara e fugaz que muito raramente consegue ser fotografada. E é por isso que, "em geral, os repórteres fotográficos mostram-na reencenada ou posada" (p. 160). Com efeito, se é realmente difícil fotografá-la, também o parece ser encontrá-la num clima emocional de grande escala, de forma que possamos refletir com alguns argumentos válidos sobre o expressar do riso nesse(s) mesmo(s) ambiente(s).

Tendo como principal objetivo a máxima rentabilização económica, os séculos XVIII e XIX ficaram marcados, entre outros aspetos, pela criação de novos e excêntricos mecanismos. Além disso, ao contrário do que aconteceu no clima de medo da Idade Média, onde a fantasia estava restrita sobretudo ao campo do invisível, agora começava a ser bastante real e a estar presente no dia-a-dia das pessoas. Deste modo, foi ocorrendo um conjunto sucessivo de "pequenas" surpresas, como, por exemplo, segundo Jack Challoner (2010), o motor a vapor (1765), a iluminação a gás (1792), o motor de combustão interna (1794), a vacinação (1796), o revólver (1835), o motor a gás (1860), o fornecimento público de eletricidade (1882), o automóvel (1886), o telefone público (1889), o motor a *diesel* (1895), o aparelho auditivo (1898), a aspirina (1899), etc., que fizeram com que algo muito maior se instalasse no espaço social: um clima de surpresa. Esse clima de *suspense,* alimentado por pequenas surpresas regulares, e que parecia prometer a todos a superação do antigo mundo irracional, "habitado por mitos, ritos [e] superstições" (Meneses, 2014, p. 119), parecia também fazer crer a todos numa vindoura grande surpresa final: um mundo novo, moderno e realmente justo.

Mas, o que nos pode ensinar este particular clima de surpresa acerca da significação do riso?

Observemos a curiosa reflexão a esse respeito do teórico John Dewey (edição de 1894). Segundo o autor, o riso não deve ser visto como a consequência de qualquer coisa, mas como algo individual. Nas suas palavras, "o riso não deve ser visto do ponto de vista do humor; [pois] a sua ligação ao humor é [apenas] secundária", pois o riso, entende, "marca [apenas] o final (isto é, o resultado de um todo) de um período de *suspense* ou de expectativa, um final que é nítido e repentino" (p. 558)[155]. Como notamos, e tendo como base o pensamento do autor, o riso não está fora de um clima de surpresa, e nem tampouco a ele é estranho, pois é a própria imagem e som de uma surpresa. Dessa forma, concluímos que debaixo de um clima de surpresa, a imagem do riso é a sua própria reprodução, ou seja, segundo alguns teóricos já citados, é o encontrar do "limite do nosso [pensamento]" (Foucault, 1995, p. 5), ou o experimentar de um novo "não-lugar" (Bataille, 1980, 1989).

Se, então, dentro desta reflexão, e tendo apenas em conta os aspetos aqui descritos, atribuíssemos, simbolicamente, um rosto aos séculos XVIII e XIX, seria o do próprio riso, não um riso final e alargado, mas um conjunto de pequenos risos que aguardavam um riso maior, quais risos menores no desenrolar de uma anedota que aguardam um riso final estridente. Então, da mesma forma que podemos insinuar que o ser humano, outrora, num clima de *suspense* social aparentou figurativamente se rir por se deparar positivamente com um mundo que jamais imaginou, podemos de igual forma depreender que o sujeito que ri hoje num clima de surpresa, apenas o faça por se deparar com algo que nunca imaginou, por ver a sua própria mente (isto é, a sua imaginação) ser superada – positivamente superada, sem dano para si, pois, caso contrário, o seu riso seria substituído possivelmente pelo seu choro.

2.1.5. Num clima de "raiva" (proletária): o riso é do que mais castiga os demais

A raiva (ou, de outro prisma, a manifestação visual do ódio) é, segundo o teórico Gilles Deleuze (2017), em *Espinosa e o problema da expressão* [156], uma emoção, uma vontade, que está intimamente interligada a várias outras, como, por exemplo, a antipatia, o escárnio, o menosprezo, a inveja, a cólera, etc. (p. 268). Uma vez que, segundo o autor, nasce de algo que nos proporciona um longo estágio passivo de tristeza, o seu principal fim é, tão somente, "fazer tudo para descartar a tristeza e destruir o objeto que é a sua causa" (p. 268). E se é verdade que a raiva de um mero ser humano o pode incitar à destruição de algo, não é menos verdade, da mesma forma, que um conjunto alargado de pessoas, num clima de raiva, podem também causar uma destruição bem significativa de algo. Na

[155] A tradução foi realizada pelo autor da tese.
[156] Publicado pela primeira vez em 1968.

verdade, e tendo apenas em atenção o descrito pensamento de Deleuze, esse será o seu único fim.

Segundo se averiguou, é possível que a palavra "fardo" derive do árabe *fard,* que indicava o peso que um camelo era capaz de suportar. E é com essa imagem em mente, um camelo carregado até ao seu limite, que podemos imaginar como se sentira o "solo protestante" ao libertar-se antecipadamente do seu tão pesado e prolongado peso religioso medieval. Um regozijo, certamente. Contudo, muito curto e, quiçá, em termos práticos, inexistente. Com efeito, na mesma medida em que esses países se libertavam de um peso, davam início a um outro, o qual começou com o evoluir dos métodos de produção, iniciados no século XVIII, e que viriam mais tarde a dar origem ao denominado capitalismo. O corpo social, que começou a bailar a esse novo ritmo, incitara todos os seus membros a uma significativa mudança.

Na prática, a agricultura foi substituída pela indústria, o que levou a população a deslocar-se para os centros urbanos. Os trabalhos variados e a vida ao ar livre do camponês seriam substituídos pelo monótono e aprisionante trabalho do operário. O trabalho servil realizado para os senhores feudais seria substituído pelo trabalhado assalariado realizado para os novos burgueses. A troca comum de bens seria substituída pelo uso recorrente de moedas. O ato de trabalhar para sobreviver, com o tempo, seria substituído pela ânsia de enriquecer. Uma nova explosão que, qual *Big Bang,* dera início a uma nova atmosfera, assim como a um novo ser: o *homo economicus.* Esse "novo" ser humano, de um modo geral, ao invés de se mover em favor da Igreja, passou a mover-se em favor da própria máquina económica, não tendo outro objetivo senão a máxima rentabilização dos seus esforços, com o fim de produzir riqueza.

Um acontecimento que, segundo a crítica da época, veio a fazer com que o próprio ser humano "perdesse" a sua natureza humana e se "tornasse", ele mesmo, uma máquina, isto é, um ser alienado. Na verdade, ao mesmo tempo que os operários trabalhavam arduamente em troca de salários que mal pagavam os seus alimentos, a sua labuta escravizada continuava a saciar uma cada vez mais rica burguesia. Esta "realidade meteorológica" veio a proporcionar que um clima de raiva se instalasse no espaço social, o qual atiçava, em ambos os lados, cada vez mais raiva. Se, por um lado, os burgueses pareciam cada vez mais determinados em continuar a esmagar sem piedade os operários, estes, por outro lado, estavam também cada vez mais determinados a derrubar violentamente esse regime bastante parcial.

Mas o que é que este clima de raiva nos poderá ensinar acerca da significação do riso? Reflitamos. O contínuo gozo dos burgueses – uma expressão que é análoga à do riso –, sustentado no ininterrupto trabalho forçado dos operários – uma situação que pode ser, de certa forma, considerada

ridícula (que não tem lógica) –, fez com que estes últimos se unissem num clima de raiva e de ódio, levando, em muitos casos, ao despoletar de ações violentas para com os burgueses. Da mesma forma, podemos ponderar, com base nos factos aqui descritos, que o sujeito que continua a rir num clima de raiva, atiça consequentemente mais raiva entre os demais indivíduos, qual burguês que, sem piedade, se continuava a saciar sadicamente com o trabalho forçado dos seus operários. Esta raiva, caso surja uma oportunidade, será em muitos casos, provavelmente, concretizada com violência, a fim de derrubar tal ostentação perversa de prazer. E, se tal se suceder, ao que parece, evocará nos que sentem tal raiva, desta feita, o seu riso. Um riso malévolo, sustentado no choro daqueles que outrora riam. E esse é um riso que, recordemos, no entender de Bergson (1993, p. 28), é o som estridente do quebrar da rigidez daqueles que "começam a considerar-se a si próprios como obras de arte", ou seja, segunda a sua perspetiva, uma espécie de "castigo social" (visual e audível).

Porém, em ambos os casos, é evidente que, num clima de raiva, o riso parece pertencer àquele que melhor consegue exercer a sua raiva, e que melhor consegue, com a sua raiva, subjugar violentamente os demais e deles fazer o seu sádico objeto de prazer momentâneo – um objeto de riso. Tal como outrora, hoje continuamos a acreditar que, nesses mesmos climas de raiva, o riso é de quem mais e melhor consegue castigar os demais. Este é, obviamente, um riso muito distinto de todos os outros até então analisados. Com efeito, é um riso fugaz, que se assemelha àquilo que Vladímir Propp (1992, p. 159) descreveu como um riso "maldoso", "mau", que "não suscita [qualquer] simpatia".

2.1.6. Num clima de "tristeza" (moderna): o riso só pode mesmo ser do louco

A tristeza (ou, até mesmo, dependendo do contexto, a própria infelicidade) comporta, por norma, um conjunto de emoções e sentimentos paralisadores. Nas palavras de Gilles Deleuze (2017), em *Espinosa e o problema da expressão*, é um conjunto de aspetos que "fazem de tal maneira que [a] nossa potência de agir diminui cada vez mais e tende ao seu mais baixo grau" (p. 269). Embora possível de exteriorizar emocionalmente, trata-se sobretudo de algo que se origina no âmago de uma estrutura racional, como, por exemplo, na frustração de uma expectativa. Existe, por isso, não apenas em seres-humanos individuais, mas também nas mais diversas estruturas organizacionais, quer sejam públicas ou privadas. Notemos, então, um particular período histórico em que a tristeza parece ter imperado e, claro, tendo em mente o nosso principal foco, esperamos também conseguir entender como tal clima pode interpretar o riso.

Os ideais modernos, estabelecidos no século XVIII, ao contrário do que se expectara, não foram estabelecidos. No século XX, quando muitos esperavam que, finalmente florescessem, o completo

oposto aconteceu. As condições "meteorológicas", alteradas pelas guerras, destruições, doenças, ódio e violência, fizeram com que uma nova atmosfera se fizesse sentir, a qual já não era sustentada no *suspense* e no otimismo de outrora, como já referido, mas numa profunda e real tristeza. No entender do teórico Bruno Latour (2016), em *Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica*[157], "o mundo moderno jamais existiu, no sentido que jamais funcionou de acordo com as regras de sua Constituição" (p. 44). Isso fez com que a modernidade, pautada pelo pensamento iluminista fosse, segundo Eduardo Meneses (2014, p. 119), apenas "uma ilusão", ou, segundo o sociólogo Moisés Martins (2011, p. 143), um "sonho – um sonho que com o tempo se converteu em assombração."

Dessa forma, aquilo que parecera, no início, ser uma incrível e eufórica anedota para o espetador, tornara-se, com o desenrolar do tempo, num depressivo e assombroso drama. E o esperado clima de exultação final, tornara-se, com o tempo, um inevitável e prolongado regime de melancolia. Na verdade, jamais conseguimos rir com a modernidade porque, tendo como base Bruno Latour (2016), "jamais fomos modernos". Porém, é talvez exatamente por isso que ainda hoje podemos continuar a rir-nos da "modernidade" – isto é, obviamente, neste contexto específico, do conceito de "modernidade". Segundo Meneses (2014, p. 121), a melancolia dentro da modernidade não pode ser "vista com pecado", pois essa é a sua retórica natural. Se outrora, num clima de euforia, por exemplo, a tristeza não era certamente muito bem vista, a verdade é que, com o passar do tempo, viria a tornar-se a "indumentária facial" mais apropriada ao clima tempestuoso que se sentiu na modernidade. Roupagem inevitável para quem, nesse clima, quisesse viver "confortável". Mais uma vez, não falamos de um modelo ideal, mas de uma roupagem adequada, isto é, não falamos do ideal moderno, mas da realidade moderna.

O que nos pode então ensinar acerca do riso este monocórdico clima de melancolia e tristeza? Reflitamos. Quem pode, numa gélida e chuvosa noite de verão, insistir num típico e fresco modelo dessa mesma estação? Apenas o louco, que devido à sua insanidade não compreende ou não sente o clima à sua volta. Da mesma forma, quem pode sentir uma intensa vontade de rir derivada do sofrimento daqueles que estão à sua volta? Apenas o louco, que devido à sua insanidade não compreende ou não sente o clima à sua volta. Qual louco que, sem pudor algum, exibe a sua satisfação num ajuntamento fúnebre por rir, aquele que ri num clima de melancolia exibe igualmente aos demais enlutados o seu prazer egoísta, ostentado no seu próprio corpo. Por adotar tal atitude será naturalmente considerado, por esses à sua volta, portador de alguma demência, pois só alguém considerado louco pode absorver o prazer onde os outros absorvem a mágoa. Em suma, num clima

[157] Publicado pela primeira vez em 1991.

de tristeza, o riso só pode ser do considerado insensato, daquele que, por alguma "irregularidade", sente algo diferentemente dos demais. E mesmo que não seja louco e que tenha, no seu entender, no meio do caos, encontrado um motivo válido para rir, será sempre pela maioria dos demais desconsolados considerado louco.

De facto, foi essa luz da melancolia moderna que, sem dúvida, associada ao ideal platónico, fez soar as trombetas com frases como "muito riso, pouco siso". O conjunto de mudanças nas "condições climáticas" proporcionou, na modernidade, um tempestuoso clima de "frio", o qual tornou a indumentária do riso em algo considerado pouco apropriado no âmbito social. Em plena modernidade, na qual se expectava sol, as condições meteorológicas surpreenderam muitos e evocaram uma indumentária mais pesada, muito semelhante à do ideal clássico, que também tecia uma opinião negativa quanto ao uso do riso.

2.1.7. Num clima de "alegria" ("pós-moderna"): é quanto mais riso melhor?

Definir felicidade ou alegria, tendo com base toda a principal literatura académica, a ser possível, requeria uma tese apenas para esse fim, pois trata-se, muito provavelmente, de uma das temáticas mais debatidas ao longo de toda história da humanidade. Uma vez que as explicações existentes na literatura são tão variáveis quanto contraditórias, e de forma a simplificar a execução deste tópico, centremo-nos, primariamente, mais no conceito de bem-estar geral (e até popular, comummente definido como contentamento) e não tanto em algum conceito de felicidade específico, enquadrado em alguma crença ou ideologia. Para já, então, entendamos felicidade como o contrário de tristeza (já definida). Não obstante, mais adiante, teremos em atenção os muitos ingredientes sociais que hoje parecem delimitar esse amplo, porém muito vulnerável, conceito de "felicidade moderna".

O modelo clássico, sustentado numa crença de um ideal religioso que repudiava todas as emoções, criado por volta dos séculos III e IV e alimentado por centenas de anos, a partir do século XVIII começou a ser substituído por outro, um modelo moderno, que iria privilegiar as emoções em detrimento de qualquer razão. Apesar de esse modelo, teoricamente, ter sido criado para a modernidade, os acontecimentos no início do século XX, qual calor de verão que temporariamente se ausenta dessa mesma estação, "impediram" o uso do modelo proposto – um modelo demasiado leve e fresco. Porém, passado esse inesperado frio simbólico, um novo calor se fizera sentir, o qual evocava, de novo, um típico modelo dessa mesma estação. Referimo-nos, obviamente, a um clima emocional social que é por muitos hoje denominado "pós-modernidade". Trata-se, segundo Maffesoli (2014, p. 7), de um período de mudança no qual é possível visualizar

um "grande retorno dos 'humores' secretados pelo corpo social."[158] Trata-se de um regresso de um antigo clima, o qual incita a todos a um muito intenso prazer egoísta, dionisíaco, que muitos tendem a chamar de "felicidade moderna".

O novo clima que se veio gradualmente a fazer sentir e que tornou cada vez mais atual o modelo moderno, tornou também cada vez mais atuais os seus muitos conceitos acerca da natureza do ser humano e do seu objetivo da vida. Naturalmente, entre esses conceitos estava também o "conceito moderno" de felicidade: visual, quantitativa e centrada apenas no prazer, sustentando-se no novo início proposto por Darwin. Deste modo, estamos sem dúvida perante uma "nova felicidade", inventada pelos homens modernos, os quais, segundo o próprio Nietzsche (2004, p. 28), em *Assim falava Zaratustra*[159], orgulhosamente se jactam desse feito, dizendo: "Descobrimos a felicidade"[160]. Será essa, então, finalmente, a verdadeira felicidade? É curioso que, quando os homens modernos afirmaram tal coisa, segundo o autor, eles fizeram-no "piscando o olho", algo que é, normalmente, sinal de uma cúmplice desonestidade[161]. Ou seja, trata-se apenas de um – mais um – embuste dos "sábios modernos".

Com efeito, estamos perante uma nova interpretação social de felicidade puramente histriónica, que rejeita a antiga, sustentada nos valores tidos como certos, e que, cada vez mais, hoje, se insere numa lógica capitalista e num mundo dominado pelos novos média. Segundo o sociólogo Gilles Lipovetsky (2007), em *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo* [162], este novo conceito de felicidade espelha por todo o lado imagens relativas à alegria do consumo, incentivando e convidando todos a simplesmente apreciarem os prazeres do instante, e fazendo ecoar uma nova e muito distinta boa-nova: "Comprem, gozem" (p. 102). Assim, sem dúvida, este é o interpretar de uma "nova felicidade", profundamente ancorada a uma lógica capitalista, consumista, individualista e efémera.

> A ideologia do capitalismo de consumo constitui uma figura tardia dessa fé otimista na conquista da felicidade pela técnica e a profusão dos bens materiais. Simplesmente, a felicidade não é mais pensada como futuro maravilhoso, mas como presente radiante, gozo imediato sempre renovado, "utopia materializada" da abundância. Não mais a promessa de uma salvação terrestre

[158] A esse respeito, Maffesoli (2014, pp. 7, 8), refere o seguinte: "assiste-se, então, ao grande retorno dos "humores" secretados pelo corpo social. Entusiasmo, indignações, fanatismos são as secreções em questão. E nenhum domínio está livre disso. Os mundos político, intelectual, jornalístico, esportivo, musical, religioso são atravessados, para o melhor e para o pior, por tais "humores". E estão na origem das diversas atrações – repulsas, às vezes *a priori* e sem fundamento, que marcam com sua impressão inegável todas as vidas individuais e sociais. É esse amor-ódio que está em jogo na ordem dos afetos, dos quais se começa somente a medir as diversas e notáveis consequências. Foi esquecendo o papel do instinto em nossa espécie animal que o século precedente conheceu as piores formas de barbárie. Nazista em nome da raça, comunista em nome da classe. Os dois fundamentalmente racionalistas. Heidegger, que sabia um pouquinho desse assunto, observa: "da humanidade passando pela nacionalidade e chegando à bestialidade"."

[159] Publicado pela primeira vez em 1883.

[160] Primeira parte. Ponto 5.

[161] Na *Bíblia*, por exemplo, em Provérbios (6:12,13), o piscar do olho está associado a alguém desonesto.

[162] Publicado pela primeira vez em 2007.

> por vir, mas a felicidade para já, esvaziada da ideia de astúcia da razão e da positividade do negativo. A plenitude exaltada pelos tempos consumistas não depende mais de um pensamento dialético: eufórica e instantânea, exclusivamente positiva e lúdica. O discurso profético foi substituído pela sagração do presente hedonista veiculado pelas mitologias festivas dos objetos e dos lazeres. (Lipovetsky, 2007, p. 335)

Como vimos, para o autor, trata-se de um novo conceito de felicidade, alicerçado no poder de compra e sustentado num constante e repetitivo hábito do "não-pensamento". Isto é, do alimentar de pequenos prazeres, provenientes de umas férias paradísicas, da aquisição de um bom carro, uma boa casa, da presença ou da visualização de um excitante evento desportivo, musical, televisivo, etc. Trata-se, sem dúvida, de uma nova realidade, a qual trouxe para o palco social uma há muito ausente "alegria de viver um pouco animal" (Maffesoli, 2001, p. 84). Uma "alegria", por isso, não mais sustentada num profundo e premeditado interpretar de uma *razão*, seja essa qual for, mas no leviano viver de uma *emoção*, seja essa qual for. Mas, o que pode ensinar-nos acerca da significação do riso este eufórico clima de "felicidade egoísta", dominado pelos média e envolto numa ideologia capitalista?

Essa é, sem dúvida, uma questão pertinente, a qual, com a ajuda da parte empírica desta investigação, gostaríamos de ver considerada. Para já, resta-nos olhar para a influência que os distintos meios de comunicação de massas, ao longo dos últimos anos, exerceram – e aparentam continuar a exercer – no ato de rir. Depois, mais adiante, no subtópico 8.2.2., com novos ingredientes, retomaremos essa intrigante discussão sobre aquilo que nos parece ser o atual clima social: um ininterrupto convite ao riso.

2.2. A comunicação de massas: o riso em diversos meios e encargos

Entre meados do século XIX e o início do século XX, centenas de mulheres supostamente morreram de tanto rir. [163]

Maggie Hennefeld, em 2016
Death from laughter[164]

Riso-falado, [é] uma mistura entre o riso e a fala (...) especialmente comum nos apresentadores de talk shows.[165]

Robert Provine, em 2000
Laughter: a scientific investigation[166]

Rir de um qualquer espetáculo cómico é algo muito comum na história da humanidade. Uma realidade com incontáveis exemplos, que varia entre o riso provocado pelas comédias de Aristófanes, vários séculos a.C., e o riso oriundo das divertidas películas de Charles Chaplin, sobretudo na primeira metade do século XX. E embora as temáticas, os intervenientes, a realidade social e o idioma variem de cultura para cultura e de tempos em tempos, há algo que não se altera. O riso, sustentado numa linguagem de comunicação própria, com enormes efeitos no corpo humano – inúmeros certamente por descobrir – não muda. Se, porventura, qualquer um de nós fosse transportado para um desses ajuntamentos, quer há milhares quer há poucas dezenas de anos, mesmo sem compreender as temáticas, a realidade social e o idioma, certamente ao vermos e ouvirmos outros a rir, aconteceria algo inevitável: riríamos também. Riríamos não porque entenderíamos plenamente o que se passava, mas porque seríamos movidos a usar a empatia com as pessoas à nossa volta, isto é, a usar a mesma linguagem que os demais.

Nesse sentido, se o cómico é a escrita dessa linguagem e o humor é a leitura, o riso será, então, sem dúvida, a fala. De forma solitária, sem qualquer referência à sua escrita ou à sua leitura, o riso, que até então era apresentado sobretudo como consequência de algo, tornou-se, com o tempo, o

[163] A tradução foi realizada pelo autor da tese.
[164] Maggie Hennefeld (2016, p. 45).
[165] A tradução foi realizada pelo autor da tese.
[166] Robert Provine (2001, pp. 50, 51).

principal protagonista. Um protagonista solitário e oco, não poucas vezes, mas ainda assim capaz de provocar efeitos e, como já referido, inclusive, de despoletar mais e mais riso. Tendo em mente encontrar a localização e o papel do riso na comunicação de massas, nos dias de hoje, torna-se inevitável fazer uma viagem não apenas pela tecnologia que nos últimos anos mediou o riso mecânico, mas, também, surpreendente, pelo riso mecânico que, de certa forma, tem "humanizado" a tecnologia. Falaremos então, sob este tópico, sobretudo do recente coabitar entre o riso humano e o assombroso progresso tecnológico, o qual trouxe até nós uma complexa realidade: não só as máquinas parecem rir como homens, como, acima de tudo, os homens parecem rir como máquinas.

2.2.1. O fonógrafo: uma das primeiras máquinas de "fazer risos" (séc. XVIII-XIX)

Quando o fonógrafo foi exibido pela primeira vez, por volta do final do século XIX, o público ficou surpreso pelo facto de uma máquina conseguir falar. Porém, se o falar de uma máquina poderia, nesta época, ser esquisito e ao mesmo tempo surpreendente, muito mais estranho seria, imagine-se, as gargalhadas dessas mesmas máquinas, as quais eram exibidas nas suas muitas e variadas demonstrações a um público deveras curioso. Apesar de admirável, o riso mecanizado, que segundo Jacob Smith (2005, p. 24) "tem uma origem ainda mais precoce nos séculos XVIII e XIX", não era de todo o propósito essencial desses mecanismos. Na verdade, esse riso, entre outras características da fala humana, como a tosse e os espirros, eram utilizados apenas para "demonstrar o virtuosismo da fala das máquinas" (p. 24)[167]. O objetivo era, primariamente, mostrar que o comunicar dos novos mecanismos era semelhante à comunicação dos humanos.

Deste modo, verifica-se um novo incitar ao riso real, através do novo e distinto riso mecânico, o qual, sem dúvida – e sem surpresa, por se tratar de uma linguagem básica –, era perfeitamente transversal às mais variadas culturas e idiomas, chegando a todos os ouvintes. Notemos, por exemplo, o que, segundo Frederick Gaisberg (1942), aconteceu às pessoas na Índia, ao ouvirem tais gargalhadas "mecânicas". O autor refere: "eu vi dezenas de nativos agachados em volta de um gramofone a balançar de tanto rir, enquanto tocavam o disco das gargalhadas de Sheppard; de facto, esta foi a única vez que eu ouvi indianos a rirem com tanta vontade"(p. 41)[168]. Esta era a vivência de uma nova, mas igualmente empolgante, experiência de rir em grupo, com um objeto mecânico a reproduzir gargalhadas.

[167] As traduções foram realizadas pelo autor da tese.
[168] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

O riso mecânico levou o riso real a novos e distintos lugares onde, por influência da cultura, da religião e de outros fatores, as gargalhadas não eram bem vistas ou eram mesmo severamente reprimidas. Referimo-nos, então, a um contributo real da máquina no âmbito da "democratização" do próprio riso. A tecnologia não só levou o riso às pessoas, como também ajudou a definir quanto, quando e quem se pode rir. Uma realidade que, sem dúvida, contribuiu muito para a emancipação do riso feminino, como será também analisado.

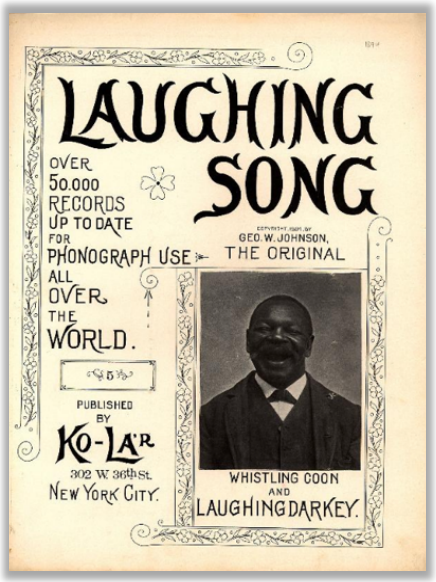


Figura 3: Capa de *Laughing Song*, 1894, um sucesso de vendas, que conjugava muitas gargalhadas soltas com o cantarolar de uma música

---

Fonte (acedido a 16/01/20): https://library.duke.edu/digitalcollections/hasm_b0814/

Observemos o exemplo de *The Okeh Laughing Record,* em 1922, em que uma mulher, livremente, ri por um longo período de tempo. As mulheres, que constantemente ouviam relatos de que outras mulheres tinham morrido por se rirem – e algumas delas alegadamente por se rirem de "piadas sobre as sogras"[169] (Hennefeld, 2016, p. 55) – veriam na tecnologia e nos ambientes sociais que tais mecanismos proporcionavam um escape seguro para, gradualmente, sair dessa limitada e limitadora "verdade" e, assim, rir, rir livremente, sem medo da morte. Este aspeto também se estenderia ao próprio cinema, como em seguida analisaremos.

[169] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

2.2.2. O cinema: e afinal... o riso não mata mesmo as mulheres (séc. XIX-XX)

Segundo a investigadora oriunda dos EUA, Maggie Hennefeld[170], o riso presente nos primórdios do cinema teve um papel muito importante naquela que veio a ser uma espécie de liberalização da gargalhada feminina, outrora culturalmente enclausurada em mitos e lendas. Mas não só a feminina. O riso dos vários intervenientes dos filmes fez com que o riso, gradualmente, chegasse a locais outrora completamente inacessíveis e impensáveis.

De acordo com a autora em questão, "entre meados do século XIX e o início do século XX, centenas de mulheres supostamente morreram de tanto rir"[171] (Hennefeld, 2016, p. 45). E essa era uma afirmação que, sustentada em vários relatos populares, inibia por certo muitas mulheres, não apenas de rirem em público, mas, simplesmente, de rirem, independentemente de onde estivessem. Histórias como as de Bertha Pruett, entre muitas outras, faziam-se ouvir, alimentando essa incompleta, malvada e tendenciosa "verdade" cultural. Tenhamos em atenção esse relato, entre outros, que à época se faziam ouvir:

> Em 1893, Bertha Pruett estava a receber convidados em sua casa, na Filadélfia, e um desses convidados, um jovem (...), "fez com que Pruett tivesse um violento ataque de riso, que durou alguns minutos, o qual de repente se transformou num grito de dor que a fez cair no chão. O seu nariz e a sua boca começaram a jorrar sangue, chamaram a assistência médica, mas antes que algo fosse feito [...] ela estava morta". (Hennefeld, 2016, p. 46)[172]

Enquanto o riso histérico da mulher dita histérica era algo indigno de nota por parte dos especialistas, o riso histérico da mulher dita normal, em contraste, era "caracterizado como antinatural, obsceno, perigoso e potencialmente mortífero"[173] (p. 46). Sem dúvida que essa era uma crença muito inibidora, que privava não apenas as mulheres de rirem no espaço público, mas também nos seus próprios lares, pois, dentro dessa realidade, como concluiu a autora, "o lar não era menos perigoso para o riso feminino do que o circo"[174] (p. 46). A mulher, enclausurada no não-riso, veria, então, no cinema, curiosamente, um importante escape para rir, rir livremente. E, embora nos seus primeiros anos de vida o cinema fosse mudo, não contribuindo, desse modo, para o despoletar do riso pelo som, contribuiu, em muito, para aquilo que, com base em Hennefeld (2016), intitularemos de "democratização" do riso.

---

[170] Para além do seu artigo escrito, intitulado *Death from laughter, female hysteria, and early cinema*, publicado em 2016, Maggie Hennefeld proporcionou também ao autor desta tese a possibilidade de, num curto diálogo, esclarecer outros aspetos referentes à temática em questão.

[171] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

[172] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

[173] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

[174] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

O cinema, como vimos, apesar de ser inicialmente mudo, devido às suas imagens de homens e mulheres a rirem, tornou-se uma importante arma para remover o medo do povo (*demos*) de usar o poder (*kratos*) libertador e natural do riso a favor do seu próprio corpo e da sua própria natureza humana. As mulheres que iam ao cinema, nesse período, podiam ver com os seus próprios olhos, nos vários filmes disponíveis, outras mulheres a rir, e viam-nas a rir sem que nada de mal lhes acontecesse, e, mais importante, sem que depois morressem por causa do seu riso[175]. Dessa forma, o riso presente no cinema foi um importante meio de "literacia" para as muitas mulheres que, simbolicamente, ainda não sabiam o que era o riso.

Na verdade, esses variados e modernos filmes cómicos traziam uma nova e jovial mensagem de esperança para o riso, muito oposta àquela que até então se fazia ouvir, quer para as mulheres, quer também para os homens de poder, de destaque. Associado ao filme *Mr. Tibbs' Cinderella*, de 1912, por exemplo, a revista *The Moving Picture World*, segundo Maggie Hennefeld (2016, p. 72), referiu o seguinte: "Aquele que não rir deve procurar um médico imediatamente"[176]. Esta é uma simples, porém, imponente mensagem, a qual nos mostra que, depois de algum tempo, o riso não mais era considerado um sintoma de doença, como até então. Pelo contrário, aliás, a enfermidade, passou a estar associada àqueles que continuavam a praticar o não-riso.

O cinema não apenas contribuiu beneficamente para levar às mulheres o estridente e solto riso – que até então era apenas dos homens –, como também abriu uma oportunidade para levar o riso a outras pessoas que estavam em condições debilitadas, contribuindo, dessa forma, continuamente, para a referida "democratização" do riso. Segundo Maggie Hennefeld (2016, p. 73), "em 1911, o governo dos EUA investiu $125.000 para construir um cinema para os presos no Asilo Insano de St. Elizabeth, fora de Washington, DC"[177]. Isolados, até os presos, a partir daquele momento, passaram a rir enquanto assistiam aos filmes, criando-se, dessa forma, muito provavelmente, ainda que por breves momentos, um ambiente mais jovial e ligeiro. Sem que esqueçamos também, obviamente, o efeito relaxante proporcionado pelo riso.

Assim como o riso estridente dos fonógrafos que, segundo Jacob Smith (2005, p. 24), faz parte da "ideologia da vivacidade"[178] (que se prolongou depois também ao discurso radiofónico e televisivo),

---

[175] Maggie Hennefeld (2016, p. 71) refere, a esse respeito, curiosamente, o seguinte: "Although the public sphere teemed with such gendered laughing death traps, the motion picture theater represented an exceptional space in which women could laugh freely and volubly without fear of laughter's fatal escalation. Between hysterical laughter and laughing hysteria, the female laughing spectator of early cinema had a radically visceral and complexly ambivalent relationship with her onscreen counterimage. In other words, the rigorously opposed discourses of women's laughter and female hysteria collided headlong in the iconography of early cinema."

[176] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

[177] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

[178] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

também o cinema provocou, pelas suas muitas cenas cómicas, estridentes gargalhadas, relembrando a todos – inclusive às mulheres e às classes desfavorecidas – que eram humanos, e, acima de tudo, que para se ser um "verdadeiro" humano é preciso, às vezes, rir, rir bem alto e muito livremente.

2.2.3. A rádio: era preciso rir mais e melhor – literalmente! – para progredir (séc. XX)

Michel Foucault (1995), em *As Palavras e as Coisas*, apresenta o riso como o limite do pensamento ou a impossibilidade de continuar a pensar em algo (p. 5) e Friedrich Nietzsche (2000), em *A Gaia Ciência*, apresenta-o como o início de um novo pensamento, capaz de destruir por completo o antigo (pp. 140, 141). Foucault referia-se, nesse contexto em específico, à ação física do riso, porém, Nietzsche, centrava-se na sua carga simbólica, aplicada a um período social muito singular. Mas o que ambos os pensamentos parecem transmitir, quanto à ação do riso, quer seja a física, quer a simbólica, é que, muitas vezes, é preciso encontrar o ridículo para rir, e que esse riso oriundo do ridículo, se bem aproveitado, pode ser ele mesmo o ponto de partida ou a imagem do progresso. Ironicamente, ou não, no que diz respeito ao avanço tecnológico da rádio foi preciso rir mais e melhor (literalmente) para progredir.

O nascer da rádio não foi apenas um marco na mecanização da comunicação, mas, acima de tudo, um marco na nova dimensão a que essa comunicação estava sujeita. O locutor, que até então via as suas plateias limitadas a um espaço físico, deparava-se com uma nova realidade, a de se poder expressar em tempo real para um novo e, de certa forma, ilimitado número de pessoas. Com efeito, ao fazê-lo, podia, tendo como base a sua realidade, influenciar a realidade dos demais ouvintes. Consoante aquilo que fosse dito, a rádio podia influenciar em massa não apenas os pensamentos, mas também as reações e as emoções dos seus ouvintes, fazendo-os chorar ou até mesmo rir. Porém, se o fazer chorar não parece ter sido muito difícil, o mesmo não aconteceu com o fazer rir, que encontrou sérias dificuldades em vingar. Gina Giotta (2017), investigadora oriunda dos EUA, explica, então, o porquê dessa realidade:

> Enquanto o comediante se esforçava para apresentar as suas piadas sem o retorno verbal e visual do público, que normalmente o fazia modelar o seu discurso, por sua vez, a plateia, esforçava-se em tentar encontrar piada nas várias ideias fragmentadas que o humorista, um tanto quanto desconfortável, partilhava. Sem o riso envolvente que normalmente caracteriza a comédia e ajuda a compor a sua performance, as produções cómicas oriundas da rádio passaram a ser recebidas pelos seus ouvintes como algo incompreensível e, pior ainda, como algo sem piada. Os primórdios da rádio confirmaram que a comédia, mais do que qualquer outro género, exige intimidade e proximidade –

> quer entre o cómico e a audiência, quer também entre os próprios membros dessa audiência. A partir dessa descoberta, nasceu, então, o público de estúdio.[179] (Giotta, 2017, p. 4)

O clima de não-riso presente nos primórdios da rádio obrigou a mudanças significativas naquela que foi a própria "humanização" gradual desse mecanismo. E se o mesmo não conseguia replicar com naturalidade o riso, esse aspeto tão particular e especial da linguagem humana, então o processo evolutivo da rádio tinha de ser melhorado, logo que possível. Esse acontecimento deu-se, segundo Gina Giotta (2017, p. 4), sobretudo, entre o final dos anos 20 e o início dos anos 30. O objetivo era que esse tipo de comunicação soasse, ainda que através de um mecanismo não humano, o mais parecido possível com um humano, em todos os seus aspetos, quer na sua fala, quer no seu riso. E, com o tempo, isso foi melhorado. A rádio passou finalmente a transmitir as piadas dos comediantes envoltas nas muito estridentes gargalhadas do seu público, que assistia o programa ao vivo, no estúdio. A questão é: que impacto teve tal mudança no público em geral? Tendo como base um estudo sobre a receção dos ouvintes, Hadley Cantril e Gordon Allport (1935) referiram, à data, que muitos entendiam que os risos e os aplausos que ouviam de fundo tornavam o programa "mais agradável"[180] (p. 222), assim como também os fazia se sentir "menos tolos"[181] (p. 222), pois não riam de algo sozinhos. Essa mudança fez, então, em suma, com que os seus ouvintes, ainda que sustentados no seu imaginário, se sentissem partícipes de algo maior, partícipes de uma gargalhada comum.

Na verdade, a rádio precisou literalmente de rir, mais e melhor, para progredir. Porém, nem tudo nesse riso era perfeito. A logística que acarretava levar o público para o estúdio não era pequena, nem económica. O próprio público podia também não entender ou até mesmo não achar piada ao que era dito e, por isso, não rir. Ou, talvez, em certas ocasiões, rir demais. Embora o público de estúdio tenha surgido, de certa forma, para complementar um défice da máquina, isto é, para que o engenho e aquele que o possuísse pudessem rir mais humanamente, a verdade é que, com o tempo, essa solução também seria temporariamente substituída. Assim, ironicamente, o público real seria substituído por um novo engenho tecnológico, mas, dessa vez, mais evoluído, e também capaz de rir (quase) como um humano.

> O que eles precisavam era de discos com sons de risos, como aqueles que foram produzidos para demonstrar o virtuosismo do fonógrafo de Edison (Smith, 2008), no qual se podia controlar com

[179] A tradução foi realizada pelo autor da tese.
[180] A tradução foi realizada pelo autor da tese.
[181] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

> facilidade quando começava e quando terminava uma gargalhada. E, no final da década de 1940, graças ao progresso da engenharia alemã despertada pela guerra, apareceu a fita magnética, um meio de armazenamento que viria aliviar a presença pouco eficiente do público no estúdio, assim como dos discos de cera.[182] (Giotta, 2017, p. 6)

2.2.4. A televisão: da primitiva *Laff box* aos ainda audíveis *laugh tracks*, e não só (séc. XX-XXI)

O riso forçado, um riso que, embora sem contexto, tem como objetivo despoletar outros risos, muitas vezes denominado como "riso enlatado" – do inglês *Canned Laughter* – não é uma criação nova na história da humanidade. Nem tampouco, ao contrário do que muitos pensam, nasceu com a rádio ou a televisão. Ben Glenn II, historiador televisivo, segundo Mike Sacks (2010, 20 de julho), referiu, em entrevista, que o conceito tem, pelo menos, cerca de quinhentos anos, pois já nas apresentações shakespearianas, no século XVI, algumas pessoas eram "plantadas" na plateia para estimular, entre outras emoções, o riso. Apesar de esse ser um conceito antigo, é obviamente impossível não observar que a tecnologia lhe deu uma nova e avassaladora dimensão. Em meados do século XX, com a televisão, essas inovadoras e distintas gargalhadas tiveram uma nova relevância e um novo impacto, principalmente pelas mãos do engenheiro de som Charles Rolland Douglass. Apesar de ser um nome desconhecido do grande público, não o é – ou não deveria ser – daqueles que investigam o riso, pois foi muito provavelmente ele quem deixou o maior legado no que diz respeito à produção artificial de risos.

Embora outras máquinas de "fabrico de risos" tivessem já sido criadas – como, por exemplo, os já referidos fonógrafos – Charles Rolland Douglass (que viveu entre 1910 e 2003), segundo Gina Giotta (2017, p. 6), "foi o primeiro a alavancar [ess]a tecnologia no contexto da televisão"[183]. E se, aquando da análise do riso no período medieval, somos alertados pelo historiador Jacques Le Goff (2000) para o facto de a Bíblia não ser considerada por todos como apenas um livro, mas como "O Livro" (p. 75), da mesma forma, a partir da segunda metade do século XX, a televisão não era pelas massas considerada como apenas um meio de comunicação, mas "o meio" – o principal e mais importante. Tendo tal verdade como base, notemos, então, a impactante mudança levada a cabo por esse engenheiro de som.

Retornado da Segunda Guerra Mundial, Charles Douglass, de acordo com Gina Giotta (2017, p. 6), "começou a trabalhar como diretor técnico nos estúdios da CBS em Los Angeles"[184]. Aproveitando

[182] A tradução foi realizada pelo autor da tese.
[183] A tradução foi realizada pelo autor da tese.
[184] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

algumas gravações de risos que terá compilado nos tempos em que trabalhava na rádio antes da guerra, o engenheiro tentou usá-los posteriormente na televisão. O objetivo principal destes risos não era preencher as lacunas provocadas pelas piadas fracas, como tão constantemente vemos ser afirmado na Internet, e não só, mas sim replicar a vivacidade de um público real, ao vivo, porém sem os acrescidos encargos que esse tipo de audiência acarretava para as produções dos programas.

Apesar de muito trabalhosos, os métodos primários utilizados por Charles Douglass "dificilmente eram eficientes ou flexíveis o suficiente para oferecer a variedade sonora necessária para substituir totalmente os espectadores ao vivo"[185] (Giotta, 2017, pp. 8, 9). E foi com essa limitação em mente que Douglass criou, depois, uma máquina que pudesse ser controlada em tempo real, rindo e reagindo apropriadamente, segundo o "temperamento" do programa. Com essas gargalhadas, como sugeriu Ben Glenn II, o público de estúdio já não era totalmente imprescindível (Sacks, 2010, 20 de julho). Esse público passou, simbolicamente, para a mãos de alguém. A máquina de risos – que viria a ser conhecida como *Laff box* [186] – seria orquestrada de uma forma muito semelhante a um instrumento musical. Com inúmeros tipos de risos à sua frente, o "maestro" deveria escolher aqueles que mais e melhor se adequavam ao programa e ao momento específico do programa, tendo para isso, à sua mercê, uma verdadeira orquestra de risos. Uma tarefa que, imaginamos, não seria nada fácil para o chamado *Laff Boy* [187].

Mas qual a origem dessas tão excêntricas gargalhadas? Segundo Ben Glenn II, é provável que fossem oriundas de uma *performance* de Marcel Marceau, porque, como ele era mimo, teria sido mais fácil recolher o som do público (Sacks, 2010, 20 de julho). Contudo, não apenas essa, mas muitas outras questões estavam envoltas num certo misticismo. Falar da *Laff box*, pelo menos no início da primeira metade do século XX, não era falar de um assunto corriqueiro, mas de algo embaraçoso, do qual se falava baixinho, de forma desconfiada, pois, tratava-se, para muitos, de um tabu, e, para outros, de nada mais que uma lenda.

A máquina de Douglass foi, segundo Gina Giotta (2017), oficialmente usada pela primeira vez no programa *I Love Lucy*, "em 1954, após 3 anos do período experimental" (p. 9). Embora o primeiro programa a usar as faixas de risos pré-gravadas tenha sido *Hank McClure*, em 1950, foi apenas a partir do sucesso de *I Love Lucy* que essas se tornaram, segundo Jacob Smith (2005, p.

[185] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

[186] Ainda que nenhuma fonte oficial o pareça garantir, algumas pessoas sugerem que esse nome se deve, provavelmente, a um erro ortográfico de alguém, que escreveu tal e qual como ouviu, fruto da falta de instrução da época.

[187] Esse encargo foi, segundo Jacob Smith (2005, p. 43), à época descrito por Dick Hobson desta forma: "Picture if you will Lon Chaney Sr. in "Phantom of the Opera" flailing at the pipe organ in the darkened cathedral crypt and you have some notion of the Laff Boy at work. Hunched over the keyboard of Charley's box on the darkened dubbing stage, his fingers punching at the keys, his feet manipulating the pedals, he wrings forth his fugues and caprices. He's a veritable virtuoso of titters and snorts. (Hobson 1966 [a], 4)"

35), "uma componente crucial para a comédia televisiva, desejada pelos patrocinadores e pelos telespectadores"[188]. A *Laff box*, descrita, em 1964, como "uma máquina diabólica do tamanho de um acordeão"[189] (Giotta, 2017, p. 9), com o tempo, e com o avanço tecnológico, viria – também ela – a ser substituída pelos "modernos" computadores. Porém, apesar disso, tais gargalhadas de fundo ainda continuam a preencher alguns dos programas televisivos que podemos ver na atualidade. Todavia, cada vez menos.

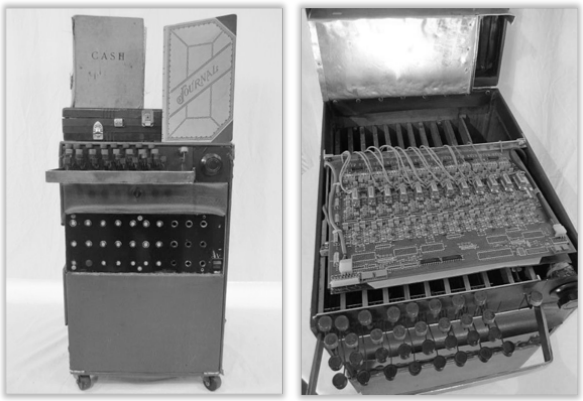


Figura 4: A *Laff box*, uma invenção de Charles Douglass, no início dos anos 50, que funcionava como um "piano de risos", com inúmeras e distintas gargalhadas

---

Da esquerda para a direita: aparência externa e aparência interna. Fonte (acedido a 21/01/20): https://thebaronblog.wordpress.com/2013/09/23/the-mystery-of-the-laff-box/

A antiga *Laff box* e os ainda audíveis, embora cada vez mais obsoletos, *laugh tracks,* são uma clara evidência de que a televisão (sobretudo privada), desde o seu início, não apenas se empenha em retratar a todo o custo uma excêntrica vivacidade, mas que, acima de tudo, sustenta essa vivacidade nas mais variadas e originais "mentiras". Com que objetivo? Atrair. Talvez isso nos leve a referir que talvez devêssemos, então, privilegiar sempre o riso genuíno do público em detrimento das artificiais *laugh tracks.* No entanto, ao afirmar tal coisa, deslocamo-nos para campos de areias movediças, pois, como refere Jacob Smith (2005), "as reações do público de estúdio raramente são livres de manipulação" (p. 38).

Segundo a explicação de Jacob Smith (2005), entendemos que é possível referir que as gravações artificiais dos risos serviram como uma espécie de "sutura" (p. 44) entre a comunicação de massas e o seu

[188] A tradução foi realizada pelo autor da tese.
[189] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

público, contribuindo em muito para a sua aproximação. Deste modo faziam o público crer, de certa forma, que não eram apenas máquinas que estavam à sua frente, mas seres humanos, os quais, não somente falavam, como também reagiam emocionalmente, produzindo, entre outras reações, o próprio riso.[190] Um riso que, apesar de ser encarado por muitos como algo empobrecido e artificial, incitava a um bem real e avolumado riso no público, como o demonstrou, por exemplo, entre outros estudos dessa época, *Canned laughter and public and private conformity*, de T.A. Nosanchuk e Jack Lightstone (1974). Mas se, numa primeira fase, o público, de certo modo distraído, ignorou esse riso mecânico, ingerindo-o de bom grado, com o passar do tempo, tornando-se mais vigilante, passou a resistir-lhe.

Essas muitas gargalhadas que se ouviam eram, obviamente, de pessoas que, embora outrora haviam rido, com o tempo, tinham morrido, o que fazia da televisão, figurativamente falando, segundo Jacob Smith (2005, p. 41), um "purgatório"[191] – isto é, um local de onde essas outrora vivas gargalhadas, oriundas de pessoas atualmente mortas, não podiam mais sair. De facto, para muitos, essa tornou-se a grande piada do "riso enlatado": um riso morto que continua a alimentar risos vivos, interminavelmente. Qual lata de sardinhas que contém uma outrora viva, porém atualmente morta e empobrecida sardinha – a qual não apenas nos pode alimentar, como manter-nos vivos –, o riso enlatado trouxe até nós uma outrora viva e rica gargalhada que, embora morta e empobrecida, podia continuar não apenas a alimentar, mas, acima de tudo, a atrair e a saciar muitos. Fazemos esta observação, pois sabemos que embora essas gargalhadas sejam uma "mentira", agitam verdadeiramente a natureza humana, contribuindo mais facilmente para a projeção do riso. Na realidade, é uma ilusão do fim de uma solidão, onde acreditamos que não apenas nós, mas muitos mais, estão a rir connosco. Mas terá este "progresso" do ato de rir, em contexto televisivo, ficado por aqui? De maneira alguma.

Robert Provine (2001), curiosamente, encontra nos *talk shows* um riso bastante particular. O cientista refere-se a um "riso-falado"[192] (p. 50), uma espécie de discurso híbrido em que o apresentador, com um tom emocional, mistura a fala com o riso. Não parece mais ser a fala que envolve o riso, mas o riso que envolve a fala. São pequenos risinhos, quais soluços, que parecem diluir todo o discurso dos apresentadores. E é, normalmente, esse o tipo de discurso que acompanha a

[190] Jacob Smith (2005, p. 44) refere, a esse respeito, o seguinte: "the use of the laugh track to simulate social experience and so suture the audience to the prerecorded text, the uncanny experience of the Laff Box, and the assertion that Laughter is a quintessentially individual expression all illustrate how laughter has been regarded as a powerful index for authentic human presence in the production and reception of mass media."

[191] Observação sustentada no que o escritor Larry Gelbart referiu. Segundo Jacob Smith (2005, p. 41): "TV writer Larry Gelbart stated, 'It's a standing joke, of course, that most of those people on the laugh track are dead now." He went on to paint a picture of laughing souls trapped in a televisual purgatory: "They laughed those laughs years ago and they'll never be allowed to stop, never' (1984, 17)."

[192] O autor refere: "another case is laughspeak, a hybrid of laughing speech that communicates emotional tone and shows more flexibility than classical ha-ha type laughs" (Provine, 2001, pp. 50, 51).

maioria dos *talk shows* mais vistos diariamente pelo grande público (e ainda mais no período da manhã). Qual é a temática principal? Nenhuma em particular, e todas em geral. Recorrentemente, o objetivo desses programas é falar, falar por breves minutos com alguém "conhecido" pelo grande público ou "tido" como diferente, por algo que tenha dito ou feito. O propósito é falar das suas memórias, dos seus feitos e dos seus planos, e, então, rir, obrigatoriamente, quer tenha ou não piada para o apresentador. Ainda que sejam tradicionalmente intitulados como *talk shows*, muitas vezes mais parecem *laugh shows*. Mas poderá esse registo acarretar alguns desafios? Provavelmente sim.

"Boomerang laughing" foi uma expressão sobre a qual um *sketch* cómico se tornou viral na Internet. Ainda que se trate de uma situação fictícia e levada ao extremo (uma estratégia típica do humor), o *sketch* ilustrava como o riso inapropriado poderia, para um apresentador, ser algo profundamente desagradável e, acima de tudo, incontrolável. Qual tecla de uma *Laff box* empancada, o apresentador exibido no vídeo também não conseguia parar de rir. E ria, sem parar, de uma debilidade física do seu convidado, algo que socialmente é censurável e acarretaria, para o próprio, enormes consequências negativas.

2.2.5. A Internet e, em especial, as redes sociais: é preciso rir, rir ou rir (séc. XXI)

A evolução fotográfica e, em especial, a "revolução" digital, proporcionaram, também, no universo comunicacional do riso, profundas mudanças. Com efeito, a imagem do riso seria, primeiro, não apenas recorrentemente dissociada da sua própria fonte tradicional, o humor ou o cómico, como também, depois, igualmente eternizada sob tal ação. Essa é uma experiência que, na verdade, como fenómeno isolado, pouco ou nada tem de novo, relembrando, entre inúmeros outros, o exemplo de *A Laughing Violinist,* uma pintura do século XVII, de Gerard van Honthorst, que retrata um homem a rir. Porém, não há como negar que, com as mudanças tecnológicas ocorridas nos últimos anos, e principalmente no âmbito digital, essa dimensão é hoje incomparável com qualquer outra ocorrida até então, quer na pintura tradicional, quer depois na própria fotografia analógica.

Ao fenómeno tecnológico em questão sucedeu um outro, de natureza social, intimamente relacionado com esse. Ao contrário do que aconteceu em muitas épocas anteriores, o riso passou a estar na moda, e o "despir da face" do sujeito, a partir dessa altura, de um modo geral, não mais passou a ser entendido como uma manifestação de "coragem" (Bakhtin, 1987)[193], de "crítica"

[193] Nas palavras de Mikhail Bakhtin (1987, p. 78), tendo obviamente em consideração o contexto social ao qual autor se referia, pré-renascentista, os períodos de riso são entendidos como um conjunto de "vitória[s] efêmera[s]".

(Queiroz, 2008, p. 176)[194] ou até mesmo de "demência" (Crisóstomo, 2013a, p. 1065)[195], mas simplesmente como a mais apropriada indumentária para os acalorados dias da contemporaneidade. O riso passou a ser por muitos compreendido como uma vestimenta "sexy" (Provine, 2012, p. 58). E essa foi uma realidade que, naturalmente, viria a estar espelhada também nas redes sociais – o local onde muitos, pelo menos em teoria, querem mostrar o seu "melhor", o seu "ideal".



Figura 5: No perfil "modelo" do Facebook é possível ver uma pessoa a rir na foto principal e um grupo de pessoas a rirem na foto de fundo, e, no único *post* visível, o riso aparece ao nível dos bons amigos e da boa comida, pois, pode ler-se: "good friends, good food and a lot of laughs"

Fonte: App Store (IOS)

Reflitamos, por exemplo, naquilo que acontece no Facebook, a rede social que, nos últimos anos, teve maior impacto e relevância no mundo, e que se estima que esteja a ser hoje utilizada por mais de mil milhões de utilizadores todos os dias.[196] No seu perfil "modelo" (que aparece aquando do *download* da aplicação) é possível ver uma pessoa a rir na foto principal e um grupo de pessoas a rirem na foto de fundo, e, no único *post* visível, o riso aparece ao nível dos bons amigos e da boa comida, sendo que pode ler-se: "good friends, good food and a lot of laughs". O riso surge não apenas como a única roupagem adequada, mas como algo complemente

[194] Na carta que Eça de Queiroz escreveu, em 25 de fevereiro de 1878, ao seu colega, Joaquim de Araújo.
[195] Na décima quinta homilia. Ponto 14.
[196] Fonte (acedido a 23/01/20): https://tek.sapo.pt/noticias/internet/artigos/facebook-ja-ultrapassou-os-227-mil-milhoes-de-utilizadores-mas-o-ritmo-de-crescimento-abrandou

indispensável à nova trilogia, composta por amigos, comida e riso. As opções para a roupagem digital não parecem hoje ser muitas: é preciso rir, rir ou rir.

2.2.6. O riso como fármaco: é o "riso mecânico" a incitar à "mecânica do riso"? (séc. XXI)

> (...) Eu fiz a alegre descoberta de que dez minutos de boas gargalhadas tinham em mim um efeito anestésico, que me davam pelo menos duas horas de sono sem dor. Quando o efeito do riso desaparecia e a dor então voltava, ligava o projetor de filmes novamente e, não poucas vezes, isso proporcionava-me mais um intervalo de sono sem dor. (Cousins, 1976, p. 1461)[197]

Já passaram vários anos desde que Norman Cousins redigiu as palavras acima, indicando alguns possíveis benefícios do riso para a saúde. Porém, até 2009, para William B. Strean (2009, p. 965), o estudo do riso continuava a ocupar "um lugar bastante modesto na investigação científica"[198]. Não obstante, refere mais adiante o autor que a ligação entre o riso e a saúde não é algo novo no âmbito do senso comum, nem tampouco restrito apenas aos escritos mais modernos. Alguns trechos da Bíblia, registados há milhares de anos, abordavam já essa temática, como é o caso do Provérbio 17:22, que afirma: "Coração alegre, corpo contente; espírito abatido, ossos secos.". Além disso, desde que há memória, existem também inúmeras expressões populares com essa associação, como é o caso, entre outras, de: "rir é o melhor remédio".

Ainda assim, como tem vindo a ser analisado, aceitar essa possibilidade como um facto científico não seria tarefa fácil para o ser humano. De facto, esse "novo" saber, que associa a prática do riso a uma melhor saúde, embate de forma muito violenta com alguns pilares do "antigo" saber platónico – a principal base do pensamento Ocidental. Ainda assim, com o passar do tempo, essa barreira foi quebrada, o que proporcionou que nos nossos dias, tendo como base alguns escritos científicos, seja possível compreender o ato de rir como um fármaco multifacetado, com uma aplicabilidade múltipla, quer na condição física, quer também na condição psicológica do ser humano. Tenhamos então em atenção, de forma bastante abreviada, esse "renovado" saber da ciência dos nossos dias.

Num estudo que questionava se rir é realmente o melhor remédio, intitulado *Laughter is the Best Medicine? A Cross-Sectional Study of Cardiovascular Disease Among Older Japanese Adults,* os autores concluíram que "a frequência diária de riso está associada a uma menor prevalência de doenças

[197] A tradução foi realizada pelo autor da tese.
[198] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

cardiovasculares" (Hayashi *et al.*, 2016, p. 546)[199]. Noutro estudo, intitulado *The Effect of Mirthful Laughter on the Human Cardiovascular System,* os autores referiram que o "riso alegre pode servir como um veículo útil e importante para a promoção da saúde vascular" (M. Miller & Fry, 2009, p. 5)[200]. Ainda em total sintonia com essas investigações, que apontam nos nossos dias para o riso como importante "fármaco", também Joe Hoare (2004), em *The best medicine*, referiu que "rir reduz o nível de hormonas que causam o *stress*, como cortisol e adrenalina, e estimula a produção de endorfinas" (p. 19)[201].

Ainda que, como já referido, a realidade científica tivesse sido bastante distinta no passado, afastando, dessa forma, por muito tempo, possíveis estudos capazes de analisar o papel do riso na saúde, a verdade é que, especialmente nos últimos anos, isso tem vindo a alterar-se. Assim, à medida que o tempo passa, multiplicam-se as pesquisas que visam entender os possíveis benefícios do riso para a saúde no geral, mas também para algumas áreas em particular, como a geriatria, a pediatria, a oncologia, entre outras. Na verdade, hoje, aparentam ser cada vez mais os campos específicos de pesquisa que abordam, com os seus saberes, com as suas ferramentas e com a sua linguagem, as possibilidades do riso em tratamentos de saúde. Desse modo, atualmente, poderia ser escrita uma tese apenas sobre essa temática e, tendo em conta o conteúdo que existe, é provável que muita da informação tivesse que ficar de fora.

Ainda assim, de forma a não ignorar alguns desses aspetos fundamentais, recorremos à sintetizada – porém aparentemente completa – explicação, a esse respeito, da autora Mariana Funes (2001), em *O poder do riso: um antídoto contra a doença* [202]. Tenhamos então em atenção aquilo que, tendo como base a referida autora, pode positivamente acontecer ao ser humano, quer durante a ação do riso, quer depois de um tempo razoável de riso (pp. 37, 38):

1. As lágrimas passam a ter mais imunoglobulinas – um anticorpo importante no combate a algumas infeções virais e bacterianas;
2. A boca passa a ter mais imunoglobulina, o que sugere uma melhor função imunológica;
3. O cérebro e o corpo produzem beta-endorfinas, que são opiáceos internos que ajudam a relaxar e a reduzir a dor;
4. Reduz as hormonas do *stresse*, que são produzidos pelas glândulas suprarrenais. É possível verificar que o nível de cortisol que cresce de forma danosa durante o stresse, decresce significativamente com o riso;

[199] A tradução foi realizada pelo autor da tese.
[200] A tradução foi realizada pelo autor da tese.
[201] A tradução foi realizada pelo autor da tese.
[202] Publicado pela primeira vez em 2000.

5. A pressão sanguínea aumenta durante o riso, mas, depois desse, fica abaixo dos níveis de repouso;
6. Depois do riso existe uma redução da tensão muscular;
7. Como o ar é expelido a grande velocidade e de forma violenta dos pulmões – podendo atingir cerca de 100 km/h (p. 40) – o corpo é bem oxigenado. E esse é um aspeto que, por exemplo, ajuda o cérebro a pensar com mais clareza;
8. Como o riso possui um efeito anti-inflamatório, a sua execução regular pode ajudar a reduzir algumas inflamações e a aliviar a dor nas articulações e nos ossos.

Tendo em mente os aspetos acima descritos, entre possivelmente outros existentes, podemos então compreender aquilo que levou William B. Strean (2009), em *Laughter prescription*, a concluir que os médicos talvez pudessem começar a considerar prescrever aos seus pacientes uma boa dose de riso. Na verdade, segundo tal ponto de vista, para além da dieta saudável e do descanso razoável, o riso é igualmente importante para uma boa saúde.

Qual mecanismo fisioterapêutico artificial, que é capaz de produzir um efeito muito positivo na musculatura humana, ou, até mesmo, assim como um produto químico, que pode ser muito eficiente na produção de substâncias importantes para a mente humana, grande parte do humor e do riso consumido através dos média, embora artificial, pode ser igualmente capaz de produzir substâncias benéficas para a saúde do ser humano. É o riso forçado a forçar o riso? Embora a resposta seja, na maioria das vezes, afirmativa, o lema circundante, por parte dos produtores dos média, mas não só, parece ser outro: "Não importa, haja é saúde!"

No entanto, antes de avançarmos para a análise do riso propriamente dita, na primeira parte do *daytime* televisivo, em Portugal, torna-se primariamente indispensável conhecer e compreender o fenómeno televisivo no geral, e em particular a realidade do *daytime*. Esse é, sem dúvida, o principal objetivo da parte que se segue.

PARTE II – A TELEVISÃO: O *DAYTIME* EM DESTAQUE

A Parte II tem com principal objetivo refletir, num primeiro nível, sobre o fenómeno "televisão" no geral, e, depois, sobre aquilo que são as inúmeras particularidades associadas ao *daytime*, quer no contexto nacional, quer também no contexto internacional, tendo sempre em especial atenção, obviamente, o período da manhã. Depois de uma reflexão generalizada sobre as várias mudanças ocorridas na televisão (pública e privada, fragmentada e generalista), uma outra, centrada nas audiências, se seguiu, tendo em atenção os vários pontos de vista existentes sobre as mesmas. Aquando da reflexão sobre o muito especial e particular fenómeno do *daytime*, o foco esteve, primeiro, na compreensão dos intitulados *daytime talk shows, talk shows* com uma retórica tendencionalmente emocional, e, depois, também, na compreensão do seu público muito particular. De seguida, para que o enquadramento com a investigação empírica fosse mais bem executado, foram examinados os vários programas matinais que, desde o seu início, preencheram os três principais canais generalistas, em Portugal, assim como as suas distintas abordagens e os seus inúmeros intervenientes. Algo que incluiu, por último, uma breve reflexão geral focada nos três principais programas da atualidade, com especial atenção no cenário, no discurso e nos inúmeros e distintos intervenientes.

CAP. 3 – A TELEVISÃO E AS SUAS AUDIÊNCIAS: CONCEITOS E PROBLEMÁTICAS ESSENCIAIS

A televisão é, segundo o sociólogo Dominique Wolton (1994), em o *Elogio do Grande Público*, um fenómeno fundamentalmente sustentado em dois pilares: "imagens e vínculo social" (p. 15). Dessa forma, e tendo tal conceção como base, no Capítulo 3, o foco esteve, sobretudo, em tentar compreender como é que, ao longo dos anos, a dimensão técnica – isto é, as mais distintas realidades mediadas pelas mais diferenciadas imagens – continuou a ser capaz de encontrar forma de se vincular – ou seja, de comunicar – à sociedade, uma realidade que, como tão bem sabemos, tem sofrido nos últimos 50 anos incontáveis oscilações. À vista disso, o objetivo foi tentar construir uma reflexão sobre conceitos e sobre as problemáticas gerais associadas de forma direta e indireta à televisão e às suas respetivas audiências, com especial atenção no que diz respeito à realidade portuguesa.

3.1. A televisão: uma janela que, lentamente, se transformou num (atípico) espelho

Sim, a televisão incomoda,
excita, desilude, fascina e cansa.

Dominique Wolton, em 1990
Elogio do grande público[203]

O que é, fundamentalmente, a televisão? Imagens e vínculo social.
O entretenimento e o espetáculo remetem para a imagem, isto é,
para a dimensão técnica. O vínculo social remete para a
comunicação, isto é, para a dimensão social.

Dominique Wolton, em 1990
Elogio do grande público[204]

Qual a força da televisão? O seu sucesso popular. E a fraqueza?
A falta de legitimidade aos olhos das elites culturais.

Dominique Wolton, em 1999
E depois da Internet?[205]

Apesar das inúmeras profecias negativas, a televisão aparenta continuar a ter um papel relevante nas muitas e variadas dinâmicas sociais da atualidade. Na verdade, imensos são os casos, sendo possível testemunhar, por exemplo, que algumas das figuras sociais consideradas de maior relevo dos nossos dias "germinaram" completamente no ambiente televisivo. E é também impossível ignorar que, tal como esses, muitos outros, quais aprendizes, continuam a empenhar-se nesse sentido. Muitas são também as personalidades que não sendo especialistas em tema algum, aparecerem recorrentemente no meio televisivo, aparentando ter opiniões de grande relevo para o público em geral sobre tudo, superando até mesmo os especialistas. Não esqueçamos também os maiores grupos

[203] Dominique Wolton (1994, p. 339).
[204] Dominique Wolton (1994, p. 15).
[205] Dominique Wolton (2000, p. 55).

económicos e religiosos que, por norma, a não serem eles mesmos um canal televisivo, não prescindem desse meio para se evidenciar.

Em o *Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão,* um texto originalmente publicado em 1990, o teórico Dominique Wolton (1994) referiu o seguinte: "sim, a televisão incomoda, excita, desilude, fascina e cansa" (p. 339). Com efeito, é plausível concluir que somente um relacionamento razoavelmente longo pode provocar tamanho número de diferentes de reações. Mas é óbvio que apenas uma "relação sólida" pode ultrapassar as descritas reações negativas e ainda assim prosperar.

A televisão, mais do que um mero objeto é, fundamentalmente, um relacionamento, social, o qual não apenas oferece, mas que continua incessantemente também a receber. Trata-se de um relacionamento que, ao longo dos últimos anos, viu, vezes sem conta, ser anunciado o seu fim. Será apenas uma questão de tempo? Será que a televisão, em especial a generalista, está realmente a morrer? Ocupará a Internet por completo o lugar outrora preenchido pela televisão? E, neste caso em particular, será que ainda faz algum sentido, nos nossos dias, estudar a televisão, em especial a generalista?

3.1.1. Vale ainda a pena, nos nossos dias, estudar a televisão (e em especial a generalista)?

Pena, do grego *poin*, sugeria no passado a ideia de um processo custoso que tinha como fim uma boa recompensa, a purificação, do grego *punya*. Embora não exatamente no sentido original da palavra, questionamos, porém, se nos nossos dias vale ainda "a pena" levar a cabo um absorvente processo reflexivo associado a um meio que, com toda a certeza, não tem hoje a mesma preponderância de outrora. Além disso, vemos multiplicar-se conteúdo com títulos como "a Internet já ultrapassou a televisão", "a televisão está a morrer", "é o fim da televisão", entre muitos outros, sugerindo que a televisão – sobretudo a generalista – está a morrer, ou que para lá caminha a passos largos. Torna-se, então, nesse sentido, inevitável questionarmo-nos: ainda é pertinente estudar a televisão? Tenhamos em particular atenção a realidade portuguesa, a qual, para este fim, nos interessa obviamente mais do que qualquer outra.

Segundo o estudo intitulado *As novas dinâmicas do consumo audiovisual em Portugal,* apresentado pela ERC (Entidade Reguladora para a Comunicação Social), em 2016, "a televisão continua a ser o meio mais consumido pelos inquiridos: 99% dizem ver regularmente programas televisivos" (p. 22). A investigação menciona ainda que "não obstante as práticas de consumo se terem alterado de modo significativo nos último anos, os conteúdos televisivos continuam a ser aqueles que geram um maior interesse por parte da população portuguesa" (p. 22). No que diz respeito aos canais de sinal aberto (RTP1, RTP2, SIC, TVI e Canal Parlamento), o estudo refere que "cerca de um

quarto do total dos inquiridos tem apenas acesso aos cinco canais gratuitos" (p. 25). Esta realidade expressa não apenas uma filiação, mas, acima de tudo, a dependência da população portuguesa desses principais canais gratuitos de sinal aberto. O principal motivo para essa contínua subordinação é, segundo a própria investigação, uma razão económica (65,9 %). Porém, não deixa de ser pertinente observar que uma outra parte muito significativa (48,4 %) entende que esses "cinco canais oferecerem programas suficientes para a satisfação das necessidades informativas e recreativas" (p. 25).

A televisão parece mesmo fazer parte da rotina dos portugueses, pois, conforme já analisado, em 2020, estima-se que cada português viu, em média, 5h49 de televisão por dia (CAEM/MediaMonitor, 2021). Estima-se também que, em média, 87,4% da população portuguesa viu nesse mesmo ano pelo menos um minuto de televisão por dia (CAEM/MediaMonitor, 2021). É claro que os dados descritos foram influenciados pelo contexto pandémico atípico vivido nesse período, que forçou a população a estar mais tempo em casa, mas ainda assim, parece evidente que o televisor continua a ser um dos "amparos" preferidos dos portugueses.[206]

Ainda tendo em atenção o caso português, foquemo-nos, por exemplo, nas pessoas que têm hoje mais seguidores nas redes sociais. Se retirarmos todos aqueles que, direta ou indiretamente, estão ligados ao universo futebolístico (que de certa forma também "utilizam" a televisão), a grande maioria dos restantes são aqueles que aparecem nos programas televisivos de sinal aberto, como novelas, séries, *talk shows*, etc. A esse respeito, curiosamente, a revista *Flash!* questionou: "O que aconteceu às estrelas da televisão?" – respondendo, de seguida o seguinte: "Adaptaram-se! Através das redes sociais, os rostos que habitualmente chegavam à casa do público pelas revistas ou programas de televisão passaram a estar à distância de um computador ou smartphone"[207]. Na verdade, não foram apenas as ditas estrelas televisivas que fizeram essa migração, mas também os próprios programas e canais, tornando-se identidades virtuais com muitas dezenas de milhares de seguidores. *O Programa da Cristina,* por exemplo, tem hoje mais de 300 mil seguidores no Instagram.

"É inegável a existência de progresso técnico entre a televisão e a internet", porém, é também inegável que "este progresso técnico não chega para que possamos falar de progresso em termos de comunicação, pois o essencial desta não reside no desempenho técnico", como referiu, de uma forma tão descomplicada, Dominique Wolton (2000, pp. 109, 110). Embora geridos de maneiras diferentes, ambos têm em mãos o mesmo problema, a comunicação no espaço social, e essa, como afirma Wolton, "não depende apenas da técnica mas também das dimensões social e cultural" (p. 172). Que,

[206] Fonte: CAEM/MediaMonitor – dados retirados da YUMI Analytics Desktop. Os dados foram partilhados e decifrados por Nathalie Costa e Pedro Lourenço.

[207] Fonte (acedido a 5/02/20): https://www.flash.pt/lifestyle/detalhe/improvavel-conheca-as-5-mulheres-portuguesas-mais-influentes-no-instagram

então, não nos deixemos iludir pela constante e repetida onda do "agora é que vai ser", pois, os problemas da comunicação continuarão, muito provavelmente, os mesmos, ou piores, independentemente do meio técnico.

A Internet não matou – nem está a matar – a televisão, como, da mesma forma, muito discutido outrora, a modernidade não matou – nem nunca nada vai matar – a arte. E, ainda que o possamos dizer superficialmente, jamais o poderemos referir, de forma prudente, no sentido absoluto. A arte morreu, sim, e a televisão também, no mesmo sentido em que uma larva que morre dá vida a uma nova coisa, uma borboleta. "Transformação" é, sem dúvida, o termo mais honesto a aplicar a uma nova televisão que passou a conviver com uma nova realidade, a Internet. Como defende o investigador brasileiro Arlindo Machado, a televisão não está a morrer, mas está, sim, na era da Internet, a dar "um salto em direção a alguma outra coisa" (Machado, 2011, p. 87). Também a esse respeito, e nesse mesmo sentido, relembrem-se as palavras outrora proferidas pelo teórico social Toby Miller:

> Em 1942, Noran E. Kersta, executivo da NBC, escreveu: "A televisão (...) pode superar qualquer meio de comunicação em velocidade, precisão e segurança." Ele estava certo na época, e continua certo hoje. Como a revista de negócios *Fortune* publicou, recentemente, "A TV está morrendo? Longa vida à TV!" (Colvin, 2007). O alcance da televisão está aumentando, a sua flexibilidade está se desenvolvendo, a sua popularidade está crescendo; e a sua capacidade de influenciar e incorporar mídias mais antigas e mais novas é indiscutível. A TV não está morta, ela está mudando. (T. Miller, 2009, p. 24).

Deste modo, podemos afirmar que estamos, hoje – e não há mais como negar – perante uma profunda mudança daquilo que é o fenómeno televisivo. Os novos utilizadores, provenientes de uma nova geração, bastante habituada a *navegar* em ambientes interativos (como os jogos, a Internet, etc.), de certa forma, incitaram a que a própria televisão também se inserisse nessa nova retórica gráfica e digital. Nesse sentido, e em profunda sintonia com os pensamentos acima referidos, o investigador Carlos Alberto Scolari (2008) referiu que "é possível que não estejamos a testemunhar a morte da televisão, mas à reestruturação do seu papel como espinha dorsal na sociedade" (p. 7)[208].

Em suma, a televisão não está de todo morta, nem tampouco aparenta estar lentamente a morrer, o que faz com que, ainda nos nossos dias, continue a fazer sentido estudá-la. Assim, tendo em mente os dados acima apresentados, em Portugal, faz muito sentido continuar a estar atento à

[208] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

televisão generalista de sinal aberto. Porém, de acordo com a dimensão e a pluralidade que estão em volta do respetivo fenómeno, surge uma outra, mas igualmente imprescindível, questão: como é possível estudar a televisão?

3.1.2. Estudar televisão num imenso universo de opções: "o quê?" e "como?"

A televisão é um fenómeno complexo, com múltiplos e emaranhados caminhos, que se atravessam entre si, qual novelo de lã. E, como até então analisámos, e mais adiante observaremos com mais atenção, trata-se de algo em constante mutação, que não apenas influencia, como também se deixa influenciar pelas inúmeras forças envolventes, quer essas sejam políticas, sociais, ideológicas ou económicas. Torna-se, assim, neste documento, impossível analisar todos os fenómenos que lhe estão, direta ou indiretamente, associados. Assim, por essa mesma razão, a investigadora Felisbela Lopes (2009), em *Estudos televisivos: perspectivas diacrónicas,* refere que "estudar a televisão ao longo do tempo implica escolher caminhos" (p. 7). Trata-se, então, primeiro que tudo, de escolher – de escolher um caminho. Contudo, a questão que se levanta é: quais os caminhos disponíveis ao investigador?

A investigadora em questão, tendo como base John Corner (2003), afirmou que é possível perspetivar um estudo focado em cinco principais áreas: (1) na instituição, (2) na programação/realização, (3) no fenómeno sociocultural, (4) na representação e forma, e (5) na tecnologia (F. Lopes, 2009, pp. 7, 8). Ainda que, evidentemente, por vezes, uma investigação exija um conhecimento razoável de mais do que um desses tópicos, o enquadramento, no geral, deverá permanecer circunscrito. Esse aspeto facilitará não apenas a sua execução como, depois, igualmente, a própria interpretação por parte dos variados leitores.

Dessa forma, e tendo agora em mente a presente investigação, podemos concluir que, ainda que a mesma tenha exigido uma análise ampla e profunda de distintos aspetos, "bebendo" o conhecimento nas mais diversas áreas, o foco esteve, de uma forma geral, na compreensão do papel do riso nos *talk shows* matinais e obviamente também dos seus respetivos profissionais, o que nos aproxima do segundo ponto acima referido. Com efeito, segundo o próprio John Corner (2003), "o foco está na cultura profissional e na prática profissional" (p. 275)[209], algo que se tornou, portanto, indispensável à investigação, no geral, e em particular, à análise das emissões televisivas, à observação no local das emissões e à realização das entrevistas.

[209] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

O sociólogo Dominique Wolton (1999), em *Pensar a Comunicação*, ao refletir sobre as inúmeras escolhas na área das ciências da comunicação, também abordou a questão da dimensão afetiva que, segundo o próprio, deve ter em atenção "as dimensões não verbais da comunicação" (p. 401). Apesar de, no entender do autor, haver uma tendência natural para se "subestimar a dimensão afetiva" (p. 401), no presente estudo, uma vez que tratamos do riso e do seu papel nos *talk shows*, tal não deverá acontecer. Na verdade, uma gargalhada não só tem um forte impacto emocional, mas também uma presença singular ao nível do som e da imagem. Esses aspetos "agitam" o corpo do recetor e, como consequência, deverão ser levados em conta de forma bastante séria no presente estudo de comunicação.

3.1.3. O que é, afinal, a televisão? (do "objeto" à "relação" do sujeito com o objeto)

Segundo Luís Morazzo (1975), na *Enciclopédia Luso-Brasileira de Cultura,* por televisão entendemos um "sistema de telecomunicação que assegura a transmissão de imagens não permanentes de objetos fixos ou móveis" (p. 1232), cujo principal objetivo é "estender o sentido da visão para além dos seus limites naturais" (p. 1232), e que, desse modo, necessita de "utilizar dispositivos capazes de substituir os mecanismos da vista humana, reconhecendo formas e limites das imagens, compreendendo a distribuição da luz e das sombras, avaliando o brilho e a cor e percebendo o movimento" (p. 1232). Tendo como base a descrição de Isabelle Gougenheim e Yves d'Hérouville (2003), em *A televisão*, é também, ao mesmo tempo, o termo usado para designar "o conjunto das atividades relativas à produção e à difusão de programas" (como, por exemplo, quando o usamos para nos referir à televisão pública ou à televisão privada), e, ainda, para definir o próprio objeto, "o aparelho recetor de televisão" (p. 7).

Mas "o que é, fundamentalmente, a televisão?" (Wolton, 1994, p. 15). Foi desta forma que um dos principais especialistas na matéria em questão se indagou. O sociólogo e especialista em ciências da comunicação Dominique Wolton, em *Elogio do Grande Público: uma teoria crítica da televisão,* lançaria, a esse respeito, uma reflexão. Tenhamos então em atenção a contestação do teórico.

> O que é, fundamentalmente, a televisão? Imagens e vínculo social. O entretenimento e o espetáculo remetem para a imagem, isto é, para a dimensão técnica. O vínculo social remete par a comunicação, isto é, para a dimensão social. Tal é a unidade teórica da televisão: associar duas dimensões, técnica e social, que (...) estão na origem de duas grandes ideologias, traduzindo cada uma delas uma desproporção na consideração das duas dimensões. A ideologia técnica sobrevaloriza o papel do instrumento; a ideologia política, inversamente, sobrevaloriza o papel que podemos fazer

> desempenhar à televisão. A história da televisão é a história da oscilação, consoante as épocas, entre cada uma destas ideologias. Esta definição teórica tem a vantagem de mostrar o papel essencial desempenhado pela televisão generalista, a que melhor assume as duas dimensões, mesmo se hoje esta forma de televisão é considerada ultrapassada. (Wolton, 1994, p. 15)

Como já referido anteriormente, é prudente encarar o fenómeno televisivo (em especial aquele que se media pela televisão generalista) como algo que está centrado não na interpretação de um mero "objeto", mas, sim, essencialmente, na compreensão de um complexo "relacionamento" social, no qual existe uma dinâmica de "dar e receber" entre ambas as partes. A televisão é, então, mediante o ponto de vista proposto, substancialmente, um convívio, um vínculo social. E ainda que se trate de uma ligação de extrema complexidade, invulgar, e com uma dimensão profundamente alargada, não deixa nunca de o ser.

Etimologicamente, a palavra televisão deriva do grego *tele*, que significa distante, e do latim *visione*, que significa visão. Combinação essa que sugere uma aparição vinda do além. Porém, foi apenas a partir da segunda metade do século XX que esse "milagre" se começou a tornar, ainda que muito gradualmente, acessível à população no geral.

Definir inteiramente televisão passa sempre por explicar de igual modo um fenómeno social. Esse aspeto faz com que a compreensão plena dessa realidade se estenda, inevitavelmente, também, a uma plena compreensão da sociedade que a envolve. Jamais poderemos ignorar a orientação externa, caso contrário, cairíamos no absurdo em relação ao qual Mikhail Bakhtin (2002), ainda que em outro contexto, nos preveniu, ao sugerir que estudar o discurso e ignorar a sua orientação externa é algo tão insensato como estudar o sofrimento de alguém sem levar em conta a realidade que o envolve (p. 99). Dessa forma, analisaremos então as várias fases da televisão, levando em conta as distintas realidades sociais envolvidas.

3.1.4. E no início era a... "Paleotelevisão"

Debaixo da teoria evolucionista, muitos acreditam que foi no período Paleolítico que a raça humana se distinguiu dos demais animais à sua volta por começar a moldar e a usar, ainda que muito limitadamente, alguns instrumentemos à sua volta como, por exemplo, a pedra. De acordo com tal ponto de vista, embora esse tenha sido um momento importante, a verdadeira revolução foi o período neolítico, quando o ser humano – a raça humana – mais do que apenas usar algumas ferramentas, passou gradualmente a servir-se e a domesticar tudo o que estava à sua volta (isto é, a tornar-se o *domus*, o dono, o senhor).

E é com esta narrativa em mente que, tendo em atenção a realidade televisiva italiana, Umberto Eco, num texto original de 1983, referiu com alguma ironia "era uma vez a Paleotevevisão" (Eco, 1986, p. 135). Segundo o próprio autor, essa era a televisão que "falava das inaugurações dos ministros e controlava que o povo aprendesse só coisas inocentes, mesmo à custa de dizer mentiras", e que, de tão rudimentar que era, "podia fazer-se um dicionariozinho com os nomes dos protagonistas e os títulos das transmissões" (p. 135). Embora tenha sido Umberto Eco a criar esse curioso conceito, o autor "pouco mais escreve[u]" acerca dele, como referiu a investigadora Felisbela Lopes (2008, p. 34). Na verdade, este conceito só mais tarde seria reavivado pelos teóricos Francesco Casetti e Roger Odin (1990), no título *De la paléo- à la néo-télévision. Approche sémio-pragmatique* [210].

Da perspetiva de Francesco Casetti e Roger Odin (2012), a paleotelevisão tem como característica principal uma "postura pedagógica" (p. 9), cultivando entre o apresentador e o telespetador uma relação semelhante à do aluno com o professor. Pode-se considerar então que existe uma relação hierárquica, que incita o telespetador a uma clara submissão. Outra importante característica dessa televisão, segundo os autores, é a existência de uma fronteira bem vincada entre o "género" (informação, cultura, desporto, etc.) e o "público-alvo" (crianças, idosos, apaixonados por carros, entre outros). Dessa forma, "ao longo do dia, os programas se sucedem uns aos outros com separações bem marcadas" (p. 10).

> Em suma, na paleotelevisão, o fluxo está submetido a uma grelha de programação que atua plenamente em seu papel estruturador. Publicada na mídia impressa, esta grelha permite ao espectador eleger e se preparar para as operações de produção de sentido e afeto ligadas ao contrato de comunicação correspondente ao programa escolhido. (Casetti & Odin, 2012, p. 10)

No período da PaleoTV, a realidade televisiva também estava extremamente condicionada por uma forma física, gráfica, visual. E, nesse rígido formato, não era permitido, por exemplo, que os inúmeros elementos da produção fossem mostrados ao telespetador. Como refere Umberto Eco (1986), nesse período, esses eram aspetos que "deviam permanecer escondidos do público" (p. 143). Todavia, esta seria uma realidade que se alteraria drasticamente com o tempo e que, na próxima fase, na NeoTV, não mais seriam aspetos ocultos, como ficariam orgulhosamente expostos aos telespetadores – pois começou-se a entender que isso os fazia sentir menos "burlados" pelas produções televisivas. Entre inúmeros outros exemplos passíveis de destaque, recordemos o caso das

[210] Utilizaremos a tradução de Henrique Reichelt, publicada em 2012, n.º 27 da revista *Ciberlegenda*.

palmas. Não mais seria apenas um qualquer elemento da produção que, escondido, as solicitava, mas também o próprio apresentador que, sem qualquer pudor, passou a dizer em voz alta: "e agora o nosso grande aplauso!" (p. 144).

A PaleoTV, que surgiu por volta dos anos 50 e 60 (aquando da institucionalização da televisão), pela relação que cultivava com o telespetador, muitas vezes distante e apática, na mesma medida em que a sociedade se apresentava cada vez mais emocional e entusiasta, passou a ser considerada mais enfadonha e impercetível. Representava algo demasiado rígido para uma sociedade que, cada vez mais, se orgulhava de ser permissiva. Dessa forma, a paleotelevisão passou a ser vista, de uma forma geral, como algo muito entediante de se ver e, como o sugerem Francesco Casetti e Roger Odin (2012), foi por isso que a população no geral se irritou e se afastou dela (p. 9).

3.1.5. Até que depois apareceu a... "Neotelevisão"

Ao contrário do que acontecia até então, na Neotelevisão deixou de ser possível fazer um pequeno dicionário com o nome dos protagonistas e dos títulos dos programas, porque, como mencionou Umberto Eco (1986), não apenas as personagens e as rubricas se tornaram "infinitas", como também "o mesmo personagem [começou a] desempenha[r] papéis diversos" (p. 135). Trata-se de uma "nova" televisão, não apenas na sua aparência, mas também na sua finalidade, pois, como sintetizaram Francesco Casetti e Roger Odin (2012), não se trata mais de "um espaço de formação, mas [sim, de] um espaço de *convívio.*" (p. 11).

> Estamos certamente muito longe do modelo pedagógico da paleotelevisão. A neotelevisão não é mais uma instituição que se inscreve como um prolongamento da escola ou da família, mas um lugar integrado ao espaço cotidiano, um "lugar onde se vive", pelo menos se entendermos por isso um lugar onde, de ambos os lados da tela, há pessoas que passam horas e horas de suas vidas. (Casetti & Odin, 2012, p. 14).

Nesse sentido, ecoa, também, abafando a mensagem anterior, uma muito atrativa novidade para os telespetadores no geral: agora são eles os donos do poder, merecendo então ser continuamente admirados, cortejados e estimulados pela própria televisão. Essa é, sem dúvida, uma nova e muito distinta comunicação que só surge graças ao aparecimento das televisões privadas, pois, havendo alternativas, não é mais a televisão que define aquilo que o público vê, mas sim o público que define a televisão que quer ver. "O público com o telecomandado decide quando deixá-la falar e

quando passar a outro canal", explicou, desta forma, o teórico italiano Umberto Eco (1986, p. 135).

Nesse sentido, se na paleotelevisão os programas podiam, segundo o ponto de vista já referido, ser comparados a uma ferramenta bastante primitiva, qual pedra lascada que serve apenas para um determinado fim limitado, na Neotelevisão alguns dos "novos" programas poderiam então ser comparados a uma ferramenta muito moderna e diversificada, qual canivete suíço, que acarreta com ele um sem-número de ferramentas e soluções. Eco (1986), a esse respeito, referiu: "veio o programa contentor, onde um condutor, talvez por algumas horas, fala, faz ouvir música, apresenta um filme, e depois um documentário, ou um debate, e até notícias. Nessa altura, até o telespetador superdesenvolvido confunde os géneros" (p. 141).

Francesco Casetti e Roger Odin (2012) salientaram ainda outro importante aspeto, ao afirmarem que na Neotelevisão "pouco importa se não somos especialistas, pouco importa se ignoramos completamente o assunto proposto, o essencial é falar a respeito, o essencial é falar" (p. 12). Assim sendo, de uma forma geral, não há mais um lugar privilegiado para o especialista de outrora que, muito cautelosamente, falava de um determinado assunto em específico. Esse lugar passou então a pertencer ao não especialista que, orgulhosamente e sem qualquer cautela, fala um pouco de tudo e de nada em específico. Em suma, a neotelevisão apresenta-se "como uma prolongação da tagarelice da vida cotidiana" (p. 12).

Nesse seguimento, foram também as coisas ditas com segundas intenções e os palavrões que fizeram com que, segundo Umberto Eco (1986), a Neotelevisão criasse uma maior empatia com muitos adultos (p. 149). Trata-se de uma nova televisão, na qual os vários intervenientes passaram a tratar uns e outros pelo primeiro nome, a dar palmadinhas nas costas e a fingir constantemente através do uso de piadas e risos (Casetti & Odin, 2012, p. 13). O apresentador passou, assim, a não mais espelhar o professor irrepreensível e distante (como acontecia na paleotelevisão), mas sim um colega: impulsivo, defeituoso e tolerante. Nesse sentido, é o saber popular do comum cidadão, e aquele que melhor o espelha, que é privilegiado. O saber focado e profissionalizado passa a aparecer, gradualmente, em segundo plano. A *verdade* torna-se, assim, deste modo, com o passar do tempo, uma questão secundária na televisão, e o mais importante passa a ser, então, que apenas se *comunique de verdade.*

A neotelevisão, que entendemos que tenha sido reproduzida mais acentuadamente nas últimas duas décadas do século XX, ficou marcada, sobretudo, por espelhar uma profunda e cada vez mais clara crise da sociedade moderna. Crise essa que, entre certamente outras coisas, para o teórico Eduardo Lourenço (2006), é, sobretudo, uma "crise de valores", isto é, por outras palavras, uma cada vez visível dificuldade da sociedade em definir, com base nos seus próprios critérios, o que é ou não de bom senso.

A televisão passa, de uma maneira geral, a não mais tentar atrair o espetador pelos seus supostos bons argumentos, mas, sim, pela quantidade de emoções que é capaz de proporcionar. O limite, esse, sintoma dos tempos, passa então a ser algo cada vez mais contestável. Trata-se de uma relação que deixa de estar sustentada num harmonizar de ideias para se apoiar num harmonizar de sentidos. Deste modo, passa a existir uma relação sustentada no sintonizar do *pathos* – do sensível – entre o espetador e a televisão. A neotelevisão é, também, desse modo, a fase da "sensibilização" da televisão.

3.1.6. E da "Neotelevisão" irromperá, quiçá um dia, a... "Hipertelevisão"

Afastando-se subtilmente dos conceitos iniciados por Umberto Eco (1986) e continuados por Francesco Casetti e Roger Odin (1990), o sociólogo argentino Eliseo Verón (2009) sugeriu que, com a mudança do século, se iniciava "uma terceira etapa na história da televisão do grande público" (p. 17). Segundo o próprio, o início dos "reality shows representam muito bem o começo d[ess]a terceira etapa" (p. 18). Trata-se de uma nova fase, em que se tornou "consagrado", isto é, *televisível*, o comum cidadão do mundo que, embora exterior à instituição televisiva, passou a ser por ela moldado e "oferecido". Assim, estamos perante uma nova e verdadeiramente empática "oferenda" da parte da televisão para com o grande público, pois é feita com alguns membros escolhidos desse mesmo público. Trata-se de uma nova oferta "híbrida" que, ao mesmo tempo que também é real, não deixa de ser igualmente fictícia para quem a observa. E isso foi algo que provocou, consequentemente, segundo Eva Aladro (2000), uma nova forma de assistir à televisão, sendo que o principal objetivo do telespetador passou a ser o de "examinar o comportamento humano e discuti-lo" (p. 292) [211].

Porém, ao contrário das muitas suposições, a televisão não se tornou, com o tempo, apenas isso, mas, sim, simplesmente, também isso. Essa foi uma realidade observada e registada pela investigadora Felisbela Lopes (2008), em *Da pós-neotelevisão: a reconfiguração do prime-time nos canais generalistas portugueses.* A autora, tendo como fonte de reflexão o contexto português, referiu, sobre o assunto em questão, o seguinte: "as audiências foram bastantes solicitas pelos novos *reality shows*, mas o público continua a ficar excluído de grande parte dos programas das estações generalistas" (p. 45). Dessa forma, a investigadora sugeriu então "um conceito que assinale uma etapa diferente, mas que se assuma com uma natureza de transição, a "pós-neotelevisão" (p. 45). Observemos, então, a sua fundamentação:

[211] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

> Defendemos igualmente que as características da neotelevisão não nos servem para falar da TV pós-Big Brother. No entanto, não nos parece que tenha havido uma rutura expressiva em relação ao passado recente. Também não achamos que a integração do telespectador no rumo da programação tenha sido efetiva. (...). Propomos "pós-neotelevisão"[.] (F. Lopes, 2008, p. 45)

Quem também propôs que estamos a caminhar em direção a uma nova e distinta realidade televisiva foi o investigador Carlos Alberto Scolari (2008), em *Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo*. O autor intitulou essa nova fase de "hipertelevisão". Segundo o próprio, trata-se de uma nova televisão que, como sintoma dos tempos, se direciona para os novos utilizadores, os quais estão muito habituados a navegar nos mais diversos ambientes interativos, como a Internet, os jogos, entre outros. Nesse sentido, o autor referiu que "é possível que não estejamos a testemunhar a morte da televisão, mas a reestruturação do seu papel como espinha dorsal da sociedade" (p. 7)[212].

Porém, Felisbela Lopes, Phillipe Vieira e Luís Loureiro (2011), tendo como fonte de reflexão o contexto português, mostraram-se cautelosos quanto à afirmação de que estamos a mover-nos para essa fase. Os autores referiram, sobre essa questão, o seguinte: "nas emissões televisivas dos canais portugueses, sobram ainda vestígios da *paleotelevisão* e existem ainda demasiados traços distintivos da *neotelevisão*, o que torna difícil anunciar uma terceira fase da TV" (p. 26). Ainda que a realidade possa aparentar caminhar nesse sentido, à data de 2011, segundo os mencionados autores, o trajeto a percorrer não parecia, de forma alguma, reduzido.

> Se assim for, a *hipertelevisão* que estamos a ver surgir, podendo significar a diluição dos grandes paradigmas comunicacionais da TV de grande público na massa líquida da modernidade, não significará, tão cedo, a sua dissolução definitiva. A *pós-televisão* pode esperar. Até porque, quando olhamos para as emissões televisivas, notamos que há muito caminho a percorrer até que o telespectador seja um parceiro ativo nos conteúdos televisivos, principalmente ao nível da informação. Pelo menos em Portugal. (F. Lopes *et al.*, 2011, p. 28)

Com efeito, é impossível não observar que, na última meia dezena de anos, o progresso associado ao dispositivo televisivo deu um salto enorme, de uma forma geral um pouco por todo o mundo, mas em particular no contexto nacional. Porém, de todo o modo, até que estejamos

[212] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

plenamente em frente à intitulada hipertelevisão, ainda será, muito provavelmente, necessário esperar mais algum tempo. Se a paleotelevisão espelhou o período do monopólio televisivo e a neotelevisão o nascimento das televisões privadas, então, sem dúvida, a nova televisão que virá, continuará apenas a ser um muito especial e particular reflexo da sociedade que a envolve. Pois é, cada vez mais, a um espelho que nos referimos – um espelho especial, atípico, social.

3.1.7. Mas e o que dizer já hoje da... "Televisão Ubíqua"?

A palavra "ubíquo" origina-se do latim *ubique,* sugerindo algo que está presente em todo e qualquer lugar. Tem como sinónimos, por exemplo, as palavras "omnipresente" ou "universal". Sem grande complexidade, compreende-se então que, quando nos referimos a uma "Televisão Ubíqua", nos estejamos a referir a uma espécie de televisão que, independentemente do local e da hora, está totalmente disponível e acessível ao seu público – isto é, 24 horas por dia, 7 dias por semana, 365 dias por ano. A ubiquidade não se trata de um conceito que se aplica somente ao fenómeno televisivo, estendendo-se também aos mais variados e distintos meios de comunicação. No entanto, como é de esperar, na reflexão que se segue, daremos especial atenção às questões que, de forma direta ou indireta, estejam relacionadas com a televisão.

Muitos dos conteúdos televisivos, até não há muito tempo, estavam disponíveis apenas na cozinha, na sala, no quarto, ou numa outra divisão física. E quer fosse num ambiente público ou privado, esses conteúdos permaneciam acessíveis apenas durante um período circunscrito de tempo. Com efeito, para que pudessem ser vistos os programas desejados, os telespetadores tinham de ajustar não apenas a sua programação à programação televisiva, como também a sua localização à localização do televisor. Entretanto, com as mudanças que se deram num passado recente, essa realidade alterou-se. Hoje, para um número significativo de utilizadores, os conteúdos televisivos estão disponíveis, por exemplo, no bolso (no telemóvel), e, independentemente da hora ou do local, permanecem à distância de apenas alguns cliques. Como referiu o investigador Washington de Souza Filho (2015), "o meio que era caracterizado pela condição de ver à distância estabelece com a tecnologia digital outra realidade: ser visto em todo lugar" (p. 101). Assume-se então que já não há como negar, hoje, que estamos a presenciar um reinterpretar daquilo que até então era tido como "a televisão".

Tal facto deve-se em muito ao aparecimento de vários dispositivos móveis com uma boa capacidade de reproduzir conteúdo audiovisual, como o *smartphone* e os *tablets*, mas também ao cada vez mais alargado e facilitado acesso à Internet por parte de um número muito significativo de utilizadores. Em vista de todas essas transformações, é então compreensível que não apenas o

conceito teórico outrora utilizado seja alvo de uma nova e mais alargada reflexão, como, também, que uma série de outros aspetos práticos necessitem de uma nova apreciação.

Para o investigador João Carlos Correia (2015), são vários os desafios que envolverão a "nova" televisão. Tendo como base a sua reflexão, acreditamos que o primeiro desafio terá que ver com a criatividade, ou seja, com a capacidade de adaptar o conteúdo aos novos ambientes. O segundo estará relacionado com a cada vez mais próxima convivência entre a televisão e as redes sociais, o que significará, primeiro, uma nova exposição, com uma maior dimensão pública, à apreciação e à crítica dos utilizadores, e, depois, por consequência, uma maior necessidade de alimentar explicações rápidas, constantes e adequadas. De seguida, será o desafio do discurso, e a possível necessidade de o adaptar a um novo ambiente mediático, o que pode também significar a criação de novos géneros híbridos. Por último, e também diretamente relacionado com os restantes pontos, estará o desafio em torno do próprio modelo de negócio.

Independentemente dos desafios, de uma coisa estamos certos, para poderem sobreviver, os produtores de televisão precisarão de continuar a encontrar soluções para partilhar conteúdos. Na verdade, a sua "vida" depende dessa ininterrupta partilha. Mas quem pode continuar realmente a garantir a sua existência? Num texto intitulado *A televisão no seu labirinto*, a investigadora Anabela Gradim (2015) constata que esse fenómeno está hoje numa verdadeira encruzilhada. Porém, como o próprio título sugere, trata-se da "sua" encruzilhada, do "seu" labirinto. Pede-se então que, de forma razoável, seja a própria televisão (isto é, o enorme conjunto de profissionais que a orquestram, regulam e examinam), a procurar, a criar e a indicar soluções. De facto, algumas das mudanças são já reais, e não há como ignorá-las.

O conteúdo que era outrora visto apenas no conforto do lar, passou também a ser visto durante uma viagem de comboio, de autocarro, etc. E é óbvio que esses aspetos, entre outros, precisam de ser levados em consideração na hora de conceber o conteúdo, pois influenciam a sua absorção e a sua compreensão. O público televisivo, por esses e outros motivos, aparenta também estar cada vez mais "distraído", o que faz com que o dito "conteúdo denso", que requer do telespetador uma razoável atenção, esteja a cair em desuso. Ao contrário, e com cada vez mais força, está o entretenimento ou o *infotainment* – um género híbrido que muitos afirmam que dilui a informação no entretenimento (e que será analisado mais adiante).

Como já referido, é também cada vez mais importante levar em consideração os múltiplos comentários dos telespetadores nas redes sociais. Muitas vezes, ao contrário do que aconteceu num passado recente, essas avaliações têm um efeito imediato ainda no decorrer do programa. Uma

realidade que incita todos os seus intervenientes a estarem cada vez mais prontos para lidar com um determinado número de inesperadas questões, assim, como, se necessário, a improvisar a respeito de uma qualquer temática desencadeada. Tudo isto faz com que os programas sejam, nos diretos, progressivamente mais imprevisíveis e emocionais. Por outro lado, esses conteúdos, que em direto são muitas vezes extensos, necessitam de ser repartidos em temáticas menores, sob títulos curtos, e muitas vezes com legendas, para que possam mais facilmente ser absorvidos pelo utilizador *web*, quer nas redes sociais, quer também nos respetivos *websites* dos programas ou canais.

Ainda que, como foi analisado, a ubiquidade se trate de um conceito mais amplo naquilo que ao fenómeno televisivo diz respeito, e tendo em consideração a sua história, acreditamos que se trate, muito provavelmente, de "apenas" mais uma mudança na sua vida. Uma mudança que, depois de algum tempo de inquietação interna, tornará a televisão ainda mais sólida externamente. Em suma, aquele "grande espelho", que estava, outrora, no quarto, na sala ou na cozinha, foi "partido", e está hoje, em pedaços menores, no bolso de cada um dos telespetadores. Simbolicamente, é de um espelho portátil, de bolso, aquilo a que nos referimos quando falamos de "Televisão Ubíqua". Um "espelho" que permite ao telespetador, a qualquer momento do dia e em qualquer local, aceder à sua imagem, ao seu próprio imaginário.

3.1.8. A televisão de serviço público e a privada: distintas, mas com um (suposto) interesse comum

O intitulado serviço público, que se estende também à rádio, e não só, como o próprio nome indica, tem – ou deveria ter (como mais adiante analisaremos) – como único objetivo servir o interesse público. Um propósito aparentemente simples, mas que, inevitavelmente, cedo fez despoletar importantes e intrigantes interrogações, como, por exemplo: quem pode servir e como pode ser servido o interesse público? Porém, antes de nos centrarmos nesse inevitável debate, tomemos como ponto de partida aquilo que foi, no seu início, o serviço público, evidentemente com um foco especial na realidade televisiva.

Este "início", segundo o investigador Joaquim Fidalgo (2005), "costuma associar-se à criação da BBC, no Reino Unido, em 1926, cujo caráter pioneiro acabou por servir, em boa medida, de 'padrão' e modelo orientador para os diversos países do espaço europeu" (p. 23). Segundo o autor, entre esses princípios basilares estão: a *universalidade*, que implica levar a televisão com igual qualidade a todos os cidadãos; a *diversidade*, que compromete a televisão a informar, formar e entreter; o *financiamento público*, que responsabiliza o Estado de ter uma participação financeira ativa; e, por fim, o mais

contestado, a *independência,* que compele a televisão a dissociar-se dos diferentes interesses governamentais e particulares (p. 24). Esses princípios, entre outros, distanciam-se com clareza daqueles que foram "nomeados" para a intitulada televisão comercial (como se pode notar na "Tabela 2").

Acrescentamos ainda a esse respeito que, diferentemente do que aconteceu com os Estados Unidos da América, que saíram da Guerra Mundial com um sistema político fortalecido, a maioria dos países europeus saíram bastante debilitados. Por isso, ao contrário do que ocorreu do outro lado do oceano, deste lado a televisão do estado serviu para tentar "recuperar o consenso e a identidade nacional" (Bustamante, 2003, p. 32). Foi, então, à data, segundo Joaquim Fidalgo (2005), um elo de ligação importante entre o estado e a nação "em termos políticos, linguísticos e culturais, favorecendo a identidade nacional" (p. 24).

	Televisão Pública	**Televisão Comercial**
Papel do Estado	Estado-gestor	Estado-árbitro
Garantia do pluralismo	Gestão pública	Mercado (concorrência)
Financiamento	Taxa	Publicidade
Dinâmica dominante	Política/Cultura	Economia/Política
Objetivos programáticos	Informação/ Educação/ Entretenimento	Entretenimento
Produção	Própria-Nacional	Múltipla (Própria/Alheia) (Nacional/Importada)
Destinatário	Cidadão	Consumidor
Legitimação	Satisfação (Peso da audiência)	Quantidade (Fidelidade)

Tabela 2: Os modelos fundamentais da televisão
Fonte: Enrique Bustamante, 2003, p. 37

Mais adiante, porém, por volta dos anos 80 e 90, com o aparecimento das televisões privadas, deu-se, no serviço público, uma ampla e multifacetada crise. Tendo como base Enrique Bustamante (2003, pp. 60-62), destacaremos três importantes terrenos em que essa crise floresceu:

- *No terreno económico-financeiro*. Na mesma medida em que, por múltiplos fatores, as receitas financeiras desceram, para fazer face aos novos canais privados, o número de horas de emissões foi obrigado a subir e, por consequência, também as despesas aumentaram. As despesas eram maiores do que as receitas.
- *No terreno político.* Os estados e os governos retiraram ao serviço público os meios

necessários para fazer face a uma nova e severa concorrência existente.

- *No terreno sociocultural.* O público começou a escolher, de uma forma geral, as televisões privadas (recheadas de entretenimento). Desse modo, as receitas publicitárias diminuíram e, como consequência, os governos contiveram ainda mais os fundos públicos.

De uma maneira geral, com o aparecimento das televisões privadas, as televisões (ditas) de serviço público viram-se confrontadas com duas opções: manter a sua identidade social ou então concorrer diretamente com as televisões privadas. Uma grande parte, segundo Enrique Bustamante (2003), "dada a queda de recursos e audiências, acabaram por cair na armadilha escolhendo a segunda opção e fechando assim o círculo vicioso da sua própria perda de legitimidade" (p. 63) Trata-se de uma "guerra" que, em geral, no espaço do tempo, segundo o sociólogo Dominique Wolton (1994, pp. 25-32), se reproduzira da seguinte forma:

1. *1950-1970: O domínio do modelo de televisão de serviço público.* A prioridade são os programas educativos e populares, porém, controlados politicamente;
2. *1970-1980: O confronto entre os dois modelos.* Torna-se cada vez mais notável o desgaste do modelo da televisão pública politicamente controlado.
3. *1980-1990: A reviravolta.* A televisão privada impõe-se. A televisão pública tenta desligar-se da política.

Todavia, antes de nos debruçarmos sobre aquilo que deve ser, à luz de alguns autores, a televisão de serviço público, notemos aquilo que, à luz da realidade económica dos nossos dias, a televisão privada é. Primeiro que tudo, é preciso estar atento para que o constante discurso filantropo das televisões privadas, abertas e gratuitas, não nos encandeie quanto ao seu real objetivo. O objetivo é, como o sintetizou Enrique Bustamante (2003), "conseguir o máximo investimento em publicidade ou, como qualquer empresa de uma sociedade capitalista, maximizar os lucros" (p. 75). Isso faz com que sejamos, na maioria das vezes, encarados como meros consumidores de um produto. Um produto que, até que se torne visível, também enfrenta, da parte do seu produtor – assim como qualquer empresa privada – inúmeros desafios. Estes desafios são de natureza interna, como, por exemplo, a necessidade de pensar previamente em algo que seja depois capaz de gerar grandes audiências (para que, como consequência, o tempo publicitário seja mais valorizado); e são de natureza externa, como, por exemplo, no que toca à necessidade de pensar na cada vez mais feroz e intensa concorrência (Bustamante, 2003).

De facto, muitas vezes, como todos já tivemos oportunidade de observar, é um "vale tudo". Um "vale tudo" em busca de maiores audiências, pois isso significa, como sabemos, melhores receitas.

Porém, é importante não esquecer que, para essas empresas, além de meros consumidores, deveríamos também ser – dado o poder que exercem sobre cada um de nós – encarados como importantes cidadãos. Assim, torna-se neste momento crucial relembrar o alerta da investigadora Helena Sousa (1999), que referiu que "a televisão privada pode, com toda a legitimidade, visar o lucro. Não pode, porém, fazê-lo a qualquer preço" (p. 125). Claro que o interesse público geral deve estar acima de qualquer interesse económico particular. Mas será que é isso que, na prática, acontece? Essa é uma importante interrogação que, com altos e baixos, continua a arrastar uma contínua discussão.

No caso português, por exemplo, as televisões privadas abertas (a SIC e a TVI) afirmam, desde há muito, ter um foco permanente no interesse público. Mas será que é isso que acontece? No final dos anos noventa do século passado, por exemplo, a experiência mostrava, segundo Helena Sousa (1999, p. 129), "uma contradição clara entre o discurso político/legal e os conteúdos a que os telespectadores" tinham realmente acesso. Concluímos então que não faz sentido apenas gerar leis, mas que é, acima de tudo, preciso criar os meios necessários para que essas leis possam ser efetivamente cumpridas. A investigadora, a esse respeito, referiu: "são necessários instrumentos legais, recursos financeiros e um conjunto de profissionais empenhados na implementação efetiva de uma determinada orientação política" (Sousa, 1999, p. 125).

Porém, vários anos depois, a palavra "contradição" aparenta continuar a servir para descrever o contexto de Portugal nesse aspeto em particular. Tomemos como exemplo aquilo que referiram Felisbela Lopes e Phillipe Vieira, em *Quando a TV ignora a regulação,* um artigo científico publicado em 2011, na revista *Comunicação e Sociedade*. Segundo os autores, à data, os principais responsáveis pela televisão privada em Portugal não apenas criticaram o documento e o desempenho do respetivo órgão regulador (ERC) como, também, não agiram em conformidade. Os autores concluíram, então, em relação a esse assunto, o seguinte:

> Há, em torno deste incumprimento da deliberação da ERC, um enigmático silêncio. Se esse mutismo não tivesse consequências directas sobre o espaço público por onde todos circulamos, poderíamos ousar não agir de modo a alterar a actual tendência da oferta televisiva que vem sendo proporcionada em horário nobre. Mas talvez haja ainda uma outra saída que não aquela de nos sentarmos em frente ao televisor a divertir-nos... até morrer, como, aliás, vaticinava o título de um dos livros de Neil Postman (1985). (F. Lopes & Vieira, 2011, p. 353)

Em termos simples, e com base nos pontos analisados, afirmamos que ambas as televisões (pública e privada) não apenas podem como devem servir o interesse público. Contudo, se à televisão

privada se exige que, a esse respeito, faça o mínimo aceitável, o mínimo legal, à televisão de serviço público pede-se que faça o máximo possível. E é essa diferença de caráter, de motivação, que deve fazer mover, e, inevitavelmente, caracterizar a televisão de serviço público. Trata-se, como é evidente, de uma questão de identidade. A televisão de serviço público deve, portanto, ser bem diferente da televisão privada, a qual, no entanto, em determinados momentos, pode também proporcionar um serviço ao público. Nesse sentido, como sintetizou Joaquim Fidalgo (2005), "o serviço público não é uma função em que se ande 'fora e dentro', conforme as horas, os programas, as audiências" (p. 37), é uma identidade, algo permanente. E é isso que deve, pelo legislador e, obviamente, pela administração do canal, ser compreendido.

Desse modo, não se pede à televisão de serviço público que, apenas em determinados momentos, faça serviço público, pois, isso, de uma certa forma, todas as outras televisões (privadas) também o afirmam fazer e, algumas, em alguns momentos, fazem-no realmente. Pede-se, sim, que o faça permanentemente, que, enquanto televisão, essa não apenas seja uma das suas muitas características, mas a sua característica, o seu propósito. Pede-se que, nos vários campos em que intervem, intervenha com uma postura exemplar e com uma qualidade notável, e que se distinga, não em termos quantitativos, mas, acima de tudo, qualitativos.

Para compreender a principal diferença entre a televisão pública e a televisão privada, exige-se, obrigatoriamente, a interpretação de dois distintos e diametralmente opostos entendimentos da televisão para com a sociedade que a envolve e a recebe. Esses olhares, segundo Manuel Pinto (2005a, p. 42), "remetem para visões diversas da sociedade e do papel que nela os *media* desempenham": a primeira vê as audiências como mercado e os seus membros como consumidores, ao passo que a segunda deve vê-los como membros de uma comunidade. Se a primeira visa fundamentalmente o favorecimento de uma instituição interna, a segunda deve visar, mais do que qualquer outra coisa, o favorecimento externo que, neste caso, se refere ao próprio país e à sua respetiva saúde social.

3.1.9. A televisão de serviço público (e a "dita" de serviço público): alguns (propostos) limites

> A televisão de serviço público afirma-se e diferencia-se pelo seu carácter de referência e de exemplaridade. Em lugar de nivelar por baixo, põe a fasquia da exigência o mais elevada possível, no que toca ao profissionalismo, às especificidades do discurso e estética televisivos, à capacidade de

> despertar interesse e de alargar horizontes. Não envereda por uma política minimalista que se circunscreve aos mínimos que a lei prevê. (Pinto, 2005b, p. 16)

A televisão de serviço público deve ser marcada por um serviço de excelência, patamar elevado, esse, que não se pode confundir, como alerta Manuel Pinto (2005b), "no estilo e nas formas, com sisudez ou elitismo" (p. 16). Nesse sentido, prossegue o autor, entre outros aspetos, nenhum género deverá ser-lhe, à partida, estranho. Deve, antes, empenhar-se, no entender de Felisbela Lopes (1999, março), em oferecer uma programação "diversificada nos planos regional, político e cultural" (p. 8). Pede-se, também, que não apenas sirva o público, mas que, mais do que isso, seja feita de público. Pois, caso contrário, segundo Manuel Pinto (2005a), constituiria "um contra-senso a existência de um serviço público sem a participação ativa do público" (p. 49). Por mais difícil que possa ser, nos nossos dias, espera-se ainda que seja, continuamente, segundo Nuno Brandão (2006), "uma janela aberta contra a exclusão, contribuindo para a integração social e cultural da sociedade" (p. 20) e não um mero espelho fechado em si próprio. Uma janela aberta que, nas palavras de Moisés Martins (2005), só justifica a sua presença se existir como um lugar de resistência, dissidência e criatividade.

Falamos, então, à luz daquilo que muitos acreditam, e que tem vindo a ser analisado, de uma televisão com um propósito diferente, que luta, ainda que com outras armas, para vencer, mas não (apenas) financeiramente. Referimo-nos, nesse sentido, a uma televisão que olha para o telespetador e que, ao invés de ver um mero consumidor, vê (acima de tudo) um importante cidadão. Referimo-nos, então, por esse ângulo, a uma ideia de televisão com uma força acrescida que (em teoria) não desiste de remar no sentido oposto à corrente capitalista e que, independentemente da agitação das águas, não tira os olhos do seu principal foco: a sociedade e o seu bem-estar geral. Para o investigador Joaquim Fidalgo (2005, p. 39) trata-se de um serviço televisivo que só se justifica nestes parâmetros: "enquanto diferente, autónomo e com um identidade específica face às restantes ofertas".

Nesse seguimento, de acordo com as investigadoras Helena Gonçalves e Helena Pires (2005), a publicidade não deve "ser vista como um estorvo e um inimigo a abater (...), [pois] seria interessante aproveitar o seu poder persuasivo e a sua forma modeladora de comportamentos para desencadear o processo de adesão plena aos valores da cidadania" (p. 129). Além disso, na opinião das autoras, "a publicidade (...) deve ser [igualmente] considerada como forma de financiamento" (p. 129), ainda que obviamente com alguns limites. Algo que, segundo a perspetiva em análise, parece fazer sentido, pois, caso contrário, estar-se-ia não apenas a ignorar um importante utensílio moderno, como, de certa forma, a tornar (ainda) "menor" o leque de utensílios legítimos do serviço público. Assim, desse

prisma, ao invés de simplesmente retirar do serviço público a publicidade, o objetivo é que essa possa ser feita com outros meios, e, acima de tudo, com outro fim: a sociedade e o seu o bem-estar geral.

Concluímos, portanto, tendo como base os aspetos analisados até ao momento, que não se deve tratar, de todo, de uma televisão desvirtuada da realidade social, pedindo-se, pelo contrário, que tenha uma constante atenção e sensibilidade à sociedade que a envolve. Deve, assim sendo, ter em atenção a satisfação dos grandes grupos sociais, porém, sem que se esqueça igualmente de criar conteúdo para as minorias. Uma tarefa certamente árdua, no entanto, apenas a sua constante execução justifica a existência de um serviço público de televisão.

Ainda que a televisão de serviço público de hoje se afaste, em inúmeros aspetos, da outrora intitulada paleotelevisão, ela também pode – e deve – ensinar. No entender de Manuel Pinto (2005b), "é legitimo esperar de uma televisão que se pauta pelo serviço aos cidadãos que tenha em conta, nas suas decisões estratégicas e nas opções de natureza conjuntural, as carências e as assimetrias do 'país real'" (p. 17). Em sintonia com tal pensamento, e tendo em atenção a realidade portuguesa, também Nuno Brandão (2006) refere a esse respeito o seguinte: "a televisão pública deve revelar o seu papel formativo, cultural e ético, sobretudo num país, como é o caso de Portugal, de acentuada iliteracia e de reduzidas práticas culturais" (p. 20).

Mas e o que dizer da "biografia" da televisão de serviço público, em Portugal? Falamos de um projeto que, por exemplo, aquando do surgimento das televisões privadas, no início dos anos 90, estava muito longe de refletir os "conhecidos" ideais que, conforme analisado, devem nivelar o serviço público de televisão. Depois de ter sido aberta a discussão acerca da entrada dos canais privados e, de seguida, aprovada a existência de mais duas frequências, a Sociedade Independente de Comunicação (SIC) e a Televisão Independente (TVI), a televisão de serviço público nacional começou a empenhar-se – um pouco ao jeito daquilo que acontecia também na Europa – em concorrer diretamente com os canais privados. Mas diferentemente da sua concorrência, muitas eram as coisas que a televisão de serviço público "não sabia" e "não queria" fazer.

> Não sabia fazer programas de entretenimento como os da SIC e da TVI e, como voz da informação do Estado, não queria fazer debates e noticiários como os concorrentes, e muito menos um programa de informação de proximidade como *Praça Pública* (SIC), que punha em causa os poderes públicos em nome de cidadãos a quem a visibilidade no canal dava um novo e efetivo poder. (Torres, 2011, p. 53)

Tratava-se, pois, de uma já prolongada crise de identidade da televisão pública portuguesa. Algo que a colocou completamente à mercê dos distintos poderes políticos. E é por esse motivo que, nos

primeiros anos da viragem do presente século, os investigadores portugueses Helena Sousa e Luís António Santos (2005) referiram que ao olhar para a história do país e da RTP, é percetível "que servir o público nunca fez parte das preocupações nucleares deste Serviço Público" (p. 61). Igualmente a esse respeito, Moisés Martins (2005), à data, afirmou que a televisão de serviço público "serviu todos os governos, sem que alguma vez tivesse servido público algum" (p. 8). Estes registos coadunam-se ainda com o pensamento de António Vasconcelos (2003), que referiu, em *Serviço Público, interesses privados: o que está em causa na polémica da RTP:*

> a seguir ao 25 de Abril, todos os governos tentaram, com maior ou menor intenção, com maior ou menor sucesso, controlar a RTP. Lamentavelmente, quando o regime democrático se consolida e estabiliza, sobretudo depois do 25 de Novembro, a Assembleia da República não aprovou qualquer iniciativa no sentido de a desgovernamentalizar. (Vasconcelos, 2003, p. 52)

Se, a esse respeito, há hoje sinais de alteração, não se pode ignorar o facto de, em anos anteriores, a RTP ter estado muito longe daquilo que se solicita a uma televisão de serviço público. Com efeito, durante muito tempo, como o referiram Helena Sousa e Luís António Santos (2005), existia uma RTP prestadora de serviços, não à sociedade, mas sim aos distintos poderes políticos. Com efeito, é um facto que as rédeas da televisão de serviço público estão entregues aos poderes políticos, mas também é exatamente aí, nesse ponto, que, segundo a Felisbela Lopes (1999, março, p. 2), "começam todos os problemas." Todavia, os anos passaram e muitas coisas mudaram. Ainda assim, cabe à televisão de serviço público e, por consequência, aos seus regedores, continuar a trabalhar a favor de uma televisão melhor.

Com base na informação compilada neste tópico, podemos afirmar que falar da televisão de serviço público não é falar de uma televisão menor, muito pelo contrário. Trata-se, sim, e tão "somente", de uma televisão diferente (Pinto, 2005a). Em suma, a televisão pública não deve ver o telespetador como um mero consumidor de um produto, nem tampouco como um possível eleitor, mas como um importante cidadão de uma comunidade.

3.1.10. O já antigo (não) conflito: "televisão fragmentada" *vs.* "televisão generalista"

A televisão fragmentada multiplica-se a cada dia. Ao contrário do que acontecia no passado, hoje, de acordo com os nossos gostos gerais ou apenas alguns interesses temporários, podemos aceder a um canal – entre centenas – e ver aquilo que, direta ou indiretamente, tencionávamos. Pode ser um canal

desportivo, musical, cultural, religioso, ou ainda mais específico, como um canal associado a uma entidade desportiva, uma instituição cultural ou uma denominação religiosa. E ainda que seja evidente que só existe um determinado canal televisivo por existir um determinado público que a ele assiste, não tão óbvio, por vezes, é o facto de esse canal também só existir por esse público ser capaz de o pagar – algo que requer com certeza obviamente um número razoável de indivíduos.

Várias foram as razões que fizeram despoletar essa realidade, porém, segundo o sociólogo Dominique Wolton (1994), em *Elogio do grande público,* existem quatro fundamentais. A primeira tem que ver com o progresso tecnológico, que permitiu um acesso mais facilitado (a nível de preços e não só) aos meios e suportes para a realização e produção de programas. A segunda prende-se com a fragmentação do público que, apesar de apreciar televisão, deixou de se satisfazer com a enorme "abertura" da televisão generalista. A terceira está relacionada com a existência de um mercado competente, composto por cada vez mais empresas capazes de oferecer um produto audiovisual de qualidade. A quarta, por último, tem que ver com a própria deterioração da televisão generalista que, com o tempo, se tornou, para muitos, indigesta (pp. 116-119).

Apesar de bastante se ter escrito a esse respeito, e para surpresa de muitos, a televisão generalista não apenas não acabou com o aparecimento da televisão fragmentada, como continuou ainda assim a prosperar. Sem dúvida que um dos maiores motivos para o seu sucesso deve-se ao facto de, pela sua natureza diversificada e ampla, conseguir garantir um mercado mais abrangente e, portanto, "é assim muito simplesmente aquela que permite maximizar os lucros" (p. 126). Além da questão económica, a televisão generalista permite também uma espécie de ajuntamento de grande escala, a nível nacional, funcionando assim como "um fator de integração social e de identidade coletiva" (p. 126). Ainda segundo o sociólogo, existem outros pontos a destacar que contribuíram para o seu sucesso, entre os quais: a relação entre a informação e os diversos programas, que expressam na televisão generalista a verdadeira e diversificada realidade social; a sua própria natureza de programação, que proporciona ao telespetador escolher um programa sabendo que muitos outros também o fazem; e, consequentemente, o facto de ser capaz de proporcionar um sentimento de partilha, de comunidade, de vínculo entre os telespetadores (pp. 127-131).

Com ou sem a televisão generalista, ao que parece, a sociedade precisará sempre de se reunir em grandes ajuntamentos. Desse modo, essa ampla e múltipla solução televisiva – a qual, ao mesmo tempo que oferece diversidade, oferece também inevitavelmente homogeneidade – apenas proporciona um local onde uma necessidade humana, social, pode ser satisfeita. Como referiu Eduardo Cintra Torres (2011) "os espectadores tendem a gostar de programas que partilham com outros" (p. 39).

Trata-se, então, de acordo com esse ponto de vista, de entender a televisão generalista como uma espécie de "cimento social" (p. 40), algo unificador.

Por outro lado, os ajuntamentos menores, para uns apenas em alguns momentos específicos, e para outros regularmente, também são indispensáveis. E são essas "necessidades específicas", temporárias ou não, que a televisão fragmentada continuará, também, igualmente, a colmatar. Uma dinâmica que, quanto à sua divisória, em alguns aspetos, não deixa de nos aproximar do conceito de "tribos" do sociólogo Michel Maffesoli (1998)[213]. A televisão fragmentada é, muitas vezes, a reprodução audiovisual de um ajuntamento circunscrito de pessoas que usam, entre outras coisas, as mesmas características de linguagem, roupas muito semelhantes e partilham dos mesmos interesses singulares. É, portanto, dessa forma, um sentir em comunhão de algo particular.

Não parece, de modo algum, existir uma guerra entre essas distintas soluções televisivas, como por vezes se faz crer, aliás, muito pelo contrário. Televisão fragmentada e televisão generalista parecem, cada vez mais, complementar-se. Na verdade, é comum vermos vários intervenientes dos programas dos canais generalistas anunciarem alguns programas dos canais temáticos do mesmo grupo. Muitas vezes, aquilo que se diz resumidamente na televisão generalista funciona como uma espécie de isco para os programas mais alargados e focados da televisão fragmentada. Dessa forma, é possível referir que, até hoje, a televisão fragmentada não só não matou a televisão generalista, como não aparenta estar lentamente a eliminá-la.

3.1.11. A televisão dos nossos dias: um novo e muito atípico espelho?

A televisão, que outrora serviu especificamente para mostrar as inimagináveis e diversificadas coisas do planeta em que vivemos, qual janela aberta para o mundo, parece, hoje, estar cada vez mais centrada em espelhar o "ideal" de cada um individualmente, e em tentar mostrá-lo incessantemente em cada um dos seus inúmeros e diversificados programas e personagens. O objetivo é claro: despertar no telespetador emoções que o levem a criar uma relação empática com aquilo que estão a ver e a ouvir e, acima de tudo, por consequência, com o mediador humano desse respetivo conteúdo. Se outrora a televisão estava completamente focada em ensinar, parece hoje apenas interessada em sintonizar uma mesma emoção com o telespetador. De uma forma geral, simbolicamente, deixou de se tratar de um relacionamento entre professor e aluno, com uma hierarquia, como acontecia na intitulada paleotelevisão, para se tornar numa relação entre dois alunos igualmente desassossegados.

[213] *Le temps des tribus*, de Michel Maffesoli, originalmente publicado em 1988.

Sem qualquer hierarquia aparente (ainda que essa seja obviamente existente), a televisão procura muitas vezes hoje mais do que uma sintonia de pensamentos, uma sintonia de emoções. Esta realidade torna cada vez mais comum ver, nos seus inúmeros e variados intervenientes, uma troca de reações emocionais agressivas através de palavras irrefletidas e cada vez menos uma troca de ideias pacíficas através opiniões construtivas, como outrora. A televisão moderna, acima de qualquer outra coisa, aparenta promover um culto às inúmeras reações emocionais existentes, quer essas sejam positivais ou negativas, dependendo da hora, do programa, do canal, etc. Um "culto" que tem como fim a reação emocional de todos, em uníssono – ainda que a maioria das pessoas esteja do outro lado da janela, ou melhor, do outro lado do espelho.

Não obstante, conforme analisado, requer-se que a televisão de serviço público, por mais difícil que isso possa parecer nos nossos dias, não deixe de ser, também, uma janela aberta para o mundo. O que significa que não deve apenas continuar a resistir à tendência acima descrita, como, também, continuar a trabalhar constantemente em novas soluções, quer de programas, quer igualmente para os seus tantos outros desafios. Tal implica, em alguns aspetos, arriscar, ser original e romper completamente com o preestabelecido. Servir o público é mais do que espelhar o púbico. Servir o público com constância também não é – ou não deveria de ser – uma constante subserviência ao público. E são esses, entre outros aspetos, que fazem do serviço público de televisão um eterno desafio para todos.

3.2. As audiências televisivas: em "comunhão" do outro lado dos (variadíssimo) ecrãs

> *[Da] perspetiva [do] ritual da comunicação [o foco] não está direcionado para a extensão das mensagens no espaço, mas para a manutenção da sociedade no tempo (...); [e] nem [tampouco] para o ato de transmitir informações ou influenciar, mas para a criação, representação e comemoração de crenças em comum, ainda que [essas possam ser, para os respetivos intervenientes, apenas] ilusórias.* [214]
>
> **James William Carey,** em 1977
> Mass Communication and Cultural Studies[215]

"Comunicação de massas" é um alargado e complexo conceito no qual também se insere o multifacetado fenómeno televisivo. Segundo o teórico de comunicação Denis McQuail (2003), essa é já uma velha expressão, que "começou a ser usada no final dos anos trinta" (p. 41). Embora o termo "massas", isolado, nos seus primórdios, pudesse em alguns casos ser utilizado de uma perspetiva positiva, conotado com aspetos como a força e a solidariedade coletiva, a verdade é que "os usos iniciais do termo continham em geral associações negativas" (p. 41). O termo era normalmente utilizado para descrever pessoas comuns, não educadas, ignorantes, violentas, etc. Ainda que hoje não o associemos mais diretamente à desordem social, a visão sobre aquilo que são as denominadas "massas" parece continuar a ser, de certa forma, igualmente desfavorável. Por que motivo? O autor lança uma explicação.

> Os valores sociais e culturais dominantes no «ocidente» têm sido individualistas e elitistas, tendenciosos contra a ação coletiva. Aparte as suas referências políticas, a palavra «massa» tem também implicações desagradáveis quando aplicada a um conjunto de pessoas. Sugere uma coleção amorfa de indivíduos, sem grande individualidade. (McQuail, 2003, p. 41)

Para que as variadas comunicações possam então chegar às "massas" – que na sua origem em

[214] A tradução foi realizada pelo autor da tese.
[215] James Carey (1988, p. 43). O texto original foi supostamente escrito em 1977.

latim poderia ser uma expressão utilizada para designar um amontoado de coisas – são necessários meios, os denominados "média de massas*"*. Embora esses meios sejam muito distintos, e igualmente distinta seja a forma como o público recebe a mensagem que transmitem, há algo comum que os caracteriza. "São desenhados para chegarem a *muitos"* (p. 41). Dessa forma, o emissor, que pode ser uma organização, um jornalista ou até mesmo um político a quem é oferecido ou vendido algum tempo de antena, assume com o recetor uma relação que, intermediada por esses meios, é, de certa forma, distante e impessoal. E, independentemente do que possam afirmar a esse respeito, regra geral, assume uma posição de superioridade para com os inúmeros e anónimos espetadores. Segundo Denis McQuail (2003), "a relação não é só assimétrica, é muitas vezes calculista ou manipuladora na sua intenção, essencialmente não-moral" (p. 42). Sustenta-se, sobretudo, em prometer, pedir ou fechar algum contrato – ainda que esse não seja escrito ou que incite a alguma obrigação legal mútua.

Quanto ao conteúdo fabricado e mediado por esses meios, regra geral, não apenas se trata de algo reutilizado como também repetido. A constantemente intitulada "inovação", na maioria das vezes, não é senão uma nova roupagem num já muito antiquado corpo que se move com um já conhecido fim, o lucro. Um lucro que, recolhido indiretamente do recetor, pode ou não ser financeiro, e pode ser para o emissor ou ainda para o próprio mediador. Mas o propósito é, com frequência, o de atingir com esse "produto" o maior número de pessoas com o menor gasto possível. Trata-se, então, essencialmente, segundo Denis McQuail (2003), de "uma mercadoria e difere a este respeito do conteúdo de outros tipos de relação comunicativa humana" (p. 42). Esclarecido então esse conceito em geral, no qual se insere o fenómeno televisivo em particular, centremos agora a nossa total atenção na "receção".

3.2.1. O "público", o "público-alvo" e as "audiências": uma análise aos conceitos

Em *Pensar a Comunicação*, uma obra de Dominique Wolton, publicada originalmente em francês, em 1997, o autor, baseado numa reflexão sobre o *espaço público*, refere que "a palavra público aparece no século XIV, do latim *publicus;* o que diz respeito a 'todos'" (Wolton, 1999, p. 414). O sociólogo sugere ainda que a expressão remete para algo que é publicado, ou seja, que se torna público. Já o termo "alvo" deriva do latim *albus,* que significa "branco", pois era com essa cor que era marcado o centro de um círculo onde se dava a prática do arco e flecha. Dessa forma, entendemos que se o "público" são todos aqueles a quem o conteúdo pode atingir, então, "público-alvo" são todos aqueles que, entre esses, o conteúdo pretende atingir.

Quanto à palavra "audiência", deriva do latim *audientia,* da junção do prefixo *audir* (ouvir) com o

sufixo de qualidade *ia.* Isso significa então que grande parte de um "público-alvo" pode não ser "audiência", pois, para o ser, é necessário que preste atenção (isto é, que consiga ver ou ouvir com razoável qualidade). Em tempos passados, tendo em mente, por exemplo, a Roma Antiga, pedir ou facultar uma audiência significava, pelo menos em teoria, que durante um determinado período de tempo um indivíduo ou um coletivo seria ouvido ou que então ouviria outros com atenção. As audiências primitivas transportam-nos também para o público presente nos numerosos e variados espetáculos greco-romanos de outrora, onde, reunidos no mesmo espaço físico, em uníssono, gritavam, riam ou até choravam. Embora esse primitivo conceito possua alguns aspetos em comum com aquele que aqui exploramos, como, por exemplo, no facto de ver esse coletivo como um mercado, a audiência à qual nos referiremos, segundo Denis McQuail (2003), diferencia-se dessa ideia, sobretudo "por ser muito maior e estar muito mais dispersa, individualizada e privatizada" (p. 365).

Na realidade televisiva, de uma forma geral, intitula-se "público" todos aqueles que estão em condições de receber um determinado conteúdo (pela sua localização geográfica, pela posse de um equipamento tecnológico, etc.) e "público-alvo" todos aqueles para os quais o conteúdo foi especialmente preparado. "Audiência", porém, refere-se somente aos que recebem (vendo ou ouvindo) determinado conteúdo (quer esses façam ou não parte do público-alvo). Ilustrando aquilo que foi dito: se um determinado programa fala apenas de futebol e o seu "público-alvo" são todos os amantes desse desporto disponíveis no vasto e variado "publico" geral, a "audiência" refere-se apenas àqueles que viram o programa (quer gostem ou não de futebol). Mas como se pode realmente conhecer e calcular essas audiências? Na verdade, em termos exatos, não se pode.

3.2.2. O impreciso – mas indispensável – cálculo das audiências (o caso de Portugal)

Acerca do tópico "Audiências", o teórico de comunicação Denis McQuail (2003) afirmou que é necessário que os fornecedores, os média, conheçam "muito bem a extensão da audiência atingida (que é, ao mesmo tempo, uma medida da atenção da audiência) por razões de finanças, planeamento ou organizacionais" (p. 381). Pois, como referiu Eduardo Cintra Torres (2011), "coletivamente, os espectadores têm poder, e não desprezável" (p. 32). Embora seja observável, de tempos em tempos, alguma contestação quanto à frequente programação televisiva por parte de alguns, a verdade é que, na maioria das vezes, esses escassos comentários não espelham os desejos da verdadeira audiência, que se continua a saciar com um tipo muito específico e pouco variado de programação. Mas se o objetivo é, de uma perspetiva meramente económica e generalizada, continuar a saciar as audiências, independentemente do quão saudável isso possa ser para elas, a grande questão que se levanta é:

como se pode então realmente conhecer o "apetite" das audiências televisivas?

As audiências televisivas – entre muitas outras – não se conhecem em termos absolutos, apenas se estimam. Porém, apesar de estimados, esses resultados têm um impacto bastante significativo na vida real das audiências e, muitas vezes, são imediatamente sentidos na programação da manhã seguinte. Em Portugal, por exemplo, segundo o documento oficial da metodologia (fornecido pela empresa responsável, a GfK)[216] são 1100 os lares que representam o consumo de todos os indivíduos com idade igual ou superior a 4 anos, residentes em Portugal Continental. E é essa amostra que, embora significativamente reduzida quando comparada com a realidade, tem como fim representar o universo real, apurado nos censos de 2011 como sendo constituído por 9 684 285 indivíduos. Desse modo, para que melhor possa representar a sociedade portuguesa, a amostra está subdividida nas variáveis "região", "classe social", "lares com subscrição" e "lares sem subscrição" (como demonstrado na "Tabela 3").

Ainda segundo o documento metodológico referido, em cada um dos lares são identificadas todas as televisões elegíveis, nas quais é instalado um aparelho, o audímetro, sendo assim registado todo o visionamento televisivo e também a utilização dos periféricos, caso existam, como DVD, VHS, consolas de jogos, computadores, etc. "Ao longo do dia, a informação de audiência de todos os elementos do lar é armazenada para posterior envio dos dados para os servidores centrais" (GfK, 2019b). Posteriormente, tal informação é validada, ponderada e, de seguida, disponibilizada ao mercado. No final, é também mediante uma linguagem muito particular que esses dados são decifrados pelo mercado.

Regiões:			**Classes Sociais:**			**Subscrição:**		
Norte	378	34,4%	A	34	3,1%	Sim	814	74,0%
Centro	257	23,4%	B	154	14,0%	Não	286	26,0%
Lisboa	327	29,7%	C	180	16,4%		1100	Lares
Alentejo	86	7,8%	D	422	38,4%			
Algarve	52	4,7%	E	310	28,2%			
	1100	Lares		1100	Lares			

Tabela 3: Amostra utilizada para medir as audiências televisivas, em Portugal
Fonte: GfK: Metodologia - Sistema de Medição de Audiências, 2019, p. 1

O *rating* refere-se à taxa de indivíduos que se estima que realmente viram o programa. Se referirmos, por exemplo, que um determinado programa teve 20% de *rating,* estamos, na verdade, a

[216] O documento foi facultado por Joelma Garcia (TV Audiences Director) da GfK (Growth from Knowledge).

dizer que cerca de 20% dos portugueses, com idade superior a 4 anos, viram esse respetivo programa. É este valor que mais importa para determinar os valores publicitários, pois estima o número real de espetadores, dentro da população portuguesa, que assistiram a um determinado programa. O *share*, como a palavra assim o indica, refere-se à partilha dessa mesma visualização dentro do valor de *rating* apurado. Se referirmos que um determinado programa teve 5% de *share,* significa, então, que dentro dos 20% da população portuguesa disponível, apenas 5% estava a ver esse determinado programa, sendo que os restantes 95% estavam nos canais concorrentes.

Embora esses estudos sejam mediados por aparelhos tecnológicos em constante progresso ao nível de *hardware* e *software*, devido a um sem-número de questões, calcular a audiência real da televisão é, e continuará a ser, em sentido absoluto, algo impossível. E foi em relação a esse assunto que Eduardo Cintra Torres (2011) referiu o seguinte: "avaliar quantitativamente por completo o consumo de TV é muito difícil. Os sinais de TV 'voam' pelo ar, a atenção das pessoas dispersa-se, há televisores ligados sem ninguém a prestar-lhes atenção, há consumo de TV fora do lar ou noutros equipamentos" (p. 66). Porém, apesar da sua "inexatidão", esses são dados que, como já referido, estão no centro das mais importantes operações e decisões, quer ao nível da programação televisiva, quer também ao nível da própria gestão do canal. Na verdade, constituem indicadores importantes que definem, por exemplo, o preço da publicidade, bem como um conjunto de inúmeros outros aspetos centrais no âmbito do fenómeno televisivo.

3.2.3. "Eu estou agora aqui a ver este programa de televisão; mas porquê?"

"Eu estou agora aqui a ver este programa de televisão; mas porquê?". Essa é uma interrogação pertinente que pode, a qualquer momento, surgir na mente de um telespetador. Porém, apesar de se tratar de uma simples interrogação, a sua descodificação é de profunda complexidade. Desse modo, é óbvio que uma explicação direta e absolutista corresponderia, da nossa parte, a uma resposta irrefletida e imprudente. Existem inúmeras teorias que, de forma direta ou indireta, lançam algum tipo de explicação nesse sentido. Ainda que seja impossível considerar todos os aspetos que supostamente estão envolvidos nessa decisão, levaremos em conta, sobretudo, alguns daqueles que Denis McQuail e Sven Windahl (2003), em *Modelos de comunicação: para o estudo da comunicação de massa* [217]*,* consideraram, no tópico "Alcance, escolha e apreciação da audiência" (pp. 130-137). Embora algumas das visões que analisaremos de seguida não tenham sido pensadas exclusivamente para a televisão,

[217] O livro foi publicado pela primeira vez em 1982, sob o título *Communication Models for the Study of Mass Communications*.

como veremos, aplicam-se, sem dúvida, também a essa realidade.

Primeiro que tudo, tenhamos em atenção a mensagem difundida e a sua receção (ou potencial receção). O investigador Roger Clausse (1968), em *The mass public at grips with mass communications*, definiu cinco dimensões do alcance de uma mensagem. Na primeira, estão todas as mensagens que são difundidas por todos os meios de comunicação e a qualquer hora. Da segunda fazem parte as mensagens recebíveis, que são todas as mensagens que podem ser recebidas (tendo em conta os limites geográficos, tecnológicos, etc.). Da terceira dimensão fazem parte apenas as mensagens que são recebidas pelo indivíduo por este estar numa determinada hora e num determinado local. Na quarta, temos a mensagem registada, e, na quinta, a mensagem interiorizada, que tem que ver com o grau de atenção e o impacto que a mensagem tem no espetador. Porém, só no último ponto, na interiorização, é que a mensagem fica realmente guardada na mente do recetor.

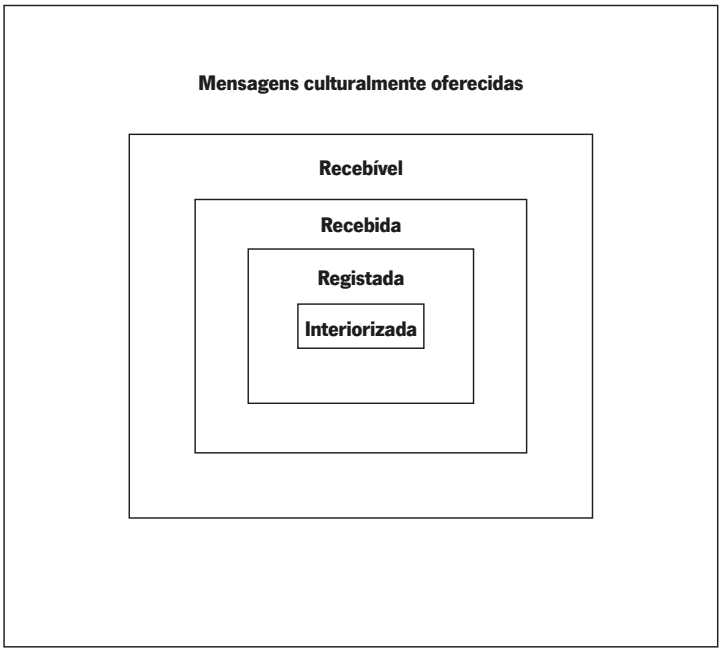


Figura 6: Uma ínfima parte da mensagem existente é recebida e menor ainda é a parte que é interiorizada
Fonte: Roger Clausse, 1968, pág. 632

Notório é, então, debaixo da teoria em análise, que apenas uma ínfima parte do conteúdo disponível chega ao utilizador, e menor ainda é a fração desse conteúdo que é depois capaz de sobreviver e fecundar a sua mente. É, dessa perspetiva, considerável o conteúdo que é "esbanjado", quer por parte dos média (e neste caso em particular pelos produtores de televisão), quer também por parte dos muitos telespetadores que, aquando da visualização de um programa, não estão certamente a ver os milhares de outros programas "oferecidos" nesse momento. Se o conteúdo é, sem dúvida,

uma parte integrante das opções do telespetador, um sem-número de outros aspetos que não o envolvem também o são certamente, como, por exemplo, o simples facto do telespetador ter ou não ter disponibilidade para ver o programa, e se esse respetivo programa está ou não disponível.

Tendo como ponto de partida essa realidade e assumindo uma estrutura de programas fixa, um produto gratuito e um espetador individual, James Webster e Jacob Wakshlag (1983), em *A Theory of Television Program Choice*, propuseram um modelo para a seleção de programas de televisão que, segundo os próprios, é, "na melhor das hipóteses, um guia experimental para decifrar padrões de escolha de programas" (p. 443)[218]. Na proposta apresentada fica claro que, entre outros elementos, a opção da visualização de um programa está dependente de dois pilares, sendo o primeiro o indivíduo e a sua disponibilidade a vários níveis, e o segundo a indústria televisiva e a sua oferta, também a vários níveis. E é apenas a partir da convergência dessas duas variáveis que é possível analisar um conjunto de outras *nuances* menores, ainda que igualmente importantes.

O modelo acima descrito, de Webster e Wakshlag (1983), segundo Denis McQuail (2003), esteve na base da sua própria proposta. Todavia, ao contrário desse modelo primário, que era centrado apenas no fenómeno televisivo, o do teórico tinha como fim algo mais amplo: "aplicar-se a todos os meios de comunicação de massas" (p. 397). Para Denis McQuail (2003, pp. 397, 398) são oito (1-8) os principais fatores que explicam as opções do "lado das audiências" e cinco (A-E) os aspetos que explicam as escolhas do "lado dos média". Tenhamos então em particular atenção a sua proposta que, embora não seja projetada exclusivamente para a realidade televisiva, tem-na obviamente em conta.

Do lado das audiências:

1. *A origem e o meio social.* Tem que ver com os hábitos orientados pela classe social, como a edução, a religião, entre outros aspetos. Normalmente representam as heranças transmitidas de geração em geração.
2. *Os atributos pessoais.* Refere-se não só à personalidade, mas também à sua posição social, à sua idade, ao seu nível de instrução, etc.
3. *As necessidades relacionadas com os média*. Diz respeito aos próprios telespetadores e em como esses querem tirar partido dos média. Pode ser para companhia, distração, informação, etc.
4. *Os gostos e preferências pessoais.* Algo que os faz querer/procurar algo específico.
5. *Hábitos gerais do uso do tempo*. Tem que ver substancialmente com a vontade, a disponibilidade e a capacidade – também ela financeira – para fazer parte de uma

[218] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

determinada audiência. (Tendo em mente, por exemplo, o caso de Portugal, é possível observar que o gosto por futebol move muitos dos telespetadores a tirarem tempo e a pagarem um valor extra por tais canais temáticos.)

6. *A consciência do telespetador*. Esse aspeto fá-los planear aquilo que vão ver mediante, por exemplo, a informação que entendem que precisam.
7. *O contexto específico do uso*. Refere-se a todo o envolvente. O mais relevante, neste ponto, segundo Denis McQuail (2003) "é saber se se está sozinho ou com companhia (amigos, familiares ou outros)" (p. 398), pois isso influenciará não apenas a experiência, mas também a própria escolha do utilizador.
8. *O acaso*. Muitas vezes é somente esse aspeto que explica uma qualquer opção.

Do lado das dos média:

A. *O sistema dos média*. As opções mudam consoante a oferta disponível (tendo em mente, por exemplo, o próprio alcance geográfico do sinal).
B. *A estrutura da oferta dos média*. Refere-se ao "padrão geral", isto é, às expetativas que os média foram deixando, ao longo dos anos, nas audiências.
C. *As opções disponíveis de conteúdo.* Dependendo da hora, do local, e de outros aspetos, o conteúdo disponível obviamente varia.
D. *A publicidade.* Usada para benefício próprio (financeiro e não só), pode fazer com que um conteúdo específico apreça num determinado momento, meio, etc.
E. *A oportunidade e apresentação*. Muitas vezes, com o único objetivo de ganhar audiências a uma determinada hora, um conteúdo exclusivo ou uma mensagem muito específica são lançados.

Como afirmou Denis McQuail (2003), "a complexidade e multiplicidade da formação da audiência dificulta qualquer descrição simples ou explicação teórica única. Podemos, certamente, concluir que as audiências raramente são o que parecerem" (p. 400). Apesar disso, é possível concluir que existem momentos em que os interesses dos média e das audiências, mesmo que não plenamente, convergem, proporcionando então, para ambas as partes, um grau razoável de satisfação. Então, tendo ainda em mente a questão inicial sobre o "porquê" de muitas vezes estarmos a ver um determinado programa televisivo, a resposta, apesar de complexa no seu desenrolar, em última fase, é simples: porque ambas as partes querem que assim seja. Trata-se, então, salvo raríssimas exceções, sempre, de uma "comunhão" tida em mútuo acordo.

3.2.4. O poder televisivo: o (variável) efeito da televisão sobre o "eu"

Embora não exista um consenso quanto a como e quanto a televisão é capaz de nos influenciar, a verdade é que, todos aqueles que a veem, independentemente do seu nível de instrução, da sua faixa etária, ou de um outro aspeto, acabam inevitavelmente por ser afetados. E, não poucas vezes, essa força é exercida de uma forma tão diluída e aparentemente tão natural que só alguém bastante atento é capaz de enxergar que está a ser dirigido por uma força que não é, na totalidade, a sua. Portanto, não há como negar, as pessoas vestem-se de acordo com as previsões meteorológicas, dão primazia a produtos recomendados por apresentadores, começam a partilhar do ponto de vista de um dos muitos intervenientes, seguem as recomendações de um especialista de saúde, visitam uma local ou um espaço que lhes foi sugerido ou partilhado, etc. E fazem tudo isso porque viram ou ouviram algo a esse respeito na televisão. É então como se a televisão, nos tempos modernos, como referiu, de forma simbólica, Karl Popper (1999), "tivesse substituído a voz de Deus" (p. 30)[219]. A única forma de não ser influenciado pela televisão é, então, não a ver ou não a ouvir. Caso contrário, não há como não ser influenciado, não há como não receber os seus muitos e variados "mandamentos".

Se até aos anos 30 se pensava que os média de massas eram o "todo-poderoso", depois, entre os anos 30 e 50, muitos foram aqueles que entenderam que o seu poder não era assim tão grande. Retomada essa discussão, a partir dos anos 50, em parte devido ao aparecimento da televisão, concluíra-se que, afinal, eram enormes os seus poderes para influenciar a sociedade. Porém, depois dos anos 70, compreendera-se que era de uma negociação que se tratava – uma negociação entre os média e o sujeito que os recebe. O que é que isso nos mostra? Que, muitas vezes, no discurso que envolve os média e, em particular, aqui esmiuçado, no da televisão, não se trata do seu real poder, mas, sobretudo, na crença desse mesmo poder que, mediante um determinado clima social, com o aparecimento de um novo aparelho tecnológico, ou um qualquer outro aspeto, pode fazer com que essa retórica se altere (McQuail, 2003).

Não obstante, é possível que haja momentos particulares em que os média sejam capazes de exercer mais ou menos influência sobre os espetadores, independentemente do discurso que nesse momento os possa envolver. Acontecimentos sociais, mais ou menos tumultuosos (como, por exemplo, atentados terroristas), que muitas vezes surgem de forma rápida e inesperada, podem realmente alterar de forma célere a influência que os média exercem. E foi tendo essa temática como base que Denis McQuail (2003), no tópico "o poder dos media pode variar com os tempos" (p. 428), referiu o seguinte:

[219] O autor, à época, apresentou uma analogia para referir que a televisão é um meio coeso o suficiente para colocar a democracia em perigo, e que, nesse sentido, era necessário criar "uma lei para a televisão" que restringisse e, de certa forma, controlasse o seu papel na sociedade.

> (...) não excluímos a possibilidade dos media *serem* realmente mais influentes em certo sentido, em tempos de crise ou de aumento da consciência. (...). As pessoas, muitas vezes, só têm conhecimento dos acontecimentos historicamente mais significativos através dos media e podem associar a mensagem com o meio. Em tempos de mudança e de incerteza, é também muito provável que sejam mais dependentes dos media como fonte de informação e orientação (Ball-Rokeach e DeFleur, 1976; Ball-Rokeach, 1985). (...). Sob condições de tensão e incerteza, o governo, as empresas e as outras elites e interesses tentam muitas vezes usá-los para influenciar e controlar a opinião. (McQuail, 2003, p. 428)

Dessa forma, entendemos que, aquando de uma análise acerca do possível efeito dos média sobre as audiências, é inevitável não ter em consideração dois aspetos fundamentais (que embora estejam intimamente relacionados devem ser, também, observados em separado): o ponto da situação do discurso em volta do tema, que se pode prolongar no tempo; e os atuais acontecimentos de ordem social, que podem por vezes ser repentinos e inesperados. Trata-se, então, inevitavelmente, de uma plena compreensão de duas variáveis profundamente sensíveis à realidade que as envolve, quer no espaço, quer no tempo.

Por outro lado, no que diz respeito ao real efeito dos média sobre o nosso "eu", segundo Denis McQuail (2003, p. 430), podem ser seis as principais mudanças induzidas: (1) causar uma mudança intencional; (2) causar uma mudança não-intencional; (3) causar uma mudança menor; (4) facilitar uma mudança (quer essa seja ou não desejada); (5) reforçar a que existe (inclusive, e se for o caso, nenhuma mudança); (6) e prevenir ou evitar uma mudança. Obviamente que o intitulado "efeito" é, também ele, uma variável dependente de um conjunto de outros aspetos, os quais dizem não apenas respeito aos média no geral, mas, também, igualmente, ao seu recetor em particular, quer esse seja individual ou coletivo.

Denis McQuail (2003), influenciado pelo esquema de Peter Golding[220], apresenta duas dimensões importantes na "localização" dos efeitos dos média sobre os recetores: a "intencionalidade" e o "tempo" (conforme apresentado na "Figura 8"). Segundo tal esquema, ainda que existam inúmeros resultados a curto prazo, é a longo prazo que os média influenciam com maior impacto a vida e a rotina de um espetador, alterando assim não apenas a sua realidade, mas também o modo como lida com tal realidade. Trata-se, então, tendo também em atenção o tópico anterior (dedicado à escolha de um programa), não apenas de uma "comunhão" tida em mútuo

[220] Não citado no presente documento, mas, segundo o próprio Denis McQuail (2003, p. 523), na bibliografia, tal esquema encontra-se em: "Golding, P. (1981) 'The missing dimensions: news media and the management of change', in E. Katz and T. Szecskb (eds), *Mass Media and Social Change*. London: Sage."

acordo, mas, acima de tudo, no que diz respeito ao seu "efeito" – ao seu "poder" – de um acordo executado continuamente, dia após dia, por ambas as partes.

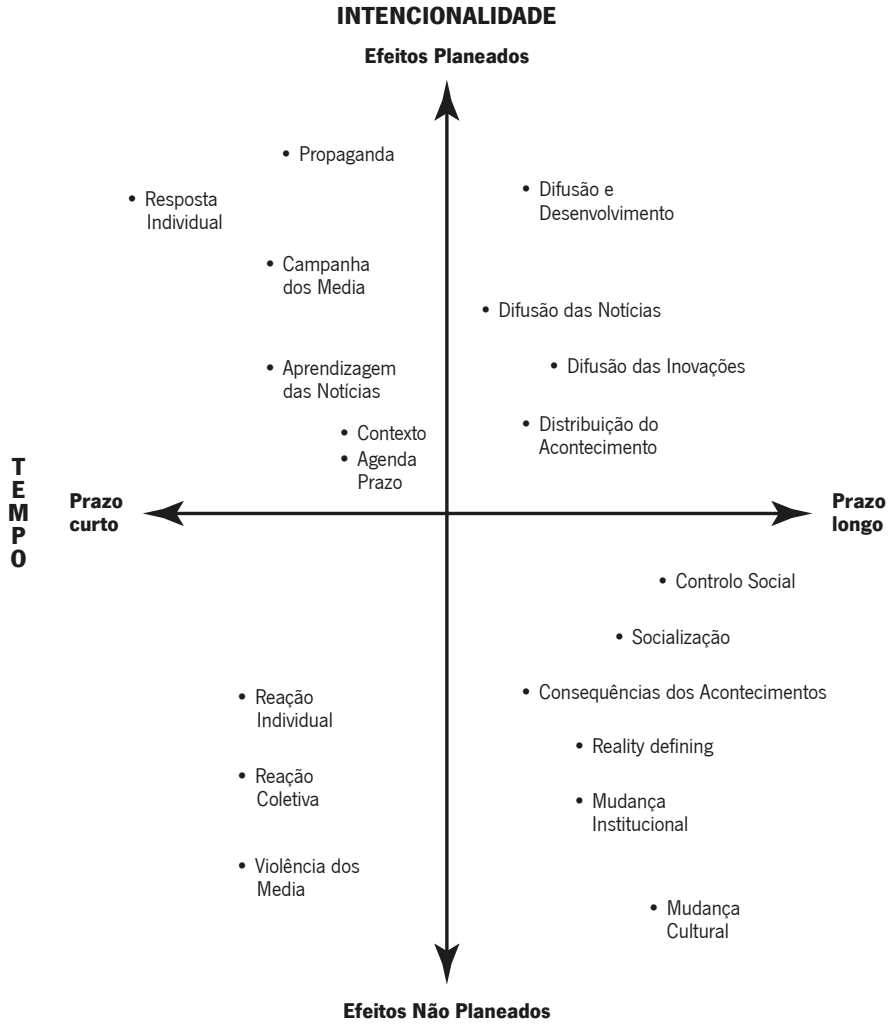


Figura 7: Os "efeitos dos média" localizados entre duas variáveis: a duração do tempo e a intencionalidade
Fonte: Denis McQuail, 2003, p. 432

3.2.5. A televisão: uma companheira fiel ou infiel? (As duas visões em análise)

Conforme já analisado, a televisão pode – e deve – ser um instrumento importantíssimo na formação do cidadão e na própria edificação de uma sociedade mais altruísta. Porém, parece claro que é no sentido oposto que a corrente mercantilista a impulsiona. Nesses termos, tirando (idealmente) o serviço público, aquilo que, de uma forma geral, une a televisão ao telespetador, não é um interesse altruísta em fazer mais e melhor, ainda que esse possa também existir, mas, sem dúvida, a sua própria sobrevivência. Nesse caso, primeiro que tudo, os telespetadores precisam de ser vistos como

consumidores de um produto. Trata-se, então, de uma relação que, em última escala, por parte dos produtores televisivos, se sustenta em interesses profundamente "egoístas" e cultiva uma conexão inevitavelmente "calculista".

O que acontece então entre a televisão e as suas respetivas audiências, desse ponto de vista, é, nas palavras de Denis McQuail (2003, p. 367), uma "transação de dinheiro entre produtor e consumidor mais do que por uma relação comunicativa". E esse é um problema que, no olhar do sociólogo Pierre Bourdieu (2001), em *Sobre a Televisão* [221], não se restringe apenas à televisão, mas, consequentemente, a tudo aquilo que é pela televisão intermediado ou influenciado, sendo que até mesmo os mais puros, aos poucos, se deixam influenciar. Com efeito, esses intervenientes, com o tempo, acabam por fazer dos problemas da televisão – o aspeto económico e o peso das audiências – os seus problemas (p. 61)[222]. Trata-se, então, de um peso que não apenas a televisão carrega, mas que, inevitavelmente, também carregam todos aqueles que, de forma direta ou indireta, lhe pertencem, assim como, por consequência, as suas muitas e diversas produções. E essa é, sem dúvida, uma realidade que faz com que muitos desconfiem negativamente da televisão como uma possível companheira fiel.

Se nos sustentarmos nas suspeições do teórico Neil Postman (2006), em *Amusing ourselves to death* [223], podemos então encarar a televisão como algo que, ao mesmo tempo que diverte as audiências, as aliena, e, sem que essas possam dar conta, encaminha-as alegremente para o abismo. A televisão faz parte de algo que, desse ponto de vista, leva as audiências até a opressão, pois permite-lhes continuar a "adorar" a tecnologia, embora entenda que esse elemento desfaz a sua capacidade de pensar. Pode-se assim falar de um encandear do telespetador com uma luz imensa que lhe retira a sua própria luz, a sua própria capacidade de pensar, de ver com clareza. Segundo o autor, "o problema não é o da televisão nos apresentar matéria de entretenimento, mas que toda a matéria seja apresentada como divertimento, o que é uma questão completamente distinta"[224] (p. 87). Ainda a esse respeito, e refletindo sobre aquilo que a televisão oferece e aquilo que as audiências precisam, tomando como exemplo alguns líderes religiosos de outrora, o autor referiu que esses não davam aquilo que as pessoas queriam, mas o que entendiam que as pessoas precisavam, o que faz com que, até mesmo a esse nível, a televisão seja hoje algo muito mais "amigável". Segundo o autor, o motivo é

[221] Publicado pela primeira vez em 1996.
[222] A reflexão de Bourdieu tinha como base o campo jornalístico.
[223] Publicado pela primeira vez em 1985.
[224] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

que, ao contrário dos líderes de outrora, a televisão "é muito [mais] fácil de desligar"[225] (p. 121). Uma televisão desligada não fatura e uma televisão que não fatura não existe.

O pensamento em análise está, em vários aspetos, em sintonia com o do teórico Theodor Adorno (2003), um dos mais conhecidos pensadores da Escola de Frankfurt. Em *o Prólogo sobre a televisão,* uma reflexão apoiada nos estudos que realizou enquanto esteve na América, entre 1952 e 1953, o autor referiu que a televisão, "em lugar de conferir ao inconsciente a honra de o elevar à consciência e assim lhe permitir satisfazer os seus impulsos e pacificar a sua força destruidora" (p. 169), "reduz os seres humanos cada vez mais aos seus comportamentos inconscientes, quando as condições fazem surgir uma existência que ameaça com o sofrimento quem vê através dela e promete recompensa a quem a idolatrar" (p. 169). O teórico viu então a televisão como um objeto de excelência, sim, mas para a promoção da alienação do ser humano. Com efeito, ainda que mencione que a televisão possa ser a reprodução de um desejo antigo da humanidade, isso, por si só, segundo o próprio, não quer dizer que a humanidade esteja a tirar dela o melhor proveito. "Saber desejar corretamente é a mais difícil das artes e descostumámo-nos dela desde que saímos da infância" (p. 170), referiu. Como fica claro, o autor em questão também não olhou com bons olhos para a televisão. Na verdade, a televisão tem manifestado, até ao momento, que é uma companheira infiel, dúbia, e, até mesmo, perigosa.

A Academia aparenta, desde bem cedo, de uma forma geral, ter-se habituado a desconfiar do fenómeno televisivo. Assim, essa foi uma desconfiança que acabou por se alastrar, naturalmente, a inúmeros outros aspetos, e inclusive aos variadíssimos meios tecnológicos de comunicação posteriores à própria televisão. Enquanto fenómeno, a televisão, principalmente nos seus primeiros anos de vida, foi muitas vezes apresentada como uma espécie de "tumor maligno" da sociedade, ou seja, algo que precisava de ser continuamente vigiado, entendendo-se mesmo que o melhor era nunca sequer ter aparecido. Uma avaliação que terá certamente impedido, muitas vezes, de olhar para a televisão também como uma ferramenta útil.

Quando estas dinâmicas são observadas do ponto de vista de um ritual (tendo como base James Carey, que será analisado mais adiante), segundo Denis McQuail (2003), "a comunicação não é essencialmente instrumental nem utilitária, mas normativa. Os membros da audiência são essencialmente participantes" (p. 381). Desse prisma, o objetivo é que, então, ambos, emissor e recetor, sejam vistos como partícipes da mesma celebração, membros que orquestram algo em comum, ao mesmo tempo e com o mesmo fim. A televisão, tal como outros meios, faz assim parte de algo maior,

[225] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

isto é, de um ajuntamento social e, dessa forma, pode ser encarada como um instrumento "competente" o suficiente para também preencher uma milenar necessidade humana, a de congregar. Essa é uma visão que nos aproxima do pensamento da intitulada Escola de Chicago e, por consequência, do "pragmatismo americano de John Dewey e George H. Mead" (Subtil, 2014, p. 21).

No sentido inverso da corrente "mais comum", encontramos, entre outros, o sociólogo Dominique Wolton (1994) que, por exemplo, em o *Elogio do grande público,* descreveu a televisão como um importante instrumento democrático, uma companhia fiel, atenta e consoladora, um meio que, ao mesmo tempo que é capaz de ser um instrumento unificador, não deixa igualmente de ser uma janela aberta para o mundo, capaz de apresentar ao telespetador as muitas e distintas realidades e acontecimentos. Notemos então com atenção as palavras concludentes do autor a esse respeito.

> É por isso que este livro é também uma homenagem a este instrumento tão unanimemente denegrido de há cinquenta anos a esta parte, e que foi contudo um dos mais democráticos, tanto para a informação como para os programas. Rejeitada e criticada pelos intelectuais e pelos políticos, foi no entanto a companheira fiel, atenta e reconfortante, dos conflitos económicos, sociais, culturais das nossas sociedades desde a guerra. Como se não pudéssemos estar-lhe reconhecidos por ter sido um fator de unidade ao mesmo tempo que uma janela aberta para o mundo, só porque a censuramos por não ter deito mais e melhor – o que incontestavelmente poderia ter sido feito mais uma vez. De qualquer modo, a televisão é inseparável das nossas expetativas e deceções, das nossas esperanças e frustrações. É talvez o preço do seu papel de instrumento de distração e de vínculo social. (Wolton, 1994, p. 339)

"Qual [é, então,] a força da televisão? O seu sucesso popular. E a [sua] fraqueza? A falta de legitimidade aos olhos das *élites* culturais" (Wolton, 2000, p. 55). Na mesma medida em que a televisão continua a atrair as intituladas "massas", de uma forma geral, parece continuar a ser rejeitada pelas elites culturais. Poderá então ser, no âmago desse velho preconceito, uma questão de ciúme? Muito provavelmente, sim. Pois as limitadas audiências das elites dificilmente algum dia darão, em termos quantitativos, a mesma atenção que as ilimitadas e variadas audiências televisivas, e em especial aquelas que se referem à televisão generalista de sinal aberto.

Mas, então, em que ficamos? A televisão é uma companheira fiel ou infiel? A televisão, como fenómeno social, ou seja, como relacionamento, no que diz respeito à sua companhia, pode ser aquilo que o recetor desejar que seja, quer se trate de um recetor individual ou coletivo. Na verdade, trata-se de um relacionamento dependente de inúmeras variáveis, subordinadas não apenas às produções televisivas, mas também, no âmbito coletivo, no que diz respeito aos seus limites, ao próprio Estado.

Além disso, é igualmente delimitada pelos telespetadores que, a qualquer momento, se desejarem, podem reduzir, prolongar ou cortar por completo tal relacionamento.

3.2.6. A televisão, o espetador e as "mil e uma" formas de se relacionarem

Começaremos esta secção por, primariamente, evocar a noção de *habitus,* proposta pelo sociólogo Pierre Bourdieu (1997), em *Razões práticas. Sobre a teoria da ação* [226]. O autor, a esse respeito, referiu: "uma das funções da noção de *habitus* é dar conta da unidade de estilo que une as práticas e os bens de um agente singular ou de uma classe de agentes" (p. 9). Em termos práticos, e ainda segundo as suas palavras, trata-se daquilo que "o operário come e sobretudo a sua maneira de comer, o desporto que pratica e a sua maneira de o praticar" (p. 9). "Os *habitus* são diferenciados; mas são também diferenciantes" (p. 9). "Introduzem princípios de diferenciação diferentes ou utilizam diferentemente os princípios de diferenciação comuns" (p. 9). Trata-se, portanto, de um praticar comum, rotineiro, mas também identitário, que ao mesmo tempo que iguala uns, diferencia outros. Uma noção na qual, segundo Manuel Pinto (2000), se insere também a prática televisiva. O autor esclarece:

> Se se aceita a posição de Bourdieu, segundo a qual o *habitus* é um sistema de disposições duráveis que se vai sedimentando ao longo do tempo, a partir das experiências de vida do indivíduo, e que informa todas as práticas, daí se poderá inferir que também a prática televisiva não pode deixar de ser informada pelo *habitus* de quem a realizada. (Pinto, 2000, p. 45)

Entre outros aspetos, o autor referiu ainda que "se é certo que são diversos os estilos de vida, é igualmente lógico que sejam diversos os modos de ver e de utilizar a televisão" (p. 45). Um sem-número de *nuances*, a vários níveis, modelam então a forma como os indivíduos se relacionam com a televisão. E, nesse sentido, tendo como base, à data, o consumo diário de televisão por parte das crianças, o investigador, ilustrando, indicou que esses dados são variáveis consoante a região, entre outros aspetos. Por exemplo, enquanto nos EUA as crianças consumiam em média "entre as quatro e as seis horas diárias" (p. 144) de televisão, na Europa, a média situava-se "ligeiramente acima das duas horas diárias" (p. 144). O consumo de televisão é, então, conforme analisado, uma variável social. Porém, não apenas social, mas também pessoal. Durante a investigação, o autor constatou, a esse respeito, um aspeto de particular interesse para o atual trabalho, que tem que ver com o uso diferenciado do riso.

[226] Publicado pela primeira vez em 1994.

> Para umas crianças, [o humorista] Herman faz rir de mais, ao passo que, para outras, as piadas não as fazem rir e, para outras ainda, ele parece que não sabe senão rir. Herman ora é brincalhão ora não é brincalhão ou não o é suficientemente. (Pinto, 2000, p. 263)

Apesar de haver múltiplas explicações possíveis para o fenómeno relatado, de uma forma geral, podemos constatar que são diversas as formas que as sociedades encontram para se relacionar com a televisão, mas igualmente distintos são, dentro dessa sociedade, os modos que cada um desses indivíduos encontra em particular para se conectar com ela. De facto, não obstante o enorme ajuntamento geral, cada um desses indivíduos, quer seja uma criança, um adulto ou um idoso, e dependendo da sua idade, da sua formação, ou de outro aspeto, encontrará também um jeito pessoal de se relacionar com a televisão – o seu jeito, dentro de um jeito maior, geral. A "prática" televisiva prende-se a uma questão de ligação social maior, mas não deixa de ser dependente de uma ligação menor, singular, pessoal.

3.2.7. O culto às "celebridades": o televisor como pedestal nacional

De acordo com a teoria pós-moderna, como explicou o sociólogo Anthony Giddens (2008), o mundo, ao invés de ser socialista, como Marx esperava, tornou-se, sim, "dominado pelos novos *media*, que nos 'afastam' do nosso passado" (p. 676). Tal aspeto, segundo o ponto de vista em questão, fez com que fosse essa mesma "máquina" a criar as novas "deidades", isto é, as intituladas "celebridades", que são muitas vezes, e por muitos, idolatradas. Essas personagens são pelos próprios média e pelos seus inúmeros intervenientes humanos vestidas e construídas ou, por outro lado, como nos esclarecera também Alene Lins, Madalena Oliveira e Luís António Santos (2017), despidas e desconstruídas.

Assim, pessoas reais, filtradas pelos média, são apresentadas ao público, não poucas vezes, de uma forma muito diferente daquilo que são na realidade. Desse modo, como consequência, os espetadores sentem pela personagem (e, de forma secundária, pela pessoa que a interpreta) uma profunda empatia ou então uma intensa repulsa. Falamos de um conjunto de mediadores, entre os quais, como vimos no início deste capítulo, a televisão tem um papel preponderante no geral, mas sobretudo em Portugal.

No entanto, se porventura duvidarmos desse sentir natural e real para com uma "distante" personagem televisiva, recordemos, entre inúmeros outros exemplos possíveis, o caso da princesa Diana. A morte dessa figura pública, que "existia para a maioria das pessoas apenas através dos meios

de comunicação" (Giddens, 2008, p. 677), fez com que muitos não se inibissem de chorar, lamentando, a sua perda. Certamente, essas inúmeras pessoas não choravam apenas por Diana, mas sobretudo por uma personagem que ela, nos média, tinha interpretado durante muito tempo. Enquanto as pessoas ao redor do mundo choravam principalmente a morte de uma "personagem", os familiares choravam por quem durante tanto tempo tinha interpretado também esse papel. Uma diferença significativa que passa despercebida para muitos.

Falamos de uma nova era, com novas grandes figuras simbólicas que, filtradas pelos média, no geral, e em especial pela televisão, em Portugal, são depois "endeusadas" e "idolatradas" por uma parte significativa da sociedade. Figuras essas que, muitas vezes, pelas suas ações e pelos seus dizeres, impulsionam as massas não apenas a agir, mas também a reagir emocionalmente, rindo ou chorando à sua mercê. Porém, esta realidade não é, de todo, nova, nem nos média em geral, nem tampouco na televisão, em Portugal. O foco na pessoa em particular e não na mensagem em geral era já uma realidade nos primórdios da televisão, como nos mostra o relato de Vasco Hogan Teves (2007c), nos anos 60, na RTP. O autor refere o seguinte:

> Mas não deixava de ser curioso verificar que o espectador comum associava a notícia lida (o chamado "in" ou "vivo") ao locutor que a comunicava, enquanto que naquela em que ele igualmente participava, mas não dando a cara (o chamado "off"), já não era assim. As imagens assumiam, aí, todo o protagonismo. (Teves, 2007c, p. 19)

De forma a concluir esta secção, relembremos o já citado estudo da ERC (2016), que mostra que "a televisão continua a ser o meio mais consumido pelos inquiridos: 99% dizem ver regularmente programas televisivos" (p. 22). Segundo os dados também já expostos, estima-se que, em 2020 (sobretudo durante o período da pandemia), cada português tenha visto, em média, 5h49 de televisão por dia (CAEM/MediaMonitor, 2021).[227] Tendo essas informações como base, é então possível concluir que, no caso em particular de Portugal, o televisor, enquanto objeto, continua, ainda nos nossos dias, a ser um importante "pedestal" nacional.

3.2.8. Um "novo" aparelho e uma "velha" carência?

Tendo em consideração a reflexão acima proposta, acerca da "veneração" das ditas deidades

[227] Fonte: CAEM/MediaMonitor – dados retirados da YUMI Analytics Desktop. Os dados foram partilhados e decifrados por Nathalie Costa e Pedro Lourenço.

televisivas, será que é então possível referir que o exercício televisivo se assemelha a um qualquer – primitivo ou moderno – praticar de uma religiosidade? Para tal reflexão, tenhamos primariamente em conta as duas principais ideias que estão na base etimológica da palavra "religião". A primeira, proposta pelo teórico romano Cícero (2004), alguns anos a.C., sugere que a palavra tem origem em "relego" (p. 92)[228], reler, e que, por isso, segundo o próprio, o seu praticar incita a uma releitura, isto é, a uma absorção repetida do mesmo conteúdo. A segunda, proposta alguns séculos d.C., por Agostinho de Hipona (2012), sugere, tendo em mente a ligação perdida no Jardim do Éden, uma "religação" (p. 195)[229], ou seja, incita a uma tentativa permanente de recuperar uma ligação outrora estabelecida.

Porém, ainda que se afirmasse que o sucesso da televisão pudesse ter que ver com a sua constante tentativa – consciente ou inconsciente – de preencher uma velha carência social, era preciso levar também em consideração um outro aspeto, a necessidade humana da "lógica" (do grego *logos*), isto é, da "razão". De facto, como referiu Émile Durkheim (2002), em *As formas elementares da vida religiosa* [230], as pessoas não necessitam "só de um conformismo moral suficiente, como há também um mínimo de conformismo lógico que não pode[m] dispensar" (p. 20). E o que dizer desse aspeto em particular? Curiosamente, ou não, a televisão compromete-se ininterruptamente também a preenchê-lo.

As produções televisivas não apenas tentam criar rotinas ao redor do entretenimento, como propõem também (ainda que possam obviamente não as cumprir plenamente) soluções para o preenchimento da lógica, da informação, da verdade, da estabilidade. Como referiu a investigadora Felisbela Lopes (2005, p. 99), "a televisão norteia-se fundamentalmente pelos vetores 'informar' e 'entreter'". E aparenta ser a existência desses dois pilares, entrelaçados, como que de um só se tratasse, que no passado sustentou e ainda hoje sustenta o invulgar e contínuo sucesso da televisão, em especial a generalista de sinal aberto.

A televisão incita o telespetador a ver algo repetido, quer a nível de ideias, quer a nível de formas, além de o incentivar igualmente a um esforço contínuo para tentar retomar uma ligação que, por algum motivo e durante algum tempo, possa apresentar-se corrompida. Quanto ao objetivo do telespetador, é tentar continuamente compreender aquilo que está a ver, oriundo da curiosamente intitulada "visão do além" (de *tele vision*), ou seja, da televisão. Muitas das opções das audiências estão também ancoradas, por inúmeros fatores pessoais e sociais, a canais de televisão específicos, como que de uma entidade religiosa se tratasse – a sua própria entidade. O seu apego, às vezes, à vista dos demais, é algo aparentemente irracional.

---

[228] Livro 2. Ponto 72.
[229] *De uera religione* / A verdadeira religião. Ponto 111.
[230] Publicado pela primeira vez em 1912.

Mas será que é então viável comparar o exercício televisivo a uma "prática religiosa"? Apesar de existirem alguns pontos em comum nesses dois campos, essa é uma questão extremamente complexa, que requereria, a vários níveis, uma mais ampla e profunda reflexão, a qual, por inúmeros motivos, é completamente inexecutável neste momento. Não obstante, tenhamos em atenção, no último tópico, a ideia de "ritual" – algo que, ainda que seja subjacente também à prática religiosa, não lhe é, de todo, exclusivo.

3.2.9. A televisão e as suas audiências: uma visão global

> – Era melhor teres vindo à mesma hora – disse a raposa. – Por exemplo, se vieres às quatro horas, às três, já eu começo a estar feliz. E quanto mais perto for da hora, mais feliz me sinto. Às quatro em ponto hei-de estar toda agitada e toda inquieta: fico a conhecer o preço da felicidade! Mas se chegares a uma hora qualquer, eu nunca vou saber a que horas hei-de começar a arranjar o meu coração, a vesti-lo, a pô-lo bonito... Precisamos de rituais.
>
> – O que é um ritual? – disse o principezinho.
>
> – Também é uma coisa de que toda a gente se esqueceu – disse a raposa. – É o que torna um dia diferente dos outros dias e uma hora diferente das outras horas. (...). (Saint-Exupéry, 2008, p. 70)

"Precisamos de rituais" (Saint-Exupéry, 2008, p. 70)[231]. E se, porventura, o ser humano, em certos momentos da sua vida, pode distrair-se dessa realidade, conforme referiu certa personagem de Antoine de Saint-Exupéry, a televisão, por outro lado, tendo como base Felisbela Lopes (2005), precisa dessa realidade, constantemente, para o distrair. Como afirmou a investigadora, assim como um "totem", "a televisão impõe uma relação permanente, de caráter emocional; revela-se uma espécie de companheiro, presente nas mais variadas situações; cria um ritual à volta do qual surgem nomes e emblemas variados" (p. 81). Trata-se então de um "ritual" maior que incita o telespetador a, dentro dele, consequentemente, praticar um conjunto de outros igualmente constantes afazeres menores.

Antes de avançarmos por tal caminho, torna-se inevitável não evocar o renomado teórico de comunicação James Carey (1988), que direcionou a nossa atenção para uma visão ritual da comunicação. Embora os primeiros modelos básicos de estudo da comunicação em massa sugerissem uma relação linear e unidirecional da fonte para o recetor, o teórico americano propôs algo diferente. O autor aponta o foco "não para o ato de transmitir informações ou influenciar, mas [sim] para a criação,

[231] É evidente que, neste contexto, o termo "ritual" se refere apenas a um hábito (algo que se repete).

representação e comemoração de crenças em comum, ainda que [essas possam ser, para os respetivos intervenientes, apenas] ilusórias" (p. 43)[232].

Segundo esse prisma, como explicaram Denis McQuail e Sven Windahl (2003), a comunicação executada "depende de interpretações e emoções partilhadas. Os seus objetivos são mais festivos, consumistas e decorativos do que utilitários" (p. 52). E, ainda, segundo Filipa Subtil (2014), "a visão ritual da Comunicação deriva de uma conceção da religião que desmonta o papel do sermão, da instrução e da advertência, e que destaca as pequenas atividades do dia a dia, a festa, o cântico e a oração" (p. 28). Trata-se, então, assim, de assemelhar o ato da comunicação (televisiva, neste caso, mas não só) ao quase inconsciente hábito religioso; mas não do consciente e refletido praticar de uma religiosidade.

A televisão pode então ser vista, de tal perspetiva, como um meio que "apenas" tenta preencher continuamente uma profunda e basilar necessidade humana, social: a de ancorar-se, juntamente com outros, a crenças e a narrativas. Se outrora as pessoas se encontravam regularmente para, por exemplo, ouvir as mais diversas histórias (cómicas, dramáticas, verídicas ou utópicas) ao redor das fogueiras, com o tempo passaram a encontrar-se, de certa forma com o mesmo objetivo, ao redor da televisão, defende Robert A. White (1994), em *Televisão como Mito e Ritual*. Nesse entender, o ato em si e, consequentemente, a necessidade de o executar, continuam inabaláveis nos nossos dias, e apenas a aparência desse ajuntamento se alterou, e está, hoje, no seu aspeto, mais moderna. Maffesoli (1995) disse, a esse respeito, o seguinte: "a televisão permite 'vibrar' em comum. Chora-se, ri-se, sapateia-se em uníssono, e assim, sem que se esteja realmente em presença dos outros, cria-se uma espécie de comunhão" (p. 77).

De acordo com esta visão, não parece então haver grande dúvida quanto ao facto de, no fenómeno televisivo, existir um elo que, embora não seja visível, tenha uma presença bem real, capaz de "unir" todos aqueles que, ao mesmo tempo, veem um qualquer programa de televisão. Porém, para Wolton (1994), para além do ajuntamento, a televisão e a sociedade estão unidas ainda em noutro aspeto: a televisão, como espelho da sociedade, oferece-lhe, assim, igualmente "uma representação [de si mesma]" (p. 142). O autor continua:

> (...) e, ao fazer a sociedade refletir-se, a televisão cria não somente uma imagem e uma representação dela, mas oferece uma ligação a todos os que ao mesmo tempo a veem. É aliás uma das únicas instâncias em que essa sociedade se reflete, ao mesmo tempo que permite a todos aceder a essa representação. (Wolton, 1994, p. 142).

[232] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

Assim sendo, no que diz respeito às distintas relações entre a televisão e as audiências televisivas, podemos concluir que se tratam, permanentemente, de hábitos em constante mutação, e que esses são uma variável influenciada por inúmeros fatores. Nesse sentido, pode-se afirmar, hoje, que com o aparecimento dos cada vez mais variados ecrãs e com a disponibilidade da Internet em qualquer lugar, estejamos a presenciar um reinterpretar daquilo que outrora entendíamos como "televisão". Porém, quer no passado, quer na atualidade, a televisão, em especial a generalista de sinal aberto, aparenta dar continuidade a uma já antiga carência do ser humano, a de ajuntamento e de partilha de crenças em comum.

CAP. 4 – O *DAYTIME* TELEVISIVO NO GERAL E EM PORTUGAL: AS "MANHÃS" EM FOCO

O *daytime* é, desde os seus primórdios, um período particularmente distinto na televisão generalista de sinal aberto. Na verdade, conforme foi analisado no presente capítulo, trata-se não apenas de um público bastante particular, aquele que está disponível nesse intervalo, mas, também, em razão disso, de um conjunto de programas muito próprios aqueles que os canais normalmente disponibilizam. Todavia, contrariamente àquilo que muitos tendem a afirmar, e conforme justificado na presente reflexão, o *daytime* não é algo de menor prestígio na televisão. Trata-se apenas – e somente isso – de um período diferente, com programas próprios e com uma retórica singular. Na parte final, tendo em atenção a análise empírica que se segue nos restantes capítulos, o foco esteve no primeiro período do *daytime*, entre as 10 e 13 horas (aproximadamente). Dentro desse período circunscrito, foram sumariamente analisados os diversos programas que, nos últimos anos, preencheram os principais canais da televisão portuguesa (RTP1, SIC, TVI).

4.1. O *daytime* televisivo: uma realidade diferente, não (necessariamente) indigente

Um estudo preliminar [acerca do daytime, na rádio], baseado em 100 entrevistas em profundidade, sugere (...) [que] algumas ouvintes parecem gostar dos programas simplesmente como um meio de libertação emocional. Elas gostam «da oportunidade de chorar» que os programas proporcionam; elas gostam «das surpresas, felizes ou tristes». (...). Sobrecarregadas com seus próprios problemas, as ouvintes afirmam [ainda] que "se sentem melhor ao perceberem que outras pessoas também têm problemas".[233]

Herta Herzog, em 1944

What do we really know about
daytime serial listeners?[234]

[Oprah] Winfrey construiu [a partir do daytime televisivo] um império mediático que se tornou quase uma religião.[235]

Janice Peck, em 2010

The secret of her success: Oprah Winfrey and
the seductions of self-transformation[236]

O *daytime* televisivo, o período televisivo que ocorre durante o dia, que pode variar consoante as interpretações e as épocas (mas que, normalmente, e no presente documento, se entende que seja entre 10-19 horas),[237] tem inúmeras particularidades que o tornam um tempo televisivo muito especial. Primeiro que tudo, é distinto pelo simples facto de se direcionar para um grupo de pessoas que, ao contrário da restante população, nesse período, não está a trabalhar. Depois, por pouca ser a população disponível, o orçamento é por norma pequeno. Esta situação, como consequência, requer que os seus principais intervenientes chamem o máximo de atenção possível com o mínimo de recursos disponíveis. Uma tarefa árdua que, inevitavelmente, faz com que o conteúdo explorado se

[233] A tradução foi realizada pelo autor da tese.
[234] Herta Herzog (1944, pp. 23-24).
[235] A tradução foi realizada pelo autor da tese.
[236] Janice Peck (2010, p. 11).
[237] Normalmente, inicia com os principais *talk shows* matinais (*Praça da Alegria*, *O Programa da Cristina* e *Você na TV!*) e prolonga-se até ao intervalo que antecede, na grelha, o último programa antes do telejornal.

torne, por vezes, aos olhos de muitos, censurável. Uma outra característica, resultante das restantes, é o facto desse período ser maioritariamente preenchido por programas que giram em torno de conversas, os chamados *talk shows*.

Para alimentar esse contínuo diálogo são convidadas várias pessoas que se substituem ininterruptamente umas às outras. Por norma, as "celebridades" revivem nesses espaços alguns dos seus feitos profissionais ou pessoais, por meio de fotos, vídeos ou convidados surpresa, e ainda revelam alguns dos seus planos para o futuro, como, por exemplo, o local onde vão passar férias ou um projeto que planeiam começar. Todavia, aos restantes convidados, desconhecidos do grande público, requer-se regra geral que falem dos seus dilemas pessoais, quer seja algo corriqueiro ou extremamente raro, ou, ainda, muitas vezes, sobre aquilo que os está – ou que pensam que está – a pouco e pouco a tirá-los do anonimato. São "pequenos" feitos, dilemas ou ovações do campo pessoal que, normalmente, por breves minutos, se tornam uma comunhão entre todos aqueles que assistem, o que, muitas vezes, pode significar milhões de pessoas.

Para examinar alguma temática da atualidade ou um qualquer assunto em específico, são também, por norma, convidados alguns especialistas que, entre o diálogo com o apresentador e inúmeros outros não-especialistas, veem recorrentemente a sua opinião diluir-se entre as restantes. Assim, com conversas mais ou menos intimistas, com mais ou menos intervenientes, e até alguns excertos de reportagens exteriores e alguns concursos telefónicos, os programas são preenchidos e as horas passam. E essa é a realidade que, salvo algumas exceções, é observável na maioria dos programas televisivos durante o dia, no geral, e, em particular, em Portugal.

4.1.1. É importante não esquecer: para milhões de pessoas "faz sentido" assistir

> (...) os critérios que [as mulheres entrevistadas] invocam para avaliar certos programas como «legítimos» baseiam-se em vários discursos culturais distintos, que fornecem os termos pelos quais organizam a sua «experiência» nesse sentido. (...). [Assim, entende-se que] aquilo que realmente conta como legítimo varia [consoante telespetador]. (Manga, 2003, p. 156)[238]

Foi baseado em várias entrevistas que, Julie Manga (2003), em *Talking trash: the cultural politics of daytime TV talk shows*, referiu aquilo que acima foi descrito.[239] O seu principal objetivo era

[238] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

[239] Na conclusão do capítulo 4, intitulado "Making sense of the shows: discerning 'legitimate' discourse", a autora, Julie Manga (2003, p. 156), referiu, na íntegra, o

compreender a constante visualização dos programas de *daytime* por parte dos seus comuns consumidores. E o que então compreendeu a autora? Entre outros aspetos, entendeu que são vários os motivos que podem legitimar essas opções. Julie Manga (2003) concluiu então que, nesse campo em particular – assim como certamente em muitos outros –, a construção do sentido é uma variável que se altera de pessoa para pessoa, o que torna então muito diferente a "legitimação" do conteúdo visualizado por parte dos distintos telespetadores.

Compreende-se então que, ainda que existam obviamente algumas justificações comuns, entre os milhões de telespetadores que assistem recorrentemente aos programas de *daytime*, cada um deles terá também alguns motivos particulares que o fazem continuar a assistir. Mas, independentemente disso – e o ponto de destaque aqui é sobretudo esse – são milhões de telespetadores que, todos os dias, continuam a encontrar e a renovar motivos para assistir aos *daytime talk shows*. Serão então as razões desses, para continuar a assistir, menos válidas que as razões daqueles que continuam a desaprovar e a censurar uma grande parte desse conteúdo, muitas vezes apenas de forma preconceituosa?

Na presente investigação, entende-se que muitas das opções desses programas podem e devem ser questionadas. Como será analisado mais adiante, pensa-se que algum desse conteúdo aparenta ser uma má influência, a vários níveis, para as suas audiências. E, ainda, nesse sentido, entende-se também que alguns desses programas, pelos seus comportamentos ou pela sua linguagem, não aparentam levar em consideração a responsabilidade pública que lhes é exigida. Porém, ainda que se entenda que, de uma forma geral, em alguns casos, existe uma larga margem para melhoria, quer ao nível da qualidade televisiva, quer também ao nível da responsabilidade social, a verdade é que tratamos já de uma realidade – uma realidade que, como tantas outras, tem aspetos positivos, os quais não podem, ou não devem, ser ofuscados por meros preconceitos pessoais, sociais ou académicos.

Alguns exemplos de imoderação no passado (principalmente nos EUA) levaram a que muitos encarassem todo o conteúdo do *daytime,* sem exceção, como, simplesmente, "lixo". Esse é, sem dúvida, um peso muito negativo que, ainda hoje, não apenas todos os restantes conteúdos parecem continuar a suportar, independentemente do quão bem-intencionados possam ser, mas também todos aqueles desejam de forma intencional laborar, participar ou simplesmente assistir a esses programas. Ainda assim, é possível encarar essa realidade como, apenas, uma realidade – a qual, como tantas

---

seguinte: "While the women I interviewed are situated differently in society and bring a varying mix of understandings and experiences to their viewing of talk shows, the criteria they invoke in discerning certain shows as 'legitimate' are grounded in several distinctive cultural discourses that provide the terms through which they organize their 'experience' in this regard. The range of discourses that cross-cut the distinctive rational and therapeutic discourses give rise to the women's articulating hybridized vocabularies that are sometimes contradictory and/or paradoxical. It is all of this that results in the women's deploying consistent criteria (efficacy, appropriateness, relevance, and authenticity) in different ways. While the criteria are consistent across women's accounts in respect to discerning legitimacy, what substantively actually counts as legitimate varies. Using the same criteria, we can still see the world quite differently."

outras, merece uma especial atenção da Academia. Dessa forma, afirmamos que, na mesma medida em que existirá uma luta constante para analisar o presente fenómeno livre de preconceitos, existirá também um esforço consciente para tentar afastar as "nuvens negras" que aparentam continuamente pairar em volta de todas as questões associadas aos fenómenos do *daytime* televisivo.

Em vista disso, existirão duas preocupações constantes na presente reflexão. A primeira é a de tentar entender o "sentido" existente do ponto de vista dos telespetadores. Algo que requer um permanente exercício de empatia, o que significa ter também em mente os muitos ingredientes que constroem esse "sentido". E a segunda, consequência da primeira, é a de, durante o exercício empático, com muita cautela, avançar com algumas propostas que possam, para esse público em particular, trazer vantagens. De facto, como convém recordar, trata-se de uma realidade que, assim mesmo como está, para milhões de pessoas, todos os dias, faz já sentido. E se o "não fazer sentido" de uns deve ser considerado, então, o "fazer sentido" de outros, na mesma medida, precisa de o ser. No presente documento, nenhum desses pontos de vista precisa de ser superiorizado (ou inferiorizado), mas apenas analisado, pelo que um esforço constante será feito nesse sentido.

4.1.2. Um público (a)típico: entre o preconceito e a realidade (no geral e em Portugal)

Na primeira metade do século XX, nos EUA, mesmo antes do aparecimento da televisão, no *daytime* da rádio, eram "pelo menos vinte milhões de mulheres" (Herzog, 1944, p. 3)[240] aquelas que assistiam regularmente a esses programas. Quanto aos homens, eram por múltiplas razões compelidos a trabalhar fora do seu próprio lar, o que os impossibilitava de se fidelizarem a esses programas. Mas e o que dizer dos nossos dias?

Segundo Beate Cersch (1999), em *Class in daytime talk television*, à data, nos EUA, os dados mostravam que 58% da audiência desses programas era feminina e que a maioria desses espetadores tinha menos de um ano de educação universitária. E essa é uma realidade que, de uma forma geral, ainda nos nossos dias, e em outras regiões, aparenta continuar semelhante. Em Portugal, por exemplo, segundo aquilo que foi noticiado pelo Jornal ECO (a 12 Janeiro 2019)[241], tendo como base os dados fornecidos pela GfK/CAEM (que mostravam o perfil das audiências numa amostra de quatro dias), "o telespetador típico de um programa da manhã é mulher, adulta, com idade entre os 65 e 74 anos, de classe média-baixa e oriunda do norte do país". "São pessoas domésticas, que habitualmente trabalham em casa e que acompanham os programas da manhã no momento em que estão a fazer as

[240] A tradução foi realizada pelo autor da tese.
[241] Fonte (acedido a 24/03/20): https://eco.sapo.pt/especiais/ha-uma-guerra-de-audiencias-mas-quem-ve-e-quanto-valem-as-manhas-na-tv-portuguesa/

lides de casa, ou a prepararem o almoço", pode ainda ler-se no texto que é apresentado.

Nesse seguimento, ainda segundo os dados fornecidos pela GfK Portugal (2019a) ao autor desta investigação, pode-se também concluir, a esse respeito, que, em Portugal, de janeiro a abril de 2019 – dias úteis, excluindo os feriados, das 10 às 13 horas, na RTP1, SIC e TVI – entre as muitas pessoas que viram esses programas, 67,9% eram do sexo feminino, 76,6% pertenciam às classes sociais mais baixas, 68,2% tinham uma idade superior a 55 anos, 74,2% não tinham ocupação profissional e 42,3% eram residentes da zona norte do país (fenómeno esse que se conjugará certamente com os restantes). Como notamos, tendo em conta aquilo que até ao momento foi analisado, referente às audiências televisivas do *daytime*, não se trata de um mero preconceito, mas de uma realidade.

Os dados apresentados podem certamente ser complementados com o facto de, em Portugal, "ver televisão" ser um dos hábitos mais preciosos de todos no geral, mas em especial das mulheres, como refere o estudo da ERC (2016). "'Deixar de ver televisão' é a atividade que os inquiridos mais dificuldade teriam em fazer (65,5 %), em especial as camadas mais velhas da população e as mulheres" (p. 8), pode ler-se. Por outro lado, a maioria das tentativas de participação em programas através do contacto telefónico também incide no sexo feminino. Dentro dos 15% que o fazem, "as mulheres são as mais interessadas, com especial incidência na faixa etária 55-64 (25,2 %)" (p. 26). Em Portugal, é também o sexo feminino aquele que mais consome o "entretenimento" (p. 28) da televisão, no qual, segundo o estudo referido, estão também agrupados os *talkshows*. Pode ler-se ainda que são também as mulheres que, em Portugal, têm "menos hábito de consumir produtos audiovisuais fora de casa" (pp. 41, 42).

A realidade descrita não é senão o reflexo e a consequência de um sem-número de fatores, muito mais amplos, de ordem social. Porém, segundo os dados que vão sendo facultados ao longo do tempo e que estão disponíveis neste mesmo momento, essa é realidade. Uma realidade à qual, inevitavelmente, por inúmeros fatores, nos iremos ancorar para estabelecer a presente reflexão. Não obstante, pode-se concluir com segurança que não se trata de um público inferior, mas, apenas, e somente isso, diferente. Diferente, sobretudo, do restante público, que apenas está disponível para ver televisão fora do habitual período laboral.

4.1.3. A natureza dos *talk shows* – mera "conversa fiada" ou mais do que disso?

Definir o que são *talk shows*, como tantos outros fenómenos associados ao meio televisivo, é algo extremamente complexo, pois, trata-se de uma variável que, dependendo de inúmeros fatores, pode residir – sem se saber bem ao certo onde – algures entre o entretenimento e a informação,

bem como entre a realidade e a ficção. E se esses extremos estavam, nos primórdios da televisão, na intitulada PaleoTV, tão longe umas das outras quanto o zero está do cem, a verdade é que, nos nossos dias, todos os programas, de uma forma geral, incluindo os variadíssimos *talk shows*, se encontram entre as restantes noventa e nove opções. Com efeito, é por esse motivo que, primariamente, será muito mais fácil referir aquilo que não é um *talk show* do que aquilo que realmente o é. Normalmente, aceita-se que um *talk show* não é, por exemplo, uma telenovela ou um telejornal, nem tampouco é um concurso televisivo. Porém, inúmeras vezes, é possível notar que, dentro desses formatos, existem enredos semelhantes aos das telenovelas, reportagens muito parecidas com a dos telejornais e inúmeros concursos televisivos. Então, como é que se sabe que se trata de um *talk show* e não de um outro tipo de programa?

Primeiro que tudo, é importante distinguir um qualquer debate ou conversa televisiva de um *talk show*. No primeiro capítulo do livro *Television Talk: a history of the TV talk show*, intitulado "History of television talk: Defining a Genre", Bernard Timberg (2002, p. 3) referiu, a esse respeito, o seguinte: "um *talk show*, ao contrário de uma conversa em televisão, é um programa televisivo inteiramente estruturado em torno do próprio ato de conversar"[242]. Tendo como base o mencionado autor, entende-se então que, nos *talk shows,* a conversa, ao invés de ser apenas mais um ingrediente no meio de muitos outros, é sempre o elemento principal, pois todo o programa gira em torno do próprio ato de conversar.

Desse prisma, é então plausível concluir que, ainda que se possa assumir a existência de inúmeros e variados debates dentro de um qualquer *talk show*, não se pode automaticamente assumir a existência de um *talk show* dentro dos muitos e variados debates televisivos. Assim, será prudente referir que um *talk show* é muito mais do que mera "conversa fiada", uma vez que se trata, mais do que simplesmente conversar acerca de uma temática, apresentar um *show* – de palavras – acerca dessa mesma temática. Então, para que esse *show* continue vivo, de uma forma geral, é necessário continuar a colocar inúmeros e variados ingredientes que, como já mencionado, podem ser oriundos da informação, do entretenimento, da realidade ou da ficção.

No entender de Patrick Charaudeau e Rodolphe Ghiglione (2000), em *A palavra confiscada – um género televisivo: o talk show* [243]*,* são vários os aspetos que distinguem e, ao mesmo tempo, caracterizam o *talk show*. De acordo com os autores, e de forma resumida, destacaremos abaixo quatro desses aspetos essenciais (pp. 104-106):

1. Torna público e socializa as opiniões e as emoções de cada um dos participantes;

[242] A tradução foi realizada pelo autor da tese.
[243] Publicado pela primeira vez em 1997.

2. Trata-se de uma "batota" discursiva, a qual se revela "na sua própria encenação" (p. 104). "Não funciona senão como discurso do momento, sem origem, sem memória, que pretende revelar o escondido e finalmente aprece a nu, sem verdade, sem qualquer enigma para resolver" (p. 105);
3. Faz ouvir e exibe a opinião de um "eu" que, na verdade, quer e tem como objetivo significar um "nós" – o mais amplo possível. Retoma-se aqui, então, uma inevitável e intrínseca questão associada ao fenómeno televisivo como "espelho" social;
4. Trata-se de um espetáculo da palavra, onde, embora, em teoria, normalmente se distinguem por temáticas, na prática, muitas vezes, vemos que se misturam os temas: as questões do domínio público com as do domínio privado, aquilo que é sério com aquilo que é divertimento, etc. "Estamos [assim] perante um espetáculo próximo do [que acontece no] teatro (...)" (p. 106).

O *talk show* é, então, tendo como base os autores acima referidos, "um paradoxo; ele é dado, apresentado, justificado, legitimado como estando inscrito num contrato de interação com o telespectador, enquanto a este *a palavra é-lhe confiscada*. É literalmente a *ideologia do simulacro"* (p. 106). O *talk show* é "o espetáculo da palavra" e não um mero exercício da mesma, o que faz com que seja necessário, a esse exercício, adicionar o conflito, o drama e as emoções (p. 97). Além disso é, também, como já aludido, uma solução que incita à própria identidade do telespetador, e que tem como claro objetivo cultivar nele uma profunda empatia – um aspeto, entre outros possíveis, que aproxima os *talk shows* dos *reality shows* (p. 147).

> O *talk show* quer-se igualmente local de debate, mais ou menos sério, mais ou menos fútil, sobre temas de sociedade suscetíveis de interessar à grande maioria; quer-se, por fim – em diversos graus – espaço de confrontação onde a palavra do vivido vale, pelo menos, tanto como a da razão, onde a palavra do cidadão comum tem tanto valor como a do especialista. (Charaudeau & Ghiglione, 2000, pp. 146, 147)

Os *talk shows* inserem-se, como já referido, no meio termo entre os programas que entretêm e os que informam. Embora tenham passado já várias décadas desde que o primeiro *talk show* foi apresentado, hoje, quais cogumelos, estão por todo o lado e são apresentados a qualquer hora. E se, no início, este tipo de programa parecia estar mais próximo da informação, hoje, a maioria está cada vez mais ligada ao entretenimento. É obviamente um sintoma dos tempos, pois estamos perante um novo regime social, o qual trouxe com ele uma nova melodia coletiva, divertida e infantilizada, e a que todos, sem exceção, foram de certa forma incitados a adaptar-se, inclusive a televisão e a sua

programação. Será assim o *talk show,* enquanto género televisivo, uma espécie de "vingança" do "saber popular" para com o outrora intitulado "saber oficial"?

4.1.4. Os *daytime talk shows* – simples *talk shows* diurnos ou algo mais?

Segundo David Hixson (2000), em *St. James Encyclopedia of Popular Culture,* ao longo dos tempos, os *daytime talk shows* têm sido vistos de maneiras bastante distintas. Partindo da perspetiva do autor, essa panóplia de etiquetas vai desde "a voz das pessoas comuns" até a "um sinal do fim da [nossa] civilização" (Hixson, 2000, pp. 667, 668). Porém, algo parece transversal a praticamente todos esses programas, independentemente da sua localização geográfica ou do canal televisivo em que se inserem: os apresentadores bem-sucedidos passam com o tempo a ser vistos como estrelas nacionais e os muitos convidados anónimos continuam a não se inibirem de partilhar aspetos da sua vida pessoal, contentando-se muitas vezes com o simples facto de aparecerem ao lado das "celebridades" que tanto admiram.

Um outro aspeto, aparentemente comum, é que a grande maioria desses programas, por algum conteúdo que disponibilizam, ou pela forma como o apresentam, são constantemente criticados pelo público no geral, todavia, são milhões os telespetadores que, todos os dias, não se refreiam de continuar a ligar o televisor para vê-los. Muitos são também aqueles que tentam não perder uma oportunidade para estarem presentes nesses programas específicos, quer fisicamente, no estúdio, como já referido, quer também à distância, através uma mensagem pública nas redes sociais ou uma chamada telefónica durante o desenrolar do programa. Esses aspetos, certamente entre vários outros, mostram que os *daytime talk shows* são programas com dinâmicas muito próprias. Mas tenhamos então em atenção algumas dessas características bastante singulares.

Em primeiro lugar, tendo como base Jason Mittell (2004, p. 100), em *Genre and television: from cop shows to cartoons in american culture*, compreendemos que um *talk show* se trata de um género televisivo maior, do qual fazem parte "vários subgéneros"[244]. Assim, neste documento em particular, entender-se-á especificamente que um desses subgéneros são os *daytime talk shows,* os quais, por consequência, se repartem também, em duas principais categorias: os *daytime talk shows* do período da manhã e os *daytime talk shows* do período da tarde.[245] Tal significa que, dentro das dinâmicas especiais que, na televisão, pertencem apenas aos *talk shows*, existem particularidades que fazem parte apenas dos *daytime talk shows.* Porém, quando esses aspetos identitários dos *daytime talk*

[244] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

[245] Entende-se, no presente documento, que os normalmente intitulados *morning shows* antecedem os *daytime talk shows* do período da manhã – os quais tendem a iniciar por volta das 10 horas.

shows são analisados*,* torna-se ainda evidente uma diferença acentuada entre os programas do período da manhã e os programas do período da tarde. Trata-se, sobretudo, de uma diferença na retórica. Enquanto na parte da manhã a aposta é centrada na vivacidade e na comédia, na parte da tarde o foco está essencialmente na melancolia e no drama (conforme será examinado mais adiante). Deste modo, são duas realidades muito distintas dentro de uma já particularmente distinta realidade. Mas notemos então, por fim, algumas dessas especificidades.

De acordo com Louann Haarman (2001, p. 63), compreendemos que, distintamente de outros *talk shows* tradicionalmente mais sérios, que podem falar sobre inúmeros aspetos, por sua vez, alguns daqueles que preenchem o *daytime,* com as temáticas que abordam, podem explorar a "paródia" e o "exagero". De facto, não poucas vezes, devido a certos assuntos que tratam, despertam o "absurdo" e o "grotesco". E, recorrentemente, em alguns desses programas, são apresentadas determinadas situações – ou até mesmo determinados convidados – que podem, por uma boa parte dos telespetadores, ser vistos com "estranheza", podendo até mesmo, despertar algum tipo de "indignação"[246]. Ainda que a realidade analisada na referida reflexão não fosse a portuguesa, os aspetos referenciados, como será visto mais adiante, parecem enquadrar-se de forma razoável naquilo que acontece, sobretudo, nos programas do período da tarde, na televisão generalista de sinal aberto, em Portugal.

De acordo com a tese de doutoramento de Adriano Nazareth (2016), intitulada *Os programas de entretenimento em fluxo na televisão generalista em Portugal: o modelo de organização e a sua valorização estética numa convergência de media*, compreende-se que, de uma forma geral, os *talk shows* do período de *daytime* são "regularmente produzido[s] em estúdio com [a] presença de [um] público" (p. 140). Trata-se, por norma, também, segundo o autor, de programas "com um baixo custo de produção" (p. 140), sendo que, por consequência disso, o "tempo de ocupação dos meios humanos e técnicos [não vai muito] para além do tempo de transmissão" (p. 140). O autor refere ainda que são formatos onde por vezes "prevalece o espetáculo musical e outras formas de expressão artística como artes circenses, magia ou teatro" (p. 141).

Partindo agora de Patrick Rössler e Hans-Bernd Brosius (2001, p. 143), em *Do talk shows cultivate adolescents' views of the world? A prolonged-exposure experiment*, compreende-se também que "a maioria desses programas diários apresentam pessoas comuns a discutirem problemas e detalhes da sua vida

[246] Louann Haarman (2001, p. 63) referiu, a esse respeito, o seguinte: "the entertainment value of the trash programs, as the examples show, lies in parody and exaggeration, taken to the limits of the absurd and grotesque, and in the active role of the studio audience as a player in the performance. Jerry Springer's "My wife's sleeping with my aunt" is representative of the cumulative effect of increasingly outlandish characters and situations and the incredulous hilarity (or disgust) they provoke. The trash show, more than any other daytime format, is thus purposefully constructed as spectacle through extensive editing and strategies for retaining the audience through commercial breaks, which have some similarities with forms of TV drama. It is not, then, surprising that the "reality" of these shows has been questioned, for whatever the circumstances of their production, they bear the closest resemblance to scenarios from popular fiction."

privada"[247]. Algo que está em perfeita sintonia com o estudo de Alan Rubin e Mary Step (1997, p. 113), intitulado *Viewing television talk shows*, no qual, tendo em conta uma amostra reduzida, se constatou que os telespetadores eram atraídos por programas que focavam sobretudo "pessoas e relacionamentos"[248]. Esta investigação não destoa daquela que foi levada a cabo por Bradley Greenberg, John Sherry, Rick Busselle, Lynn Hnilo e Sandi Smith (1997, p. 418), intitulada *Daytime television talk shows: guests, content and interactions,* onde os autores concluíram que os tópicos mais abordados eram aqueles que tinham que ver com as "questões familiares, atividade sexual e namoro"[249]. Os mesmos autores verificaram ainda que, como convidados, estiveram maioritariamente pessoas do sexo feminino. De acordo com a amostra, pode ler-se que foram cerca de "duas mulheres para cada homem" (p. 416)[250]. Um aspeto que, sem dúvida, expõe novamente e de forma clara uma das mais notórias características da televisão moderna: ser um espelho do público que a observa.

Ainda que, sobre esta matéria em particular, a maioria dos estudos existentes – e que, por consequência, foram analisados pelo autor – partam de uma realidade social e televisiva fora de Portugal, em especial os programas do período da tarde, a verdade é que ao estabelecer-se uma comparação com aquilo que acontece na televisão portuguesa, torna-se evidente que os ingredientes e as dinâmicas desses programas continuam ainda hoje muito semelhantes. E é provável que a maior diferença esteja não na questão geográfica, mas especialmente no período do dia em que se inserem. De facto, como já aludido, de uma forma geral, os programas do período da manhã apresentam-se com muita mais vivacidade, enquanto os do período da tarde tendem a apresentar-se com uma postura mais esmorecida e dramática, o que parece realmente ser a grande diferença dentro daquela que é a particular realidade dos *daytime talk shows*.

Posto isto, e de forma concisa, em que sentido é que um *daytime talk show* se distancia de um qualquer outro *talk show?* Entendemos que se os *talk shows* são *shows* de palavras sobre um determinado assunto em particular, como acontece nos programas que dizem respeito às temáticas sobre economia e política, então, os *daytime talk shows* são, sobretudo, *shows* de palavras vulgares,

---

[247] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

[248] Na discussão final, a esse respeito, os autores referiram o seguinte: "We sought to examine how a conceptual model of media use might help explain the likelihood of watching certain topics presented on daytime TV talk shows. The analysis supports differences in instrumental and ritualized orientations to watching certain topics on television talk shows. Viewers preferred personal and relational talk-show topics. Information motivation, especially as filtered through trust, predicted increased likelihood of watching these relational topics. Pass-time motivation, though, led to decreased intent to watch and decreased likelihood of watching relational topics. (...). Talk-show viewers in our sample were attracted to programming that focused on people and their relationships. Viewers sought to learn, to be entertained, and to be aroused by the discussion of these topics, which they perceived to be realistic" (Rubin & Step, 1997, p. 113).

[249] A esse respeito, pode ler-se o seguinte: "Television talk shows draw heavily on relational topics, centering around family issues, sexual activity and dating (...). The dominant topic was parenting issues, a major topic of discussion on 48% of the shows. Marriage and dating were major issues on 37% of the shows. Sexual activity, often in terms of frequency of that activity, was a major issue on 36% of all shows, while the other two sexual issues were less frequent (sexual infidelity, 21%, and sexual orientation, 12%)" (Greenberg *et al.*, 1997, p. 418).

[250] A investigação refere, nesse sentido, o seguinte: "Among 1041 individual guests in this sample, there were two females for each male guest (63% vs. 37%)" (Greenberg *et al.*, 1997, p. 416).

provenientes de pessoas comuns, que se vangloriam, a maior parte do tempo, não de um conhecimento especializado, mas da sabedoria popular. Na verdade, é de coisas comuns da vida que se fala, e fala-se dessas coisas com palavras comuns. E, por mais incomuns e estranhas que certas temáticas possam parecer aos telespetadores, o objetivo é, quase sempre, garantir que se trata de algo comum – ainda que possa, evidentemente, não o ser.

Importa ainda referir que uma parte significativa do discurso que está presente, de um modo geral, nos *talk shows* diurnos, pelo menos num aspeto, pode ser comparado ao discurso humorístico. Na verdade, da mesma forma que aquilo que se diz em contexto humorístico não é muitas vezes levado "tão a sério", algumas das coisas que acontecem e são ditas nos *daytime talk shows*, que poderiam, noutros contextos, ser consideradas censuráveis, nesse meio, de certa forma, ficam suavizadas, isto é, são absolvidas.

Os *daytime talk shows*, sobretudo aqueles que são oriundos da televisão privada, em Portugal, grosso modo, aparentam então localizar-se algures num ponto inexato entre a realidade presente nas telenovelas (profundamente ficcional) e os *talk shows* mais objetivos e com um tom mais sério (como, por exemplo, entre outros, os de caráter político ou económico). E os seus melhores profissionais/apresentadores aparentam ser aqueles que, dependendo do momento em que estão, melhor interpretam o papel que lhes é, de forma direta ou indireta, exigido, papel que pode ser o de rir ou chorar, ouvir ou falar, etc.

4.1.5. O *infotainment* – informação a entreter ou entretenimento a informar?

A palavra informação deriva do latim *informare*, "dar forma", o que ainda hoje continua a fazer sentido, tendo em mente, por exemplo, as diferentes formas que, muitas vezes, a mesma "verdade" apresenta, mediante os diferentes modeladores que a trazem a público. A palavra entretenimento, porém, parece derivar do francês *entretenir,* "ter entre", insinuando uma espécie de ponte que, embora não faça parte dos principais elementos, tem uma crucial importância ao uni-los. Se, nos primórdios da televisão, na chamada PaleoTV, a informação era o elemento primordial da sua programação e o entretenimento aquilo que não apenas suavizava, mas interligava o restante conteúdo, com o tempo, essa realidade mudou e o entretenimento passou, de forma generalizada, a ser o elemento primordial, o pilar sustentador da televisão.

Por não se inserirem plenamente no tradicional campo da informação, nem tampouco naquilo que era outrora visto como puro entretenimento, mas algures entre esses dois polos, são muitos hoje aqueles que entendem que os *talk shows* – e, por consequência os *daytime talk shows* – pertencem ao

comummente intitulado *infotainment* (e que, por vezes, em português, é traduzido como infoentretenimento). Mas o que se entende essencialmente por *infotainment* ? Essa é, sem dúvida, uma questão muito pertinente.

Tendo como base Kees Brants (1998, p. 327), podemos considerar que o *infotainment* se situa no meio termo entre o "lado sério", que visa informar com objetividade e onde a mensagem supera a imagem, e o "lado do entretenimento", onde a imagem, o espetáculo e as emoções encobrem a mensagem propriamente dita. Para o autor, este género "combina aspetos de informação política em programas de entretenimento ou aspetos de entretenimento em programas que são tradicionalmente de informação" (p. 327)[251].

Partindo agora da reflexão de Stephen Stockwell (2004, setembro/outubro), o *infotainment* pode ser visto como uma espécie de "saco", onde podem ser colocados diferentes estilos, formatos ou subgéneros, sendo que a única característica que têm em comum "é que residem no mesmo lugar [algures] entre os dois principais pilares da televisão, a informação e o entretenimento" (p. 2)[252]. Refere-se então a algo que, pela sua natureza híbrida e pela sua capacidade de se "alimentar" de vários locais praticamente ao mesmo tempo, pode ser comparado a uma espécie de polvo. Pois, como o refere o autor, trata-se de algo que "consegue alastrar os seus tentáculos em ambas as direções" (p. 7)[253], recolhendo assim o que desejar, quer na informação, quer no entretenimento, dependendo de qual seja, na ocasião, o seu "apetite".

Estamos perante, sem dúvida, um conceito complexo, propício à controvérsia, mas que, nos termos acima descritos, pode, com razoável segurança, ser inserido em certos *daytime talk shows* da televisão generalista de sinal aberto, em Portugal, principalmente aqueles que preenchem o período da manhã, entre 10 e as 13 horas. Apesar de ser um tema um tanto ou quanto labiríntico em alguns aspetos, refere-se inquestionavelmente a uma discussão pertinente, que no presente momento carece de reflexão, no geral, e sobretudo em Portugal. Uma temática que, por exemplo, Florbela Lourenço (2017), desbravando novos terrenos, abordou na sua tese de mestrado, intitulada *A produção de conteúdos informativos em programas de entretenimento: o caso de um programa de daytime da televisão portuguesa* [254].

Nesse sentido, uma outra interrogação que inevitavelmente se levanta, aquando de uma reflexão sobre o conceito, é se se trata de informação que visa entreter ou de entretenimento que

[251] A tradução foi realizada pelo autor da tese.
[252] A tradução foi realizada pelo autor da tese.
[253] A tradução foi realizada pelo autor da tese.
[254] Ainda que abreviado, numa primeira etapa, o trabalho da autora foi importante como "chamada de atenção" para essa particular realidade.

visa informar. E, para lá temática do *infotainment*, esse aparenta ser também o grande dilema que circunda neste momento praticamente todo o conteúdo televisivo. Na verdade, tendo em mente, por exemplo, o caso da televisão generalista em Portugal, é possível verificar que na mesma medida em que observamos *talk shows* matinais – que residem seguramente mais próximos do entretenimento – com rubricas de informação e reportagens noticiosas de exterior típicas de um telejornal, vemos também os telejornais – que residem seguramente mais próximos da informação – com rubricas típicas de um programa de entretenimento.

A SIC, por exemplo, em 2019, no seu telejornal, passou uma série de episódios que se intitulavam "Vamos a jogo", os quais tinham como único fim conhecer mais e melhor a vida pessoal de algumas personalidades associadas ao universo futebolístico. E a TVI, no mesmo ano, apresentou dentro do telejornal de domingo à noite um suplemento de humor, intitulado "Gente que não sabe estar", que era apresentado pelo humorista Ricardo Araújo Pereira. Os exemplos multiplicam-se a cada dia.

Assim, não mais é de estranhar que na mesma medida em que nos deparamos com "reportagens sérias" envoltas em riso e choro num *talk show* matinal, também nos deparamos com "reportagens não sérias" fornecidas por um pivô de telejornal, que até não há muito tempo se apresentava somente de "cara séria". Esse pivô, na mesma medida em que introduz notícias desastrosas, alguns minutos depois, dialoga com músicos, dá toques numa bola, introduz um programa humorístico, etc. Referimo-nos a uma nova fornada de programas, que não mais varia entre a informação e o entretenimento, mas, sim, entre os programas que informam entretendo e os programas que entretêm informando.

Existe, portanto, um sem-número de questões que, embora não diretamente relacionadas com a própria televisão, como já referido, estiveram no âmago dessa mudança social estrutural. Porém, igualmente óbvio é que essa nova realidade tenha sido também ela espelhada pela própria televisão e pela sua programação, pois é essa a sua natureza. A mudança em questão, conforme analisado, foi intitulada por muitos de NeoTV. Como consequência disso, o conteúdo informativo propriamente dito e o entretenimento, outrora bem distanciados, passaram, de uma forma geral, e cada vez mais, a fazerem parte do mesmo "embrulho". Não são programas de informação pura, nem tampouco de puro entretenimento, mas ambos entretêm e ambos informam. E essa é a realidade na qual também se inserem os principais *talk shows* matinais, em Portugal.

4.1.6. A variável emocional: tardes de melancolia suportadas em manhãs de muita folia

Ao observarmos o conjunto dos programas diurnos da televisão generalista em sinal aberto, de

uma forma geral, e não apenas em Portugal, torna-se evidente a presença de uma curva emocional. Curva essa que não necessariamente se materializa apenas em *daytime talk shows*, mas que também pode ser composta por outro tipo de programas, como séries, novelas, concursos, entre outros. Trata-se de uma curva que em muito se assemelha a um "U", composta por dois distintos picos emocionais.

No início do período do *daytime,* os programas apresentam-se normalmente com uma intensa dose de emoções positivas, expressas em riso e euforia. Porém, essa porção emocional parece ir diminuindo ao longo da primeira parte do dia, subindo depois, no início da tarde, mas desta vez, não com emoções positivas, mas negativas, traduzidas habitualmente em desânimo e até choro. Curiosamente, regra geral, na transição para o *prime time* (pelas 19 horas, no caso em específico de Portugal), o contentamento e a animação tendem a voltar, e ainda que por pouco tempo, de forma muito intensa. A variável emocional do *daytime* televisivo aparenta, portanto, ter tardes de melancolia suportadas em manhãs de muita folia. Mas tenhamos agora em atenção o caso específico de Portugal.

No programa da tarde, da TVI, *A Tarde é Sua*, apresentado por Fátima Lopes, sob a rubrica "Máquina da verdade", em 2019, foram apresentados e explorados tópicos tais como: "Rui quer provar que nunca violou a funcionária menor"[255]; "Aurora quer provar que não fez bruxarias à própria filha"[256]; "Diogo garante que nunca agrediu fisicamente a ex-namorada"[257]; "Maria da Conceição quer provar que nunca foi amante do genro"[258]; "Ana Luísa confessa traições"[259], "Quer provar que traiu a mulher com a irmã dela"[260]; "Dominique quer provar que foi abusada em criança"[261]. Estes são apenas alguns dos muitos tópicos semelhantes que foram abordados. Todavia, a inclinação para explorar conteúdo dramático durante o período da tarde parece não estar presente apenas no programa da TVI. No programa da SIC, *Júlia*, apresentado por Júlia Pinheiro, tópicos como "Sara volta a ficar grávida do seu agressor: 'Engravidei por imposição'"[262], "Filhos de Sara seriam obrigados a assistir a filmes pornográficos e atos sexuais"[263], "O meu marido suicidou-se"[264], entre outros, foram também

[255] Fonte (acedido a 01/09/2019): https://tvi.iol.pt/atardeesua/maquina-da-verdade/rui-quer-provar-que-nunca-violou-a-funcionaria-menor/5cdef0620cf2bfa3e1974907

[256] Fonte (acedido a 01/09/2019): https://tvi.iol.pt/atardeesua/maquina-da-verdade/aurora-quer-provar-que-nao-fez-bruxarias-a-propria-filha/5ccc7a530cf20be17fda91dd

[257] Fonte (acedido a 01/09/2019): https://tvi.iol.pt/atardeesua/maquina-da-verdade/diogo-garante-que-nunca-agrediu-fisicamente-a-ex-namorada/5cc343a30cf2e6c587565edb

[258] Fonte (acedido a 01/09/2019): https://tvi.iol.pt/atardeesua/maquina-da-verdade/maria-da-conceicao-quer-provar-que-nunca-foi-amante-do-genro/5c8be1370cf2996b598f67e7

[259] Fonte (acedido a 01/09/2019): https://tvi.iol.pt/atardeesua/maquina-da-verdade/ana-luisa-confessa-traicoes/5c66fae30cf28438fc4db68b

[260] Fonte (acedido a 01/09/2019): https://tvi.iol.pt/atardeesua/maquina-da-verdade/quer-provar-que-traiu-a-mulher-com-a-irma-dela/59d7ce8f0cf2717e1221076d

[261] Fonte (acedido a 01/09/2019): https://tvi.iol.pt/atardeesua/maquina-da-verdade/dominique-quer-provar-que-foi-abusada-em-crianca/5984c8190cf21d6c53607a88

[262] Fonte (acedido a 01/09/2019): https://sic.pt/Programas/julia/videos/2019-05-24-Sara-volta-a-ficar-gravida-do-seu-agressor-Engravidei-poir-imposicao

[263] Fonte (acedido a 01/09/2019): https://sic.pt/Programas/julia/videos/2019-05-24-Filhos-de-Sara-seriam-obrigados-a-assistir-a-filmes-pornograficos-e-atos-sexuais

[264] Fonte (acedido a 01/09/2019): https://sic.pt/Programas/julia/episodios/2019-05-07-Julia—7-de-maio—Parte-1—O-meu-marido-suicidou-se

explorados. Na verdade, nem a estação de serviço público, a RTP1, com o renovado programa *A Nossa Tarde*, apresentado por Tânia Ribas de Oliveira, parece excluir totalmente essas temáticas, ainda que apresente uma abordagem emocionalmente mais comedida.

Deste modo, se os programas da parte da tarde têm, por norma, uma maior predisposição para abordarem assuntos dramáticos, que incitam à desgraça e ao choro, e onde são normalmente diluídos assuntos de difícil "digestão", os do período da manhã, como já referido, têm uma orientação totalmente oposta a essa. Com temáticas mais leves, tendem a, mais do que qualquer outra coisa, incitar à diversão. No programa de serviço público, a *Praça da Alegria*, por exemplo, Jacinta Lúcia, uma personagem cómica, é uma presença habitual. O único objetivo da sua comparência parece ser o de despertar o riso nos apresentadores, nos restantes participantes e obviamente também nos telespetadores. E também no *Programa da Cristina*, na SIC, é recorrente ver a presença de António Raminhos, assim como de várias outras personalidades conhecidas pelas suas intervenções cómicas. Algo muito semelhante acontece também no programa da TVI, *Você na TV!,* em que muitas das temáticas escolhidas aparentam ter como único fim o de provocar um ambiente propício à recreação e ao riso. Retomaremos a este argumento mais adiante, na parte empírica, no capítulo 7.

4.1.7. O (superempático) apresentador dos *daytime talk shows:* 0-100 em poucos segundos

Qual é a diferença entre simpatia e empatia? A palavra simpatia origina-se do grego *sympatheia,* o que pode sugerir estar junto do *pathos* de alguém, ou seja, próximo dos sentimentos ou das emoções de outra pessoa. Por isso, o termo aplica-se recorrentemente a alguém que demonstra algum tipo de sensibilidade e respeito pelo ambiente humano que o rodeia. Porém, a palavra empatia, que se origina do grego *empatheia,* aparenta sugerir algo mais profundo: a capacidade de entrar dentro do *pathos* de outra pessoa, ou seja, no interior não apenas dos sentimentos ou das emoções, mas, acima de tudo, dos possíveis motivos que possam ter despertado tais reações. Assim, enquanto se pode compreender que simpatia seja um profundo respeito por comoções alheias, entende-se, neste campo em particular, que empatia seja uma vivência, na primeira pessoa, dessas mesmas sensações. Trata-se, então, substancialmente, de uma diferença entre conviver com algo e viver algo.

Num usual *talk show,* de uma forma geral, pede-se ao apresentador ou ao moderador do programa que seja permanentemente simpático, isto é, que considere todas as distintas visões (políticas, sociais, económicas, etc.) apresentadas pelos vários intervenientes. Todavia, aos apresentadores dos usuais *daytime talk shows,* pela natureza profundamente emocional desses programas, exige-se normalmente algo muito mais desgastante do que a mera simpatia: uma profunda

empatia pelos distintos sentimentos que são partilhados e pelas várias emoções que são demonstradas. E, dessa forma, os apresentadores são incitados a rir com os que riem e a chorar com os que choram. Porém, muitas vezes, a diferença entre um convidado que chora intensamente e um que ri abertamente é de apenas alguns segundos, o que faz com que o apresentador tenha de se adaptar emocionalmente de forma muito célere e até violenta.

Entende-se, na presente reflexão, que sejam pelos menos quatro os aspetos que um apresentador de um usual *daytime talk show* tem de enfrentar regularmente nas suas habituais entrevistas de retórica emocional: (1) entrar no campo afetivo do convidado, o que significa, desde muito cedo, fazer com que esse se sinta razoavelmente confortável com tudo o que o rodeia, (2) continuar a narrar de forma simples a possível complexidade de alguns relatos, tendo permanentemente em mente o público-alvo do programa, o que muitas vezes significa, em alguns momentos, sobrepor a sua linguagem à linguagem convidado, (3) entrar na emoção positiva ou negativa que está a ser partilhada e participar intensamente nela sem reservas, e (4) no final do relato, apresentar soluções para os problemas do convidado ou partilhar lições para a vida dos telespetadores.

Os *daytime talk shows* aparentam, também, com o tempo, ter vindo a ficar mais reféns que os outros programas televisivos das personalidades que lhes dão rosto. Os telespetadores parecem, então, apegar-se não tanto aos programas, mas mais às pessoas que os apresentam. Mas que tipo de pessoas em particular interessam aos programas televisivos de *daytime*?

O *daytime* televisivo atrai pessoas que, tendo em conta certos aspetos, podem realmente ser consideradas carenciadas. Nesse sentido, criar empatia com tais telespetadores passa, também, por espelhar cada uma das suas mais ou menos conhecidas fragilidades (sejam essas monetárias, emocionais ou de outro tipo). Então, como refletir essas particularidades se, em momento algum na sua vida, o profissional em questão as viveu ou conviveu muito de perto com elas? Torna-se, sem dúvida, muito difícil, e, quiçá, na sua plenitude, até mesmo impossível. Aparenta ser exatamente por esse motivo que o percurso de vida dos profissionais de *daytime* tem sido um aspeto muito apreciado pelo público.

Os *daytime talk shows,* e, em especial, os que preenchem a televisão portuguesa em sinal aberto, parecem poder ser, simbolicamente, comparados a uma panela com bastantes ingredientes, onde inúmeras e variadas temáticas, com uma boa dose de picante e uma pitada de sal, fervilham emocionalmente durante duas ou mais horas do período da manhã ou do período da tarde. E, então, os apresentadores, tendo como base essa analogia, não podem ser comparados com os cozinheiros – um termo que talvez se aplique melhor aos realizadores – mas com o próprio fogo, que é capaz de manter viva a intensa e eletrizante fervura emocional desses programas. Assim, mais do que apenas

continuar a manter aquecidos esses alimentos, os necessariamente empáticos apresentadores dos *daytime talk shows* têm também de, paradoxalmente, serem uma parte integrante desse cozinhado. De facto, como convém não esquecer, eles também são um ingrediente crucial dessa muito especial "iguaria" – que aparenta ser cada vez mais cara e valorizada no ambiente mediático.

4.1.8. O uso, desde há muito, de gratificações bastante especiais: as emoções

Da mesma forma que cada peixe exige uma isca diferente, e é, pelo seu próprio desejo, enlaçado, cada telespetador, da mesma forma, pode também, pelos seus próprios interesses, numa determinada hora, ser como que apanhado pelos programas de televisão. Referimo-nos a uma isca que varia, como qualquer outra, consoante o espaço temporal e físico. E ainda que sejam obviamente distintos os interesses das audiências, a verdade é que numa determinada hora e local, fruto de um conjunto de aspetos do âmbito social e não só, esses podem até certo ponto ser parecidos. No final da primeira metade do século XX, nos EUA, por exemplo, segundo a investigadora em comunicação Herta Herzog (1944), eram muitas as mulheres que diariamente se banqueteavam com os programas de *daytime*, na rádio [265] Mas a grande questão é: com o quê, especificamente? Analisemos o que, à data, a autora referiu:

> Um estudo preliminar [acerca do *daytime*, na rádio, intitulado "On Borrowed Experience", em 1941], baseado em 100 entrevistas em profundidade, sugere (...) [que] algumas ouvintes parecem gostar dos programas simplesmente como um meio de libertação emocional. Elas gostam "da oportunidade de chorar" que os programas proporcionam; elas gostam "das surpresas, felizes ou tristes". (...). Sobrecarregadas com seus próprios problemas, as ouvintes afirmam [ainda] que "se sentem melhor ao perceberem que outras pessoas também têm problemas". (Herzog, 1944, pp. 23-24)[266]

O que então, para muitos, não passavam de histórias fúteis e sem sentido, na prática, para quem assistia realmente a esses programas, era algo significativo e até consolador. Denis McQuail (2003, p. 393), ao comentar essa mesma investigação, referiu "que as novelas da rádio no período diurno (...) forneciam [às mulheres] uma fonte de conselhos e de apoio, (...) uma ocasião de libertação emocional através de risos e lágrimas". Tal aspeto mostra-nos, entre inúmeras outras coisas possíveis,

[265] Estas são as palavras elucidativas que introduzem o estudo referido: "THIS is the day of mass audiences. And commanding one of the largest of these is the radio daytime serial. At least twenty million women in this country keep a regular rendezvous with these serials. Small wonder, then, that this type of program has been the occasion for heated, though not always illuminating, discussion. If only because such a large sector of our population is devoted to the daytime serial, it receives and requires detailed study" (Herzog, 1944, p. 3).

[266] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

uma realmente fundamental: que é já há muito tempo que a indústria que produz os programas de *daytime* conhece a isca mais apropriada para colocar nos programas de *daytime:* as emoções. Assim, para esses produtores, principalmente nas entidades privadas, não se trata de ser algo mais ou menos útil para a sociedade, mas, sim, essencialmente, de ser algo que vende, ou melhor, que continua a vender. Analisemos agora essa realidade em anos mais recentes e no contexto televisivo em particular.

Na investigação de Alan Rubin, Paul Haridakis e Keren Eyal (2003), intitulada *Viewer aggression and attraction to television talk shows,* os autores centraram a sua análise em alguns dos programas televisivos de *daytime,* nos EUA. Nesse estudo em particular, fica do mesmo modo evidente o importante papel das emoções nos dois principais programas preferidos pelos telespetadores.[267] A investigação refere, por exemplo, que os telespetadores que assistiram ao programa *Jerry Springer* gostaram de ver os convidados a ficar "furiosos, envergonhados ou humilhados, escandalizados ou agitados, e magoados ou em sofrimento"[268]. E, ainda que por razões distintas, mas com uma retórica igualmente emocional, o mesmo estudo mostrou que os telespetadores de *The Oprah Winfrey Show* parecem ter desenvolvido uma espécie de "relação"[269] com a apresentadora do programa (pp. 352, 353)[270]. Fica então evidente que as emoções – ainda que possam ser evidentemente de diferentes tipos – aparentam em anos mais recentes continuar a ser o ingrediente mais precioso dos programas do *daytime*.

Mas será que, em Portugal, nos nossos dias, tendo em consideração os principais *daytime talk shows* da televisão generalista em sinal aberto, a realidade é assim tão distinta daquela que acima foi apresentada? De maneira nenhuma. Cristina Ferreira, a avaliar pelas audiências televisivas, mas não só, um pouco ao jeito de Oprah Winfrey, parece ter cultivado – e continuar empenhada em cultivar – um relacionamento afetivo com milhões telespetadores, alimentando-os sobretudo com emoções positivas. Todos os outros programas e apresentadores do período de *daytime*, ainda que numa escala menor, e

---

[267] No estudo, no que diz respeito à preferência dos telespetadores por esses programas de *daytime*, pode ler-se o seguinte: "All television-viewing data were gathered during the second session each semester. We initially asked participants to identify, from a list of eight programs and an "other" category, the daytime television talk *program* they preferred to watch most often. The programs that participants preferred were *Jerry Springer* (47.6%), *The Oprah Winfrey Show* (24.6%), *Montel* (6.5%), *Jenny Jones* (5.9%), *Sally Jesse Raphael* (3.1%), *Ricki Lake* (1.4%), *Maury* (0.3%), *and other* (10.5%). We selected these eight shows because they were daytime talk, rather than hybrid talk–variety, programs; had been on the air a reasonable length of time; had received high Nielsen ratings (Greenberg et al., 1997); and were popular among college students. *Jerry Springer* and *The Oprah Winfrey Show* were clearly the most preferred talk shows, combined accounting for more than 72% of all responses. We used this measure to compare differences among viewers with different preferred talk shows that had received at least 5% of the mentions (remaining responses were categorized as "other")" (Rubin *et al.*, 2003, pp. 343, 344).

[268] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

[269] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

[270] Pode ler-se, a esse respeito, na íntegra, o seguinte: "The most significant and substantial distinction revealed was between persons who preferred *Jerry Springer* and those who preferred *The Oprah Winfrey Show.* Although not classified as being significantly more angry or aggressive, *Jerry Springer* fans displayed characteristics similar to those of the individuals who were highly aggressive in the sample. In particular, they enjoyed watching guests on the program be angry, embarrassed or humiliated, shocked or aroused, and hurt or pained. Consistent with this expression of emotions, *Jerry Springer* fans also enjoyed watching voyeuristic topics such as those about sex, affairs, and secrets, and they had somewhat more negative attitudes toward women. They were motivated to watch to be amused and excited or aroused. In contrast to the *Jerry Springer* viewers were *The Oprah Winfrey Show* fans. These participants were more often women who were interested in topics about people, celebrities, and the like. They had watched the program for a longer period, developed a parasocial relationship with the host, and were motivated to watch to seek information, which they perceived to be realistic." (Rubin *et al.*, 2003, pp. 352, 353).

muitas vezes explorando um leque muito diversificado de emoções, mostram-se igualmente empenhados nesse sentido. O único programa que parece continuar a resistir a esse registo tão emocional é o *talk show* das manhãs da RTP1, a *Praça da Alegria*, com Jorge Gabriel e Sónia Araújo.

Concluímos então que, no *daytime* televisivo, de uma forma geral, mas em particular hoje com os *daytime talk shows*, não são as dicas de culinária, os conselhos de saúde ou as conversas sobre relacionamentos que envolvem as emoções, mas sim as emoções que envolvem as muitas e diversificadas temáticas abordadas. É no meio dessa enxurrada emocional maior que um conjunto variadíssimo de gratificações menores são permanentemente diluídas. O isco é, mais do que qualquer outra coisa, as emoções – sejam essas positivas ou negativas, apenas para observar ou também para espicaçar o telespetador. Mas serão todas essas soluções de produção úteis para os telespetadores? O que dizer também da responsabilidade pública que é incutida a todos nesses programas? E em que medida é que exemplos muito negativos do passado podem ser hoje uma lição importante para delimitar algumas dessas soluções? Reflitamos então de forma sucinta sobre essas questões no tópico que se segue.

4.1.9. Serão "válidas" todas as receitas? A dramática lição de *The Jenny Jones Show*

Como já referido, dar espaço à imprevisibilidade é uma das soluções mais exploradas nos *daytime talk shows*, o que faz com que a inesperada reação emocional de uns no estúdio seja o "manjar" de outros em suas próprias casas. Surpresas boas e más, que fazem chorar de alegria ou gritar de raiva existem, e são várias vezes promovidas. Além disso, muitas são também as pessoas anónimas do grande público que, talvez em busca de algum mediatismo ou reconhecimento, se submetem voluntariamente a essas dinâmicas. Assim, é comum ver nesses programas a existência de micro-concursos, em que, por exemplo, uns têm de responder a caricatas questões acerca da sua intimidade ou preferência sexual, enquanto outros devem assumir um compromisso romântico com alguém que não conhecem ou que acabam de conhecer. E é ainda possível observar também, em alguns programas, uma imensa exploração das fragilidades de certas pessoas, em nome de uma maior intensidade emocional. Mas a importante questão que se levanta é: serão válidas todas essas receitas?

Tenhamos em mente, entre outros exemplos, o famoso e dramático caso de Jonathan Schmitz, nos EUA, que, por se sentir tão humilhado e ridicularizado numa rubrica acerca de admiradores secretos, no programa *The Jenny Jones Show,* acabou depois por assassinar Scott Amedure – aquele que era o seu admirador secreto. Jonathan Schmitz ficou profundamente furioso e descontrolado quando descobriu que o seu admirador era um homem e não uma mulher, como então imaginava e esperava. Obviamente, Jonathan Schmitz foi condenado por assassinato, mas também o programa foi

considerado negligente e obrigado a pagar à família da vítima 25 milhões de dólares americanos (Hixson, 2000). Ainda que este seja claramente um caso extremo, é ainda assim revelador da natureza inconsciente de algumas soluções televisivas no *daytime.*

É notório que, de uma forma geral, existe uma incansável busca por receitas baratas e rápidas que contenham uma intensa dose de variadas emoções. Por isso, são recorrentes os assuntos relacionados com crimes sexuais, escolhas conjugais, decisões pessoais, etc. Por causa dessas e de outras temáticas semelhantes e igualmente controversas, muitos são aqueles que criticam o conteúdo disponibilizado, e em particular a sua existência abundante durante o período da manhã e da tarde, "quando as crianças têm maior acesso à televisão"[271] (Greenberg *et al.*, 1997, p. 413). Na verdade, esse parece ser um assunto de real preocupação também no caso em específico de Portugal, pois, no período em questão, as alternativas televisivas de retórica infantil em sinal aberto são, em alguns momentos, inexistentes.

Ainda que todas as soluções televisivas do *daytime* sejam "comestíveis", nem todas são úteis ao telespetador. E, embora todas elas pareçam hoje permitidas, nem todas edificam a sociedade. Espera-se que as lições contidas no dramático caso de Jonathan Schmitz sejam um aviso atempado para o *daytime* televisivo em Portugal – o qual, em alguns aspetos, se assemelha ao dos EUA, há alguns anos atrás.

4.1.10. Levantemos a ponta do véu: um universo para lá da "conversa fiada"

Depois de ultrapassadas algumas preocupações iniciais por parte da indústria – entre as quais, por exemplo, relativa ao uso correto do televisor por parte das mulheres (Stole, 2003, p. 69) – um sem-número de conteúdo muito específico começou a ser frequentemente apresentado nos programas televisivos de *daytime*. O objetivo inicial era que esses programas, ao invés de perturbarem o normal desenrolar da vida doméstica, pudessem ser encarados como um elemento extra, que beneficiasse essa mesma lida e os muitos afazeres das mulheres. Uma estratégia que, de uma forma geral, se manteve muito semelhante até aos nossos dias, ultrapassando não apenas gerações, mas também fronteiras.

E foi também há cerca de 70 anos que uma análise focada no *daytime* televisivo concluiu que se os seus telespetadores, as mulheres em particular, gostassem de um programa em específico, encontrariam, no meio das suas inúmeras tarefas, tempo disponível para ver esse programa. Porém, se não gostassem, não assistiriam "mesmo que tivessem tempo suficiente para fazê-lo"[272] (Stole, 2003, p. 70). Sem dúvida que a vontade, mais do que, muitas vezes, qualquer outra coisa, é o motor que leva à observação televisiva. Porém,

[271] A tradução foi realizada pelo autor da tese.
[272] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

aquilo que aqui queremos destacar, e que, como vimos, desde há muito que ficou claro na indústria do *daytime*, é que esses programas não apenas são capazes de se adaptar a uma já existente e ampla rotina, mas também de, dentro dessa, criarem novas dinâmicas – algo que, ainda assim, só acontece com os programas que despertam realmente a atenção do telespetador.

Se ao público cabe a tarefa da vontade (que deriva do latim *voluntas*, e que está associado ao voluntarismo, isto é, àquele que se voluntaria), então, à programação televisiva cabe uma muito mais complexa empreitada, a de incitar à vontade, ou, em outras palavras, de incitar o público a tornar-se um voluntário naquela que é a sua missão: gerar lucro. Paradoxal, porém, realista. Mas o que move esse público em específico, nesse período em particular, a voluntariar-se para oferecer uma audiência gratuita à televisão? Como já referido é, maioritariamente, o entretenimento, ou seja, o "massajar" constante das suas muitas e variadas emoções.

Porém, é através desse conteúdo, o qual, numa análise superficial, parece apenas focado em assuntos, na sua maioria, sem grande interesse social, político ou económico que, na verdade, opiniões e decisões sobre questões fundamentais podem germinar. De facto, aquilo que é dito por meio desses programas, ou pelos seus principais intervenientes, a respeito seja do que for, positivo ou negativo, direto ou indireto, tem uma real influência e impacto na vida das audiências. Influência essa que não é mais possível subestimar depois de Oprah Winfrey, a famosa apresentadora norte-americana de *daytime,* a qual aparece associada a áreas tão distintas e amplas como, por exemplo, segundo Robin Nabi e Alexandra Hendriks (2003, p. 527), *em The persuasive effect of host and audience reaction shots in television talk shows*, a venda livros e o consumo de carne bovina.[273]

Na já referida investigação de Patrick Rössler e Hans-Bernd Brosius (2001), intitulada *Do talk shows cultivate adolescents' views of the world? A prolonged-exposure experiment,* os autores acreditam que "quanto mais os espetadores são expostos a um certo tipo de material televisivo, mais forte é essa a influência sobre as suas perceções e crenças"[274] (p. 159). Fica, então, também neste caso em particular, evidente o efeito "humano-esponja". E, tendo como base a investigação de Carroll Glynn, Michael Huge, Jason Reineke, Bruce Hardy e James Shanahan (2007), intitulada *When Oprah intervenes: political correlates of daytime talk show viewing,* é possível referir que "na mesma medida em que a popularidade do formato *daytime talk show* continuar, o impacto desses programas na opinião pública também continuará"[275] (p. 242).

[273] Segundo Robin Nabi e Alexandra Hendriks (2003, p. 527) "For example, Oprah Winfrey's book club has been credited with increased sales of featured books as evidenced by the *New York Times* best seller list. Similarly, the beef industry filed suit against Winfrey on the assumption that her show segment on mad cow disease, and her statement about not eating beef, in particular, encouraged viewers to stop purchasing beef."

[274] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

[275] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

4.1.11. O que fazem os membros da classe política nesses programas?

> O poder sempre precisou de *teatralidade*, mas é preciso acrescentar que não se reduz a esta. Tal como a democracia precisa de visibilidade, mas não se reduz a esta. O poder, pelo menos o que se baseia no apoio popular, necessita de aparecer regularmente na cena pública para confortar a sua legitimidade. (Charaudeau & Ghiglione, 2000, p. 191)

Nos *daytime talk shows*, e tendo em mente também a realidade portuguesa, principalmente nos programas da manhã, estão muitas vezes presentes, de forma mais descontraída do que o habitual, alguns representantes de instituições políticas e socias que dependem, para o exercício das suas funções, do aval de um grupo limitado de pessoas ou mesmo da população no geral. Esta realidade não é, de todo, nova nos programas de televisão, muito pelo contrário.

Tendo como base Michael Parkin (2014), em *Talk show campaigns: presidential candidates on daytime and late night television*, parece sensato referir que foi em 1992, ou seja, há cerca de três décadas, que Bill Clinton assinalou uma significativa mudança nas campanhas presidenciais Americanas. Em 3 de junho desse ano, Bill Clinton abriu o programa *The Arsenio Hall Show* a tocar saxofone, com uma gravata colorida e óculos de sol. Mas depois da sua atuação e de uma breve e leve conversa sobre outros assuntos, "a conversa rapidamente se inclinou para questões mais substanciais"[276] (p. 1). O foco estava lá, e Clinton começou, passado não muito tempo, no meio de um programa de entretenimento, a fazer política. E esse foi muito provavelmente o início de uma nova era, a qual não parece hoje ter um fim à vista.[277]

Por outro lado, de acordo com José Santana Pereira (2016), em *Política e entretenimento*, parece também sensato afirmar que estamos perante novas dinâmicas, as quais vão desde as celebridades que se tornam políticos, aos políticos que se tornam celebridades, dos EUA à Europa, e de Arnold Schwarzenegger a Nicolas Sarkozy. O autor refere ainda, a esse respeito, o seguinte: "quando falamos de celebrização da política, falamos de políticos enquanto celebridades, e, implicitamente, de cidadãos enquanto fãs ou seguidores" (p. 81).

Mas o que fazem afinal os membros da classe política nos *daytime talk shows*? De uma forma geral, apresentam-se ao público como "pessoas comuns" – com os mesmos desafios, aventuras e feitos que qualquer um dos telespetadores. Porém, é possível que, ainda que não todos, alguns,

[276] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

[277] Sintomas dessa "humanização" haviam já sido sentidos em anos anteriores. Matthew Baum (2005, p. 213), em *Talking the vote: why presidential candidates hit the talk show circuit*, referiu, a esse respeito, o seguinte: "During the 1960 presidential campaign, Richard Nixon sought to "humanize" himself by playing piano on *The Tonight Show*".

"encandeados" com as pessoas que veem ou ouvem, podem muito bem esquecer as ideias que, naquele preciso momento, mas não só, esses indivíduos representam. Para uns, isso é um real motivo de preocupação. Para outros, nem tanto. No entanto, independentemente disso, uma coisa parece a todos clara: os *daytime talk shows* são cada vez mais um palco político.

4.1.12. O (in)explicável fenómeno de Oprah Winfrey e de *The Oprah Winfrey Show*

O programa de Oprah Winfrey*, The Oprah Winfrey Show,* foi, sem dúvida, a vários níveis, até hoje, o *daytime talk show* com mais sucesso nos EUA e, muito provavelmente, em todo o mundo. A sua versão original esteve ativa de setembro de 1986 a maio de 2011 e costumava ir par o ar no período da tarde (numa estação local de South Texas, por exemplo, era às 16 horas)[278]. Como outros *daytime talk shows*, o de Oprah Winfrey visava "entreter, informar e estimular a comunicação sobre questões difíceis"[279] (Squire, 1994, p. 64). Porém, apesar dos muitos pontos em comum, o programa foi distinto de outros em vários aspetos. Na verdade, por exemplo, foi capaz de despoletar movimentos sociais, ou influenciar a compra massiva de alguns produtos.

Os convidados, celebridades ou não, sentados confortavelmente num sofá, como se estivessem na casa de Oprah longe das câmaras, em conversa, partilharam com ela – e com o resto do público – os seus muitos feitos e sonhos. Além disso, com o tempo, fizeram desse espaço o local escolhido para confessarem as suas falhas, partilharem os seus medos e revelarem alguns dos seus segredos. Enquanto isso, cabia a Oprah ouvir, reconfortar e aconselhar. Passaram pelas "mãos" de Oprah Winfrey celebridades como, por exemplo, Michael Jackson, Barack Obama, Leonardo DiCaprio, entre outros. Mas também estiveram presentes muitos outros tipos de pessoas, como, por exemplo, um grupo de neonazis, que não se inibiu de partilhar o seu ódio racial em público (o objetivo da apresentadora foi, evidentemente, expor a tolice deles e não enaltecer qualquer tipo de filosofia racista).[280] E de entre as muito controversas e acaloradas discussões até aos amenos diálogos construiu-se não apenas um programa que se tornou um sucesso em audiências, mas, também, com o tempo, uma personagem mediática, que se tornou um colosso na opinião pública, a própria apresentadora, Oprah Winfrey.

Janice Peck (2010), em *The secret of her success: Oprah Winfrey and the seductions of self-transformation,* referiu que "[Oprah] Winfrey construiu [a partir do *daytime* televisivo] um império mediático

[278] Fonte (acedido a 21/04/20): https://edition.cnn.com/2019/03/18/entertainment/oprah/index.html
[279] A tradução foi realizada pelo autor da tese.
[280] Fonte (21/04/20): https://en.newsner.com/news/in-1988-these-neo-nazis-disgraced-themselves-on-tv-now-watch-when-they-return-23-years-later/

que se tornou quase uma religião" (p. 11)[281]. Uma espécie de culto contínuo que leva a que, de tempos em tempos, muitos a associem até mesmo à presidência dos EUA.[282] O chamado *Efeito Oprah*, que claramente nasceu com a popularidade do seu programa, mas que, com o tempo, ultrapassou-o largamente, rompeu com um sem-número de barreiras culturais, etárias, linguísticas, tecnológicas, etc. E ainda que muitos tendam a afirmar que o seu sucesso se deve ao seu jeito "singular", é óbvio que vai muito para além disso. Oprah – como tantas outras figuras televisivas – é o resultado de algo, ou seja, é um produto económico, social, cultural, histórico, político e mediático que, depois de muitos outros experimentados, sobreviveu, cresceu e floresceu. Assim, Oprah destacou-se por ser, dentro das soluções disponíveis, quem melhor foi capaz de espelhar os dilemas daqueles que a observavam.

Oprah Winfrey e o seu programa não só foram capazes de espelhar uma série de problemas comuns aos demais programas, como conseguiram, mais do que isso, mais do que simplesmente refleti-los, torná-los um motivo de beleza, de orgulho, de ajuntamento, de culto, de aliança, etc. Mais do que um mero espelho de uma realidade singular, *The Oprah Winfrey Show* tornou-se o reflexo coletivo de um desejo, de uma revolta, de uma voz, de um sonho – sim, do velho e famoso *American Dream*. Parece ter-se tornado a voz – ou melhor, o gemido – de uma democracia que chorava – e ainda chora – pelo próprio sonho democrático. O programa funcionava em contragolpe, pois ao mesmo tempo que através de uns espelhava as misérias de todos, tendia também a assegurar que a culpa não era de ninguém em particular, mas do sistema que os envolvia. O "sistema" era normalmente visto como o maior bode expiatório, onde todos, sem exceção, eram incitados a descarregar as suas mágoas.

Oprah Winfrey, com o tempo, à medida que os anos passavam e o público a conhecia melhor, parece ter-se tornado, para muitos dos seus fãs, não apenas um tipo de meio, de caminho para cura, mas uma espécie de "ser especial", que assegurava ter conhecido muita da dor e da mágoa humana, e que, então, por isso, obviamente, era capaz de compreender o sofrimento dos seus muitos convidados e telespetadores. Eva Illouz (2003), em *Oprah Winfrey and the glamour of misery: an essay on popular culture*, refere que o "sofrimento é um elemento intrínseco da biografia de Oprah e de sua personalidade pública, assim como do seu programa" (p. 81)[283]. Este aspeto contribuiu para que muitas pessoas, além de verem os seus problemas refletidos em Oprah, criando com ela uma natural empatia, também, pela forma como ela dizia que os enfrentava, vissem um ensinamento, um objeto de admiração.

Por outro lado, tendo em conta que inúmeras e distintas são as entidades religiosas que

[281] A tradução foi realizada pelo autor da tese.
[282] Fonte (21/04/20): https://www.theguardian.com/film/2018/jan/07/oprah-winfrey-speech-lifetime-achievement-golden-globes e https://www.publico.pt/2018/02/16/culto/noticia/deus-ainda-nao-disse-a-oprah-se-deve-candidatarse-a-casa-branca-1803357
[283] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

afirmam ser cristãs nos EUA, o discurso de Oprah Winfrey aparentava também ser, em alguns aspetos, uma evocação, de forma direta ou indireta, às crenças desses milhões de pessoas. Na verdade, por vezes, apresentava-se até mesmo como uma pregadora, uma vez que não apenas referia o que entendia como certo, mas, também, sem pudor, o que entendia como errado. Oprah Winfrey apresentava-se, então, como um modelo para todos aqueles que a observavam e admiravam. Noutra perspetiva, pode ser, também, descrita como uma figura televisiva pós-moderna, pois na mesma medida em que continuava a evocar e a interpretar fragmentos de narrativas passadas, essas eram por vezes descontextualizadas e misturadas com aspetos muito mais modernos, no decorrer do programa. O que Oprah parece então ter feito, mais do que qualquer outra coisa, foi uma interpretação autêntica de uma parte circunscrita da sociedade num determinado período histórico.



Figura 8: Oprah Winfrey entre o choro e o riso. Picos emocionais faziam parte da "linguagem" visual do programa

---

Da esquerda para a direita. Fonte (acedido a 21/04/20): https://ew.com/gallery/oprahs-15-hall-fame-episodes/?slide=315269#315269 e https://www.today.com/slideshow/amp/tom-cruise-34825566

Ao longo dos anos, de uma forma geral, mas no seu programa em particular, Oprah Winfrey não tinha como propósito transmitir uma imagem de alguém permanentemente irrepreensível, mas, sim, de uma pessoa comum, com as mesmas – e, quiçá, até mais – batalhas pessoais de toda a gente. Em *The encyclopedia of daytime television,* Wesley Hyatt (1997, p. 328) mostra que a contínua luta para controlar o peso e o consumo de droga quando era mais jovem foram alguns dos aspetos que a famosa apresentadora norte-americana deu a conhecer aos seus telespetadores.[284] A partilha dos seus desafios pessoais foi, também, uma parte crucial na construção do seu sucesso, pois fez com que o seu público sentisse por ela uma ainda mais profunda empatia.

Quando se fala do uso das gratificações para a fidelização dos telespetadores a um determinado

[284] Wesley Hyatt (1997, p. 328), em *The encyclopedia of daytime television*, a esse respeito, refere o seguinte: "Oprah did not shy away from sharing her own personal battles, from her ongoing struggle to control her weight (weighing in at one point at 220 pounds, she appeared to have it under control by 1999) to her tearful admission on a show taped January 13, 1995 that she had used crack cocaine in her twenties."

programa, pode obviamente falar-se, também, da capacidade desse programa para espelhar – isto é, mostrar entender – aqueles que o observam. E essa aparenta ter sido uma das maiores gratificações que a apresentadora Oprah Winfrey foi capaz de oferecer ao seu público. De facto, ela mostrou ser um espelho, um espelho onde todos telespetadores podiam rir do seu ridículo e chorar da sua miséria, mas estando juntos, sem que fossem por isso censurados. Tratava-se, assim, não apenas de um comum espelhar televisivo, mas, mais do que isso, de um dignificar constante de todo e qualquer reflexo, independentemente de qual fosse.



Figura 9: Barack Obama, o 44.º presidente dos Estados Unidos, e Michelle Obama, a sua esposa, em *The Oprah Winfrey Show*

- - - - -

Fonte (acedido a 21/04/20): https://nit.pt/coolt/09-07-2016-the-oprah-winfrey-show-em-30-numeros/attachment/5909

O que dizer, por exemplo, para finalizar, do *Efeito Oprah* na campanha de Barack Obama, o 44.º presidente dos Estados Unidos? Embora essa seja uma questão que, se fosse aprofundada, despoletaria muitas outras, as quais não caberiam certamente nesta circunscrita reflexão, não há dúvidas que o seu apoio teve, a vários níveis, uma enorme influência.[285]

Assim, de que o muitas vezes intitulado *Efeito Oprah* seja algo real, não parece haver hoje muitas dúvidas. E dúvidas não parecem também existir de que a sua influência continua ainda na atualidade a fazer-se sentir em milhões de pessoas, mesmo depois de findado o seu programa.

Mas como conseguiu Oprah Winfrey tal feito? Certamente por, entre outros aspetos, além de ter espelhado os muitos "males" do mundo, ter mostrado orgulhosamente fazer também parte deles. E, recordemos, fê-lo em televisão, no *daytime*. Numa televisão que, para a sua própria sobrevivência económica, parece, nos nossos dias, cada vez mais determinada – ou até sentenciada – a ser um espelho fechado em si próprio e não mais uma janela aberta para o mundo. Referimo-nos então a uma televisão que precisa de refletir o mundo que a observa, mais do que mostrar outros mundos ao mundo que a observa.

[285] Fonte (acedido a 27/04/20): https://archive.nytimes.com/query.nytimes.com/gst/fullpage-9B01EEDE1430F932A2575AC0A9619C8B63.html

4.1.13. O *daytime television:* não o subestimar é um passo importante, mas é só o primeiro

Os *daytime talk shows* são, e não apenas em Portugal, pelo horário em que se inserem, o público atípico que atraem, o conteúdo que exploram e a realidade que os envolvem, muito mais do que simples *talk shows*. Existe muita conversa sem um objetivo concreto, é certo, mas também é certo que diluído nela, um sem-número de outros ingredientes, de forma direta ou indireta, podem realmente chegar ao público, germinar, florescer e dar fruto. Um fruto que pode ser – e é – para muitos, vantajoso. Referimo-nos então à existência de um vasto universo de aspetos para lá da mera "conversa fiada", com efeito prático na vida dos telespetadores.

Muita informação pertinente é sem dúvida oferecida aos telespetadores nesses muitos e variados programas de *daytime*, como, por exemplo, datas de eventos, dicas para tarefas domésticas, partilha e discussão de pontos de vista sobre questões de saúde, notícias sobre a atualidade, etc. E ainda que muito desse conteúdo, dependendo do período do dia, possa a muitos pareceres afogar-se em riso ou em choro, isso, por si só, não o descredibiliza. Mas mesmo que o telespetador, ao vê-los, apenas risse ou chorasse, ainda assim, poderia também ser, para esses, positivo, pois são vários os benefícios terapêuticos do riso e do choro. A utilidade de muito do conteúdo partilhado nesses distintos programas parece ser, nos nossos dias, e em particular na realidade portuguesa, um facto incontestável.

Ainda, a considerar, é o facto de que, à medida que o tempo passa, cada vez mais líderes e instituições querem marcar a sua presença nesses programas. E, ainda que, em teoria, muitas vezes, continuem a rejeitar essa abordagem e a criticar a presença uns dos outros nesses programas, na prática, sobretudo em momentos críticos, não hesitam em estar presentes. Curiosamente, ou não, também não são os programas que se adaptam a eles e, por consequência, à sua comum abordagem, mas é o inverso que acontece. Desse modo, líderes ou representantes institucionais, como que transformados, falam das suas aventuras românticas, cozinham, tocam um instrumento, riem e, até mesmo, choram. E, muitas vezes, só depois de fazerem tudo isso – ou, por vezes, diluído nessas mesmas tarefas – é que falam sobre as temáticas pelas quais o público, no geral, os identifica. Sem dúvida que esses e muitos outros aspetos fazem desta realidade uma realidade que merece atenção e reflexão.

Neil Postman (2006, p. 87) referiu que "o problema não é o da televisão apresentar-nos matéria de entretenimento, mas que toda a matéria seja apresentada como divertimento, o que é uma questão completamente distinta"[286]. Assim, vulgarizar, entre riso e o choro, questões realmente importantes, como se um filme de ficção se tratasse, pode ser o primeiro passo para retirar o telespetador da

[286] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

própria realidade que o envolve, com dano para ele próprio. E, não havendo legislação nesse sentido, que possa ser usada para delimitar algumas ações por parte dos programas, resta-nos continuar a pedir bom senso aos produtores televisivos.

Em alguns casos, o que para alguns seres vivos é considerado lixo, para outros pode ser visto como um alimento nutritivo e saudável. Não se trata, nesses casos, obviamente, de uma mera questão semântica, mas, sim, de algo que também está intimamente associado à construção (nesse caso, biológica) de um ser. De igual forma, o que para muitos não é senão lixo televisivo, para outros pode ser legitimamente considerado "alimento". O oposto evidentemente também acontece, dependendo de inúmeros fatores associados à construção (e agora sim, social) do telespetador. Dessa forma, se o alimento de uns merece ser analisado sem qualquer preconceito, porque não o de todos? E foi com esse compromisso bem em mente que se procurou analisar, de forma direta e indireta, neste estudo, o *daytime television*. Pede-se então à Academia que não seja preconceituosa e que analise de igual forma o "alimento" de todos.

Sem dúvida alguma que o *daytime television* é muito mais do que um período de tempo televisivo recheado de programas de orçamento baixo e conversas sobre questões populares. Trata-se de um período televisivo que, por exemplo, no caso específico de Portugal, nas mais variadas áreas, carece bastante de investigação científica. Assim, não o subestimar, considerando–o um período menor, a vários níveis, como se tem vindo a fazer ao longo de tantos anos, é um passo importante, mas é apenas o primeiro de muitos, muitos outros passos.

4.2. Os principais "programas da manhã" na televisão portuguesa (de 1985 a 2019)

[O Zip-Zip, em 1969, foi] o primeiro programa com público a assistir e a participar [ou seja, o primeiro talk show, em Portugal].[287]

Vasco Hogan Teves, em 2007
RTP: 50 anos de história[288]

Foi na RTP-Porto que em 1985 foi produzido e transmitido o primeiro Talk-show day-time nas manhãs da televisão portuguesa com o nome [Espaço] "12/13".

Adriano Nazareth, em 2016
Os programas de entretenimento em fluxo na televisão generalista em Portugal[289]

Os programas da manhã aparentam hoje ter um papel muito significativo naquele que é o "ancorar", desde bem cedo no dia, do telespetador a um respetivo canal, e, por isso, contrariamente a anos anteriores, parecem agora fazer parte das principais estratégias das estações televisivas. Ao mesmo nível, e muito diferente também do que acontecia outrora, aquilo que é dito pelos principais intervenientes ou por alguns dos seus convidados mostra ter um imenso impacto mediático. No entanto, na mesma medida em que a importância desses programas parece aumentar, o encargo monetário dos respetivos canais também, quer pelas quantias que regularmente se oferecem em prémios, que pode ser de milhares de euros diários, quer pelos vencimentos auferidos pelos apresentadores e pela restante equipa, que pode chegar a várias dezenas de milhares de euros mensais.

É também muito interessante notar que, desde há muito, o que, de uma forma geral, caracteriza esses programas, quer sejam oriundos do serviço público quer do privado, é uma permanente e resistente tentativa de fazer desse período um período de vivacidade e de jovialidade. Assim, ainda que o conteúdo melancólico exista, em determinadas ocasiões, sobretudo para intermediar alguns picos de euforia, o objetivo, de uma

[287] Conforme refere Vasco Hogan Teves (2007b, p. 10), na nota de rodapé número 19, sintomas de mudança haviam já ocorrido anteriormente.
[288] Vasco Hogan Teves (2007b, p. 10).
[289] Adriano Nazareth (2016, p. 142).

forma geral, parece ser que a sua identidade permaneça o mais distante possível desse traço melancólico.

Na consideração que se segue, primariamente, o objetivo foi o de analisar os termos "manhã" e "*talk show*", expressões normalmente associadas aos programas da primeira parte do *daytime* televisivo em contexto nacional. De seguida, o propósito foi o de examinar, no contexto internacional e nacional, os primeiros passos que foram dados nesse sentido, com a criação do *talk show* e do *daytime talk show.* Por fim, por ordem cronológica, a intenção foi a de examinar os muitos programas que nas últimas décadas preencheram as manhãs da televisão portuguesa, assim como mencionar quem foram os seus principais intervenientes e algumas das suas mais notáveis características.

Importa ainda referir que os tópicos que se seguem foram, em grande parte, construídos durante o ano de 2019, o que significa que a "atualidade" referida corresponde, também, em grande parte, a esse período.

4.2.1. O alargado conceito de "manhã" e o atual uso do termo *"talk show"*

Em sintonia com inúmeros outros dicionários, no *Dicionário Priberam da Língua Portuguesa*, o termo "manhã" é descrito como o "período de tempo entre o amanhecer e o meio-dia"[290]. A palavra está associada a conceitos compreendidos normalmente como positivos, tais como "luz", "verdade", "alegria", "jovialidade", etc.

O período da manhã, em Portugal, de uma forma geral, é entendido como o intervalo de tempo entre as 6 horas (o amanhecer) e as 12 horas (o meio-dia). Porém, tendo em conta a paisagem televisiva, e em particular os programas que ocupam a primeira parte do *daytime*, esse termo é, por praticamente todos, aplicado a um período de tempo diferente, que corresponde ao intervalo entre as 10 e as 13 horas. Notemos alguns exemplos.

A RTP, por exemplo, descreve a *Praça da Alegria* (10-13h) como "o melhor entretenimento, nas manhãs da RTP1"[291]; o *website* SIC Gold retrata *O Programa da Cristina* como o "talk-show das manhãs"[292] da SIC; e a TVI apresenta o *Você na TV!* (10-13h) como o "programa das manhãs da TVI"[293]. Algo muito semelhante acontece também nos diversos meios noticiosos ao se referirem a esses programas: o jornal *ECO*, por exemplo, questionou "quanto valem as manhãs na TV portuguesa?"[294]; o jornal *Público* empregou a expressão "melhores resultados da manhã"[295], para

[290] Fonte (acedido a 29/04/20): https://dicionario.priberam.org/manh%C3%A3
[291] Fonte (acedido a 29/04/20): https://www.instagram.com/pracadaalegriartp/?hl=pt
[292] Fonte (acedido a 29/04/20): http://sicgold.blogspot.com/2019/03/talk-show-das-manhas-o-programa-da.html
[293] Fonte (acedido a 29/04/20): https://www.instagram.com/tvivocenatv/?hl=pt
[294] Fonte (acedido a 29/04/20): https://eco.sapo.pt/especiais/ha-uma-guerra-de-audiencias-mas-quem-ve-e-quanto-valem-as-manhas-na-tv-portuguesa/

aludir às boas audiências de um deles; e o *Diário de Notícias*, ao mencionar o novo programa da SIC, também utilizou a descrição "novo programa da manhã"[296]. Até mesmo o documento da GfK Portugal (2019a), utilizado para examinar as respetivas audiências desses programas, e em que a análise vai desde as 10 às 13 horas, foi intitulado de "Manhãs: canais".

Esses e muitos outros exemplos mostram como o conceito em análise, nesta realidade em particular, é diferente. Conceito peculiar esse que empregaremos também na presente investigação. Assim, a expressão "manhã(s)", referir-se-á, na maioria das vezes, como poderá ser notado, ao período televisivo entre as 10 e as 13 horas, em Portugal.

Os diversos "programas (da manhã)", que são hoje também descritos, por praticamente todos, nos mais variados meios, como *talk shows*, aquando do seu aparecimento, eram recorrentemente intitulados de "magazines (da manhã)"[297]. A esse respeito, no presente documento, e em sintonia com aquilo que acontece, por exemplo, na tese de doutoramento de Adriano Nazareth (2016), será dada preferência ao termo *talk show*.[298] Pois, ao contrário do que terá acontecido no passado, "magazine" trata-se hoje de uma palavra que aparenta estar em total desuso na televisão portuguesa.

4.2.2. Os primeiros passos (no geral): o *talk show* (em 1947) e o *daytime talk show* (em 1979)

Segundo Bernard Timberg (2002, p. 19), os anos entre o final da década de 1940 e o início da década de 1950 foram um período de incomum abertura por parte da televisão para experimentar e criar novos formatos.[299] Foram, porém, necessários mais de 30 anos entre aquele que, segundo Jay Parrent (2003, p. 44), foi o primeiro *talk show* em televisão, *Meet the Press,* iniciado em 1947 e apresentado originalmente por Martha Rountree[300] e aquele que, segundo David Hixson (2000, p. 668), foi o primeiro *daytime talk show* a alcançar reconhecimento, a partir de 1979, nos EUA, e apresentado por Phil Donahue[301].

---

[295] Fonte (acedido a 29/04/20): https://www.publico.pt/2019/03/01/sociedade/noticia/sic-bate-audiencias-tvi-cristina-ferreira-1863843

[296] Fonte (acedido a 29/04/20): https://www.dn.pt/lusa/interior/novo-programa-da-manha-da-sic-atinge-401-de-share-e-bate-recorde-desde-2002-10410004.html

[297] Apesar de não ter sido possível confirmar a informação que se segue, o termo "magazine" aparenta ter sido o escolhido para descrever os primeiros programas que, não sendo apenas de informação, não deixavam de abordar várias temáticas de caráter informativo. Não obstante, faziam-no num registo mais informal do que o habitual e diluído também em conteúdo de entretenimento. Ao nível de conteúdo, esses programas parecem aproximar-se daquilo que é muitas vezes hoje descrito como *infotainment*. Ao nível de género televisivo, parecem enquadrar-se naquilo que é atualmente descrito, de uma forma geral, como *talk show.*

[298] Pode-se, por exemplo, verificar que aquilo que, em certo momento, Adriano Nazareth (2016, p. 142) intitula de *"Talk-show day-time"* no corpo do texto foi – conforme é possível ver na nota de rodapé número 120, que tem como base uma citação direta do *Anuário RTP 1985, pág. 58* – descrito originalmente como sendo um "magazine".

[299] A esse respeito, em *Television Talk: a history of the TV talk show,* pode ler-se o seguinte: "The late 1940s and early 1950s were a time of unusual openness to experiment and the creation of new forms for television. In its early years television time was still relatively cheap" (Timberg, 2002, p. 19).

[300] A esse respeito, em *Dictionary of American History*, pode ler-se o seguinte: "The talk show has been an important programming format for television and radio since its earliest origins. On television, the earliest such program was *Meet the Press*, which first aired in 1947. The original host, Martha Rountree, was also the only woman in the program's history to moderate discussion as politicians and other public leaders made appearances. As television's ability to impact society grew, so did the need for expansions of the talk show format" (Parrent, 2003, p. 44).

[301] A esse respeito, no tópico "Daytime Talk Shows", em *St. James Encyclopedia of Popular Culture,* pode ler-se o seguinte: "The more common and

Nesse sentido, se o género *talk show* parece ter nascido com o propósito de dar a conhecer e apresentar diversas opiniões e proporcionar discussões acerca de importantes assuntos públicos e sociais, o subgénero *daytime talk show* aparenta então ter germinado com o objetivo de dar a conhecer não as opiniões das pessoas, mas sim as próprias pessoas – isto é, as suas tragédias, os seus feitos e as suas frustrações. Assim, se pertenceu a Phil Donahue "apresentar" ao mundo esse formato, coube a Oprah Winfrey, a partir de 8 de setembro de 1986, com o programa *The Oprah Winfrey Show,* "mostrar" como o explorar.

Trata-se de um caminho longo e demorado que, ainda que tenha sido "iniciado" nos EUA, se propagou depois, de forma gradual, um pouco por todo o mundo. Mas notemos agora esse mesmo trajeto no caso específico de Portugal.

4.2.3. O contexto nacional: a RTP (em 1958), o *talk show* (em 1969) e o *daytime talk show* (em 1985)

A data do início da RTP (Rádio e Televisão de Portugal) é um dilema. Uns dizem que foi em setembro de 1956, quando as emissões experimentais iniciaram, em Lisboa. Outros afirmam que foi a 7 março de 1957, quando essas emissões foram transmitidas numa boa parte do Porto e de Lisboa. Outros afirmam que foi em 1958, quando o sinal chegou também a diferentes locais. Mas existe ainda uma outra data, a da aprovação legal da RTP, em 1955 (Barreto, 2007). Assumir-se-á, porém, na presente reflexão, pelo motivo acima descrito, o ano de 1958. Contudo, independentemente da data do seu início, a verdade é que, entre a criação, a construção, as primeiras e as atuais emissões televisivas, um longo e vagaroso caminho foi traçado, e não apenas no plano tecnológico, como também legal, social, cultural, político e económico. E se as conquistas previamente feitas em contexto internacional influenciaram cada um dos muitos passos que foram dados na televisão portuguesa, é óbvio que o particular ambiente nacional também o fez, e muito.

O programa *Zip-Zip*, em 1969, foi o início de uma importante mudança no panorama da televisão, em Portugal, representando o primeiro *talk show* em contexto nacional. Contudo, tornou-se também marcante pelas temáticas que abordou, os convidados que entrevistou e o público que atraiu. O *Anuário RTP 1969,* a respeito do programa, refere o seguinte: "não era a primeira vez que se fazia aquilo entre nós; continuadamente, porém, nunca se tinha feito – as curvas de audiência medidas então, atingiram níveis

successful category of [daytime] talk shows is the issue-oriented talker. Hosts lead the discussion, but the guests' tales of personal tragedy, triumph, and nonconformity are at the center. Phil Donahue was the first, beginning in 1979, to achieve national prominence with this style of talk show" (Hixson, 2000, p. 668). Sintomas haviam já ocorrido anteriormente, porém, em menor escala.

jamais vistos" (p. 91). Transmitido às segundas-feiras à noite, da autoria de Raul Sonado, Carlos Cruz e Fialho Gouveia, e tendo Luís Andrade como realizador, o *Zip-Zip* durou apenas alguns meses, entre maio e dezembro do mesmo ano. No entanto, apesar de curto, foi, a vários níveis, um programa profundamente impactante. De facto, como referiu na sua dissertação de mestrado Sofia Lopes (2012), o *Zip-Zip* eram "duas horas vivas numa TV [que se encontrava] morta"[302].



Figura 10: Carlos Cruz e Raul Solnado entrevistam Almada Negreiros, no *Zip-Zip* – o primeiro *talk show,* em Portugal

- - - - -

Fonte (acedido a 12/06/2019): https://arquivos.rtp.pt/conteudos/almada-negreiros-no-zip-zip/ (Imagem autorizada pela RTP – Ref.: 2182/19)

Mas qual terá sido a reação do público, no geral, a esse novo e distinto programa de televisão, em Portugal? No *website* da RTP, a esse respeito, pode-se ler o seguinte:

> O país, esse, respondeu com entusiasmo a um programa que revolucionou as noites da televisão, o futuro de muitos programas que viriam a ser feitos, a consciência e as atitudes do público e mesmo a relação com os Censores. Alguns tabus caíam, e do primeiro ao último minuto do programa viviam-se tanto alegrias como tristezas.[303]

Ainda que fossem obrigados a negociar o conteúdo planeado com a Censura, a verdade é que o programa, como um todo, não teria sido sequer possível em anos anteriores. Vivia-se, à data, a chamada "Primavera Marcelista", uma realidade social que possibilitou à televisão e à sua programação uma abertura um pouco maior comparativamente àquilo que tinha acontecido no passado. E o *Zip-Zip* aparenta então ter sido um dos frutos mais estimados dessa "primavera", em televisão. Um fruto que, com o tempo, veio a proporcionar mais e mais frutos, e entre os quais se

[302] A autora explica essa expressão da seguinte forma: "A 26 de Maio de 1969 surge na televisão portuguesa o primeiro *talk-show* da RTP. Num formato televisivo inovador em Portugal, o Zip-Zip combinou eficazmente a música, as entrevistas e os *sketches* humorísticos. Com produção e apresentação de Raul Solnado, Carlos Cruz, Fialho Gouveia e José Nuno Martins, o Zip-Zip dá um espaço relevante a novos intérpretes, novos géneros e novos formatos performativos. Em palco, a Orquestra-Zip – um combo de *Jazz* formado por experientes músicos dirigidos por Thilo Krassman. O programa traz assim algumas horas de vida a uma TV que, no entender de Mário Castrim [*Diário de Lisboa*, 27 de Maio de 1969], se encontrava «morta»" (S. Lopes, 2012, p. 5).

[303] Fonte (acedido a 12/06/2019): https://www.rtp.pt/programa/tv/p16747

inserem também, obviamente, os muitos *talk shows* do período da manhã, juntamente com a vivacidade e a imprevisibilidade que ainda hoje os caraterizam. Fialho Gouveia, em entrevista[304], referiu, relativamente ao programa, o seguinte:

> "(...) O 'Zip' impõe mudança mas também beneficia dessa mudança. Um ano antes não teria sido possível. É o primeiro programa onde as entrevistas são feitas com o público presente e diziam-se então coisas que tempos antes eram consideradas tabu. Essas coisas, depois de ditas, tinham a imediata reação do público sobre elas. E eram reações que iam do aplauso à gargalhada ou mesmo à comoção. Havia alturas em que o público se emocionava de verdade. O que posso dizer é que o 'Zip' foi uma experiência humana e profissional inesquecível. O 'Zip' era um 'talk-show' muito festivo, com boas entrevistas, bons momentos de humor e de música. Foram coisas importantes que se disseram a falar, a cantar e a rir." (Teves, 2007b, p. 10)

Entre o *Zip-Zip*, em 1969, "o primeiro programa com público a assistir e a participar" (Teves, 2007b, p. 10), ou seja, o primeiro *talk show*, em Portugal, e o "primeiro *Talk-show day-time* nas manhãs da televisão portuguesa" (Nazareth, 2016, p. 142), intitulado *Espaço 12-13,* em 1985, passaram mais de 15 anos. [305] Assim, parece plausível afirmar que se o *Zip-Zip* foi o despertar de um novo género televisivo, em Portugal, faltava ainda que esse, depois de nascido, se adaptasse e vingasse também no período das manhãs. Esta foi uma tarefa que recaiu também sobre a RTP, ou seja, não apenas descobrir um novo caminho, mas, acima de tudo, percorrê-lo. O *Espaço 12-13*, em 1985, foi, então, indubitavelmente, o despoletar de um novo trajeto, por parte da RTP, do qual os outros canais viriam depois a se beneficiar, em particular a SIC e a TVI.

4.2.4. RTP1: um caminho pioneiro, longo e tortuoso (iniciado em 1985)

O *Espaço 12/13*, em 1985, segundo Vasco Hogan Teves (2007d, p. 11) "fez funcionar, e bem, as equipas de informação, produção e realização do Porto que, à hora de que dispunham, 'colaram' notícias, reportagens regionais, 'talk-shows', música. [Era] de tudo um pouco em pouco tempo, mas bem distribuído pelos dias da semana." Fica então evidente, pela descrição acima transcrita, que o primeiro *daytime talk show,* em Portugal, era já um desenho claro daquilo que mais tarde seria por praticamente

[304] "Entrevista conduzida por Conceição Lobo e Mário Rui de Castro, *Grande Plano* - revista da COOPTV, n.º 9, Maio/Junho de 1987" (Teves, 2007b, p. 10) (nota 17).

[305] Em entrevista, a 26 de julho de 2019, Branco da Cunha referiu ter existido, por volta de 1983/1984, um outro programa, que acredita ter-se chamado *Espaço Porto*, de cerca de meia hora, e que passava no final da tarde. Segundo o próprio, esse programa de vida curta funcionou como "uma espécie de balão-de-ensaio". Apesar de vários esforços nesse sentido, não foi possível validar esta informação com total precisão.

todos conhecido como *infotainment*, pois localizava-se – algures num lugar incerto – entre o entretenimento e a informação, "alimentando-se" de ambos os lados. Tratava-se de um novo programa que, não muito tempo depois, pela sua consistência a vários níveis, cresceria em tempo de emissão.

> O que o espectador podia esperar para ver no "Espaço 12/13" era um magazine cultural e recreativo, geralmente dominado por um tema e a partir do qual se derivava para o comentário, a entrevista, a reportagem. Dois pequenos blocos informativos e alguma música compunham o alinhamento coordenado pelo produtor Isolino de Sousa e realizado por Adriano Nazareth Jr. Na apresentação estava uma Ivone Ferreira cada vez mais afirmativa, Maria João Kruss e Rui de Melo. À medida que o programa avançava, era visível estar ali um trabalho bem armado, consistente, capaz de fidelizar espectadores. Assim, não admirou que uma atenta Direção de Programas se apressasse a conceder-lhe mais tempo de emissão. O "espaço" passou a contar-se a partir das 11 h., revelou novas rubricas e novos colaboradores, e ganhou ainda mais música portuguesa. (Teves, 2007f, p. 10 nota 18)

Surgiu então, de seguida, o *Espaço 11/13*, em 1986, o qual, como o nome e a transcrição acima indicam, passou a ser emitido cerca de uma hora antes, comparativamente ao programa anterior. Este programa esteve na génese de um outro, que apareceu pouco tempo depois, o *Às Dez*, ainda em 1986, que começava ainda uma hora mais cedo (aproximadamente).[306] Além disso, era também um *talk show* onde continuava, segundo Vasco Hogan Teves (2007e, p. 13), a caber "quase tudo, com áreas de entretenimento e divulgação, [era um] espaço aberto ao diálogo com convidados e muita música intercalar". Apesar do relativo sucesso do formato, com o passar do tempo, parecem ter começado a ficar cada vez mais claros aqueles que viriam a ser os principais ingredientes "secretos" dos *talk shows* da manhã e, por isso, o responsável, Elísio de Oliveira, decidiu, a certa altura, imprimir ao programa um novo ritmo, com "mais música, mais entrevistas, mais espetáculo, maior vivacidade" (Teves, 2007f, p. 10). "As emissões regulares iniciaram-se no dia 14 de outubro de 1986 e terminaram em 1990" (Nazareth, 2016, p. 145). "O último *Às Dez* foi exibido no dia 14/09/1990. Na segunda-feira seguinte, (...) o programa foi substituído pelo magazine *Ponto de Encontro*"[307].

Aparece então o *Ponto de Encontro*, em 1990.[308] O *Anuário RTP 1990,* refere, a respeito do programa, o seguinte: "englobou entrevistas, rubricas, música, e outras áreas do espetáculo, assim como o concurso 'Trevo da Sorte'"(p. 109). Segundo o *website Brinca Brincando*[309], a cada 15 dias um

[306] Importa lembrar que, durante algum tempo, na RTP1, o período do meio-dia foi ocupado por uma telenovela.
[307] Fonte (acedido a 12/05/20): https://brincabrincando.com/as-dez/#1565425312680-6cfd693d-0f11
[308] A SIC teve um programa com o mesmo nome, apresentado por Henrique Mendes, de 1994 a 2002.
[309] Uma plataforma *online* que, meticulosamente, com base em Anuários da RTP, revistas, jornais e outros documentos da época, coleciona um vasto

novo apresentador dava a sua cara ao programa. Foram 12, no total, aqueles que participaram: Simone de Oliveira, Vítor de Sousa, Ana Bola, Rita Ribeiro, Madalena Balça, Ana Maria Lucas, Paulo Fernando, Maria João Metello, Álvaro de Magalhães, Nicolau Breyner, Carolina Ferreira e Manuel Luís Goucha.[310] O objetivo era criar um "ponto de encontro" de múltiplas pessoas, provenientes de inúmeras áreas, para conversar. Tornaram-se também presença regular algumas pessoas que transitaram do programa anterior, o *Às Dez*, como foi o caso de diversos especialistas, das mais diversas áreas, entre eles Isabel Telinhos (profissional de moda), Luís de Matos (mágico), Dr.ª Manuela Lanhoso (ginecologista), etc.[311]



Figura 11: O *Espaço 11/13*, em 1986, foi o segundo *daytime talk show*, em Portugal

---

Fonte (acedido a 20/05/20): https://www.youtube.com/watch?v=vQ6v332F1V0 (0:20)

De seguida, segundo João Costa (em entrevista), existiram vários outros *talk shows* matinais diários, curtos em existência, como o renovado e alargado *Bom dia*, em 1991, com Ivone Ferreira e José Carlos Castro, entre as 9 e as 11:30 horas; o *Clube da Manhã*, em 1992, entre as 11:30 e as 12 horas, com Luís Pereira de Sousa e Dalila Carmo (como assistente); o *Pela manhã*, em 1993, realizado por António Branco da Cunha e apresentado por Carlos Daniel e Filipa Marques de Sousa, entre as 10 e as 12 horas; e, de novo, o mais uma vez reavivado e renovado *Bom dia*, em 1994, entre as 9 e as 11:40 horas, o qual também foi apresentado por Carlos Daniel e Filipa Marques de Sousa.

Manuel Luís Goucha voltou a aparecer, e agora ainda com mais protagonismo, no programa *Viva a Manhã*, em 1994, ao lado de Anabela Mota Ribeiro. Este programa apresentou-se, à semelhança dos os anteriores, "numa linha de entretenimento descomplexado, onde a conversa e a música tinham lugar" (Teves, 2007g, p. 5). Apensar de ser já uma presença habitual em outros

---

número de memórias televisivas da RTP, mas não só. O projeto é coordenado por João Costa (entrevistado na presente investigação), que gentilmente se disponibilizou a partilhar parte do seu conhecimento e da sua vasta base documental.

[310] Fonte (acedido a 12/05/20): https://brincabrincando.com/ponto-de-encontro/#1565421945472-93534587-8bf5

[311] Fonte (acedido a 12/05/20): https://brincabrincando.com/ponto-de-encontro/#1565421945472-93534587-8bf5

programas da manhã, foi neste em particular que Manuel Luís Goucha exibiu uma postura mais descontraída, como ele mesmo o afirmou, em entrevista:

> "Este é o horário e o figurino que me permite ser mais informal, mais descontraído, mais 'eu'. Sobra uma recordação boa dos 9 meses que trabalhei no 'Bom Dia' [312]. Por outro lado, foi a RTP-Porto que me descobriu para outros programas que não os culinários. Se tiver de me assumir como o produto de alguma coisa, é da RTP-Porto e isso une-me especialmente a esta casa." (Manuel Luís Goucha a Carla Afonso, TV Guia n.º 882, 5 a 11.11.1994). (Teves, 2007g, p. 5 nota 10)

Por sugestão do próprio Manuel Luís Goucha, o programa *Viva a Manhã* viria depois a chamar-se *Praça da Alegria*, em 1995. No *blog* do apresentador, intitulado *Cabaré do Goucha,* a esse respeito, pode ler-se o seguinte: "sugeri, então, o nome 'Praça da Alegria', por achá-lo sugestivo e conveniente, como que para dar o mote a tudo o que ali poderia acontecer"[313]. A vivacidade e a intensidade do programa aparentam ter sido de tal forma evidentes que, em 2002, um meio noticioso chegou mesmo a intitular o programa de "Reino da alegria"[314]. Não muito tempo depois do início da *Praça da Alegria*, Anabela Mota Ribeiro seria substituída por Sónia Araújo (que ainda hoje permanece na apresentação do programa). Manuel Luís Goucha e Sónia Araújo permaneceriam juntos até 2002. Depois, o apresentador mudou-se para a TVI, para apresentar um programa concorrente, intitulado *Olá Portugal*.



Figura 12: Manuel Luís Goucha e Sónia Araújo, na *Praça da Alegria*, que apresentaram juntos até 2002

Fonte (acedido a 10/05/20): https://museu.rtp.pt/livro/50Anos/Livro/DecadaDe90/MaisPaisEMaisMundoNosAnosDificeisDaRTP/Pag15/default.htm

Com a saída de Manuel Luís Goucha o programa não acabou. Entrou em cena Jorge Gabriel que,

[312] No *blog* do apresentador, acedido a 13/07/2019 (http://cabaredogoucha.pt/tesourinhos-deprimentes/), pode-se verificar que o referido programa "começava às 7.30 e terminava por volta das 10.00."

[313] Fonte (acedido a 13/06/2019): http://cabaredogoucha.pt/o-praca-da-alegria-chegou-ao-fim/

[314] Fonte (acedido a 18/07/2019): https://www.cmjornal.pt/mais-cm/domingo/detalhe/as-manhas-da-tv

segundo Vasco Hogan Teves (2007a, p. 9), impôs naturalmente no programa a "sua personalidade". É preciso ter em mente o papel do género feminino nestes programas que, por esta época, apareciam em cena simplesmente como "assistentes" do apresentador, nada mais. Essa foi uma realidade que, ainda que muito gradualmente, anos mais tarde, se viria a alterar. Nesse papel estiveram, entre outras figuras, Anabela Mota Ribeiro, Dalila Carmo e Sónia Araújo, sendo que esta última ganhou depois mais protagonismo ao lado de Jorge Gabriel. Porém, em 2013, com a mudança para os estúdios de Lisboa, os referidos apresentadores seriam substituídos por Tânia Ribas de Oliveira e João Baião.

Importa ainda abordar aquela que foi a curta existência, no período da manhã, do programa *Agora Nós*, em 2014, apresentado por Tânia Ribas de Oliveira e José Pedro Vasconcelos (e produzido pela Coral Europa). No entanto, o retorno de Jorge Gabriel e Sónia Araújo dar-se-ia, não muito tempo depois, com o programa (encurtado simplesmente para) *Praça*, em 2015, no Porto. Mas, mais tarde, o programa voltaria de novo a ser chamado de *Praça da Alegria,* em 2018, persistindo, com relativo sucesso, até aos dias de hoje.

4.2.5. SIC: um infatigável trajeto que, finalmente, deu o fruto desejável (iniciado em 1999)

A SIC (Sociedade Independente de Comunicação) foi o primeiro canal de televisão privado a apresentar um *talk show* matinal regular*,* em Portugal, intitulado *SIC 11 Horas*, em 1999. O programa, apresentado por Júlia Pinheiro, depois de pouco tempo de existência, antecipou o início da sua emissão para as 10 horas. Esse novo programa, muito pouco tempo depois, chamar-se-ia então *SIC 10 Horas*, ainda em 1999. O objetivo da SIC era claro: golpear aquele que, segundo o jornal *Público*, à data, se tinha tornado um "quase monopólio da RTP1 e do programa de Manuel Luís Goucha"[315]. Em *Estratégias e rumos no panorama audiovisual português,* a investigadora, Felisbela Lopes (2000, p. 89), registou o aparecimento deste *talk show* matinal. A autora, a esse respeito, referiu o seguinte:

> Avizinhado na RTP-1 pela *Praça da Alegria* – um programa popular, de conversa solta à volta de temas diversificados, já com cerca de cinco anos de existência e, consequentemente, com uma audiência fidelizada –, a SIC decide, em Janeiro de 1999, apostar no período matinal. À frente da emissão coloca uma apresentadora multifacetada, Júlia Pinheiro, que os telespectadores conheciam de um programa que aproximou a televisão dos problemas do quotidiano (*Praça Pública*), de outro que se assumiu com uma irreverência nunca vista face ao poder instituído (*A Noite da Má Língua*) e ainda de um outro que transformava o pequeno ecrã num benemérito acessível a todos (*SOS-SIC*).

[315] Fonte (acedido a 16/07/2019): https://www.publico.pt/1999/01/14/jornal/sic-ataca-as-onze-horas-124762

> Dividido em três blocos – Histórias, Viver Melhor e Praça Pública –, este espaço, para além de contar pedaços de vida de cidadãos que permanecem na penumbra da atenção dos jornalistas e de fornecer alguns conselhos para uma vida mais saudável, procura também ir ao encontro de problemas do quotidiano que não conseguem integrar os alinhamentos dos programas diários de informação televisiva. (F. Lopes, 2000, p. 89)

O programa, que durou vários anos, contou com a colaboração e a intervenção de Cláudio Ramos, Maya, Fernando Rocha, Camacho Costa entre outros, sendo muitas e diversificadas as temáticas abordadas diariamente. De salientar também a "Árvore das Patacas", um concurso que decorria durante o programa e que tinha como fim oferecer dinheiro aos telespetadores que telefonassem e que fossem selecionados, e que ficou conhecido por ser apresentado pelo ventríloquo José Freixo (e o "Pato Donaltim"). "O programa foi apresentado pela Júlia Pinheiro e mais tarde por Fátima Lopes que foi durante muito tempo o rosto das manhãs do canal de Carnaxide. O programa esteve em emissão entre abril de 1999 e novembro de 2005" (Nazareth, 2016, p. 146).



Figura 13: O ventríloquo José Freixo (e o "Pato Donaltim"), no *SIC 10 horas*

Fonte (acedido a 10/05/20): http://sicgold.blogspot.com/2019/02/sic-10-horas-estreou-ha-20-anos-recorde.html

Surge depois um novo *talk show* matinal, intitulado *Fátima*, em 2005. O programa, com cerca de três horas, era apresentado pela própria Fátima Lopes. O jornal *Diário de Notícias*, à data, sob o título "SIC começa a mudar com 'Fátima' mais moderna e cúmplice", referiu, a respeito do programa, o seguinte: "Fátima é a primeira aposta apresentada pela nova direcção de programas da SIC, que começa assim um 'rejuvenescimento da antena'"[316]. No mesmo artigo, pode ler-se ainda o

[316] Fonte (acedido a 17/06/2019): https://www.dn.pt/arquivo/2005/sic-comeca-a-mudar-com-fatima-mais-moderna-e-cumplice-629824.html

seguinte, referente ao programa:

> O novo programa enfatiza a figura da apresentadora das manhãs da SIC. Fátima (Lopes) vai ser cúmplice, amiga, confidente. O programa será composto de "muitas emoções, casos de solidariedade, causas humanas, música e humor", disse ontem aos jornalistas o director de programas da estação, Francisco Penim.
>
> Feito com a mesma apresentadora, a mesma equipa e no mesmo local que o SIC 10 Horas (os estúdios da Comunicasom) o novo programa foi alvo de um trabalho forte ao nível da imagem. Fátima Lopes mudou o visual, o cenário é moderno, de cores frescas (rosa, azul e verde) e uma sofisticação que faz lembrar a SIC Mulher. [317]

Surge, então, posteriormente, o programa *Companhia das Manhãs*, em 2009. Este foi um *talk show* apresentado por duas pessoas, Rita Ferro Rodrigues e Francisco Menezes. Ainda que ambos os apresentadores tivessem um protagonismo semelhante, as suas funções eram aparentemente distintas. Ao que tudo indica, no desenrolar do programa, cabia a Rita Ferro Rodrigues interpretar o lado mais empático e sensível e a Francisco Menezes liderar naquelas que eram questões mais cómicas e recreativas. O apresentador foi mais tarde substituído e, aquando da sua saída, afirmou, curiosamente, o seguinte: "espero que nos voltemos a encontrar, de preferência não neste descascador de almas que é a TV daytime"[318].

Júlia Pinheiro entraria de novo em cena nas manhãs da SIC, com um novo programa, o qual seria intitulado de *Querida Júlia*, em 2011. Entre, aproximadamente, as 10 e as 13 horas, o programa deu continuidade àquilo que tinha sido feito anteriormente, mas agora sob uma nova designação e mais centrado na pessoa de Júlia Pinheiro.

Queridas Manhãs, em 2014, foi o programa escolhido para combater a concorrência cada vez mais forte da TVI. De volta aos pares, a SIC apostou de novo em Júlia Pinheiro, mas agora ao lado de João Paulo Rodrigues. Um pouco ao jeito daquilo que tinha acontecido no *Companhia das Manhãs*, a figura masculina aparentava existir para preencher o lado mais engraçado e cómico do programa (algo que não parecia acontecer, pelo menos de forma tão demarcada, nos programas da RTP1 e da TVI). O programa apresentava-se, em muito aspetos, semelhante ao *Você na TV!*. Tal como acontecia nas manhãs da TVI, o caos, a incerteza, o imprevisível e o riso tornaram-se também na SIC ingredientes imprescindíveis. Porém, a TVI, pioneira nessa estratégia, continuaria a prosperar ao nível de

[317] Fonte (acedido a 17/06/2019): https://www.dn.pt/arquivo/2005/sic-comeca-a-mudar-com-fatima-mais-moderna-e-cumplice-629824.html
[318] Fonte (acedido a 17/06/2019): http://blog-sic.blogspot.com/2011/01/francisco-menezes-abandona-companhia.html

audiências. Perdendo terreno para a TVI, o programa da SIC seria mais tarde substituído.



Figura 14: O *Queridas Manhãs* aparenta ter tentado reproduzir a mesma vivacidade do programa da TVI, *Você na TV!,* porém, sem igual sucesso

---

Fonte (acedido a 17/07/2017): https://www.youtube.com/watch?v=9Mhqes4uev8 (1:25)

Surge, então, mais um *talk show* matinal, intitulado *O Programa da Cristina*, em 2019. E, com este programa, a SIC transferiu não apenas Cristina Ferreira, da TVI, mas, com ela, a liderança em termos de audiências nas manhãs televisivas. Trata-se de uma mudança que, surpreendentemente, fez estremecer não apenas o período das manhãs, mas, de uma forma geral, toda a paisagem televisiva, com benefício para a SIC. O estúdio, a equipa e a própria forma de apresentação do programa mudaram. Uma mudança que incitou os restantes canais e os seus respetivos programas da manhã também a adaptarem-se.

4.2.6. TVI: um percurso de glória que, por enquanto, afrouxou (iniciado em 2002)

Dos três principais canais analisados, a TVI (Televisão Independente) foi o último a entrar em cena com a apresentação de um *talk show* matinal. Esse atraso deve-se, provavelmente, a um conjunto de mudanças que, à data, ocorriam internamente na estação televisiva (Nazareth, 2016, p. 147). Mas depois de uma profunda transformação interna, uma outra, desta vez externa, visível aos olhos de todos, também sucedeu, e, não muito tempo depois, a TVI apresentou finalmente um *talk show* matinal, o qual seria o início de um novo ciclo.

Assim, foi com o programa *As Manhãs de Sofia,* em 2002, que a TVI se estreou neste campo televisivo em particular. Porém, "o programa parece não ter conquistado a atenção dos portugueses, que continuaram fiéis ao SIC 10 Horas e Praça da Alegria, da RTP1"[319]. A fórmula deste *talk show* matinal era, de um modo geral, a mesma dos restantes programas já existentes. O *blog* "Sobre Tudo", a respeito do programa, referiu o seguinte: "abordava diversos temas como *tarot*, telenovelas, sexo,

[319] Fonte (acedido a 18/07/2019): http://www.meiosepublicidade.pt/2002/03/sofia_no_convence/

ginástica ou saúde"[320]. Apresentado por Sofia Alves, o programa, por alegados desentendimentos entre a apresentadora e a produção, durou muito pouco tempo, sendo rapidamente substituído por *As Manhãs da TVI*, ainda em 2002. Este programa, que foi apresentado por Rita Salema e Teresa Guilherme, também teve uma vida muito curta, existindo apenas de 27 de maio a 26 de julho.



Figura 15: *As Manhãs de Sofia*, em 2002, foi o primeiro *talk show* das manhãs da TVI

- - - - -

Fonte (acedido a 18/07/2019): http://sobre-tudo-2016.blogspot.com/2017/03/a-caixinha-magica-6-as-manhas-de-sofia.html

As mudanças na TVI continuariam, e apareceu então mais um novo *talk show* matinal, intitulado *Olá Portugal*, em 2002. Manuel Luís Goucha, vindo da *Praça da Alegria* (RTP1), seria o apresentador. A respeito dessa mudança e do novo programa que então surgia, o jornal *Público,* à data, mencionou o seguinte:

> Manuel Luís Goucha, o apresentador do Praça da Alegria da RTP1, assinou ontem à tarde contrato com a TVI para dar a cara pelo novo programa das manhãs daquele canal. Goucha começará a apresentar já na próxima segunda-feira o Olá Portugal, que substitui As Manhãs da TVI, conduzido nos últimos tempos pela dupla Teresa Guilherme/Rita Salema. O apresentador, a última das figuras de topo que o canal público ainda conservava, acabou por abandonar a 5 de Outubro depois de oito anos no Praça da Alegria. Goucha continuará a apresentar o programa da RTP até ao fim da semana e na segunda-feira o seu lugar será ocupado por Jorge Gabriel. Sónia Araújo, que assessorava Goucha manter-se-á no Praça da Alegria. Jorge Gabriel continuará a ser o rosto do concurso do fim de tarde O Preço Certo em Euros, já que este é um programa pré-gravado. Manuel Luís Goucha assinou o contrato com a TVI ontem à tarde. Sobre os valores da remuneração do apresentador a regra é o segredo e também não se fala de objectivos de audiências. De acordo com Maria Ana Borges de Sousa, directora de marketing e relações exteriores da

[320] Fonte (acedido a 18/07/2019): http://sobre-tudo-2016.blogspot.com/2017/03/a-caixinha-magica-6-as-manhas-de-sofia.html

TVI, "já há um alinhamento para o programa", mas este "será trabalhado durante esta semana com o novo apresentador". A filosofia do programa de três horas (das 10h às 13h), dirigido ao público feminino, essencialmente às donas de casa, "não sofrerá alterações".[321]

Por outro lado, é de salientar ainda que foi neste programa em particular que Cristina Ferreira – apresentadora hoje de *O Programa da Cristina,* na SIC – então repórter, deu alguns dos seus primeiros passos nos programas da manhã.[322] Porém, em pouco tempo, o seu papel mudaria drasticamente. Findo o *Olá Portugal,* em 2004, um novo programa surgiria. E, daí em diante, Cristina Ferreira apareceria sempre como uma das principais figuras dos *talk shows* matinais, primeiro na TVI e depois na SIC.



Figura 16: "Preparada para os teus primeiros cinco minutos de fama?", foi assim introduzida a repórter do *Olá Portugal*, Cristina Ferreira

---

Fonte (acedido a 18/07/2019): https://lifestyle.sapo.pt/fama/noticias-fama/artigos/video-relembre-a-estreia-de-cristina-ferreira-nas-manhas-da-tvi

Posteriormente estrearia então o programa *Você na TV!,* em 2004, o qual mantém a mesma designação até hoje. Este *talk show* matinal, líder de audiências durante vários anos, divide-se, até 2019, essencialmente em duas fases. A primeira fase é composta por Manuel Luís Goucha e Cristina Ferreira, entre 2004 e 2018. E a segunda, que tem início em 2019, dá-se com o aparecimento de uma nova dupla, Manuel Luís Goucha e Maria Cerqueira Gomes – apresentadora que até então estava no Porto Canal. Com a saída de Cristina Ferreira, a liderança do programa, ao nível de audiências, findou. Contudo, aparenta ter sido uma longa e (talvez demasiado) confortável liderança que, excessivamente dependente do protagonismo de uma pessoa, terminou aquando da saída dessa para a SIC. Algo semelhante, apenas em alguns aspetos, parece ter acontecido também aquando da mudança de Manuel Luís Goucha da RTP1 para a TVI.

[321] Fonte (acedido a 18/07/2019): https://www.publico.pt/2002/09/03/jornal/goucha-nas-manhas-da-tvi-174148

[322] Fonte (acedido a 18/07/2019): https://lifestyle.sapo.pt/fama/noticias-fama/artigos/video-relembre-a-estreia-de-cristina-ferreira-nas-manhas-da-tvi

4.3. Os principais *talk shows* matinais, em Portugal (em 2019)

A 'Praça da Alegria', com
Jorge Gabriel e Sónia Araújo.

Na RTP1, em 2019

'O Programa da Cristina', com
Cristina Ferreira e(m) muitos outros.

Na SIC, em 2019

O 'Você na TV!', com Manuel Luís
Goucha e Maria Cerqueira Gomes.

Na TVI, em 2019

Importa, antes de mais, referir que a descrição que se segue, neste tópico em particular, resulta, obviamente, de uma análise documental limitada, proveniente de apenas um ponto de vista. Análise essa que, como referido na parte introdutória deste documento, se sustenta, sobretudo, nas emissões entre 7 de janeiro e 1 de fevereiro de 2019 (dias úteis). Daí resultou uma observação de 60 episódios completos, 20 de cada um dos diferentes programas/canais,[323] o que significa a visualização de mais de 120 horas de emissão.

A essa referida análise circunscrita, juntam-se algumas outras partes isoladas de episódios soltos observados, bem como uma visita regular às redes sociais de cada um dos programas. Esses aspetos, analisados sobretudo durante o ano de 2019, ainda que de forma indireta, contribuíram para ampliar e enriquecer a descrição que se segue. No entanto, tendo em conta o dinamismo presente na realidade televisiva, deve evidentemente aceitar-se com certa normalidade que, em momentos posteriores, aquando da leitura desta consideração, vários dos assuntos referidos já não correspondam à realidade.

A consideração que se segue procurou avaliar os programas tendo em atenção, sobretudo, três áreas: os principais intervenientes, as dinâmicas envolventes e os assuntos explorados. O objetivo,

[323] Os episódios foram disponibilizados pelos respetivos *websites* de cada um dos canais televisivos. Apenas a SIC não tornou acessível a totalidade da terceira parte da emissão de 21/01/19. Essa gravação foi, por parte do autor, através de *email*, solicitada inúmeras vezes, porém, sem efeito prático.

porém, não foi o de mergulhar exaustivamente em cada um desses tópicos, mas o de cultivar uma visão geral de cada um dos programas alicerçados nesses pilares. A apreciação que se segue não apenas servirá de base para o próximo capítulo, como oferecerá uma visão geral do ponto de situação da realidade em análise em contexto nacional.

Importa também mencionar que, apesar de ficarem muito claras algumas diferenças entre os principais *talk shows* matinais aqui analisados, foi evidente que são muito mais numerosos os aspetos em que esses programas se assemelham. De uma forma geral, as temáticas que abordam, a linguagem que usam, o tipo convidados que escolhem e as estratégias que empregam são similares. Examinemos então sumariamente esses três principais *talk shows* matinais, em Portugal, iniciando por aquele que aparenta ser, em certos momentos, o mais tradicional, o mais contido e o mais equilibrado de todos, a *Praça da Alegria,* na RTP1.

4.3.1. A "alternativa" *Praça da Alegria*, com Jorge Gabriel e Sónia Araújo (RTP1)

Dos três principais *talk shows* disponíveis no período da manhã, em Portugal, a *Praça da Alegria* é o único oriundo da televisão de serviço público. Emitido na zona do Porto, o programa é apresentado por Sónia Araújo e Jorge Gabriel. De segunda a sexta-feira, salvo raras exceções, a emissão é apresentada por ambos, grosso modo, entre as 10 e as 13 horas. Simulando uma praça, o cenário, com um espaço amplo e colorido, apresenta-se com o seu público figurante sentado, como se estivessem numa esplanada ao ar livre. O programa decorre tendo essa "praça" como plano de fundo.



Figura 17: O local das emissões sugere um espaço de convívio, uma "praça"

Fonte (acedido a 24/07/2019): https://www.instagram.com/p/BtNxUzeHfig/

O programa conta com a colaboração constante de Rita Belinha, Idevor Mendonça e Hélder Reis. Esses três repórteres, fora do estúdio, habitualmente, apresentam com muita vivacidade, e de

forma bastante descomplexada, regiões, costumes, festas, pessoas, etc. Por outro lado, dentro do estúdio, a comentarem alguns temas da atualidade, puderam ser vistos, por exemplo, Januário Torgal Ferreira, José Eduardo Pinto da Costa e Felisbela Lopes. De uma forma geral, essas conversas apoiam-se numa reflexão amena e ponderada.

Por norma, o programa começa e termina com muita vivacidade. E, nesses dois momentos em particular, ambos os apresentadores, juntamente com o público presente no estúdio, apresentam-se especialmente enérgicos. Durante o desenrolar do programa, essa vivacidade aparenta aos poucos reduzir, salvo alguns momentos de exceção. Em algumas conversas ou afazeres pode também existir uma música de fundo. Apesar de intenso, este é, sem dúvida, o menos intenso dos programas analisados e o que menos parece procurar picos emocionais.



Figura 18: A exibição de roupas e costumes tradicionais é algo comum no programa

---

Fonte (acedido a 24/07/2019): https://www.instagram.com/p/BuWD1qfn03a/

Ao longo do programa são introduzidas várias temáticas específicas e convidados que se apresentam como especialistas nessas áreas. Dá-se, ao espetador, informações úteis sobre aspetos que podem facilitar e agilizar algumas tarefas domésticas, esclarecimentos sobre alguns assuntos que envolvem de forma direta ou indireta a saúde, entre outros. Importa destacar que, em alguns desses momentos, o especialista tende a tomar a palavra ou a ação e os apresentadores a ficarem em segundo plano, a observar e/ou a questionar.

Sem que se deixe "encandear" com as intituladas "celebridades", ainda que as coloque também em cena regularmente, o programa da RTP1 não deixa também de dar voz à "voz esquecida" – o que faz com que seja possível observar com frequência várias pessoas ligadas a costumes populares portuguesas. E, na mesma medida em que dá voz a um qualquer reconhecido intelectual, dá igualmente voz a um "comum" popular.

Aparenta, para já, ser uma "janela aberta" para o mundo (sobretudo português), que continua a mostrar regularmente povos e costumes quase esquecidos, e não um espelho fechado em si mesmo – como tende cada vez mais a televisão dos nossos dias a sê-lo. Não aparenta também ser um programa menor, apesar da minoria em termos de audiências, muito pelo contrário. Tem mostrado o compromisso de servir o diversificado público português. E fá-lo, várias vezes, com a presença desse mesmo público no local das emissões, como protagonista.

Ainda a destacar é a presença constante de Jacinta Lúcia, uma personagem cómica interpretada por Patrícia Queirós. Com longos períodos de uma muito amena vivacidade, o programa da RTP1 explora com essa solução alguns picos de emoções positivas. Apresenta, a vários níveis, e não apenas por esses breves momentos cómicos, ser um programa diversificado, que mostra ter como propósito a informação e a formação, além de estar também empenhado em conjugar esses dois aspetos com uma razoável dose de entretenimento.

Por um lado, a *Praça da Alegria* é, ainda assim, conforme foi referido, um programa mais contido em termos emocionais, e, por outro, aquele que aparenta ser, ao mesmo tempo, o mais "pesado" em termos de carga de informação. E, embora em alguns momentos também promova a imprevisibilidade é, inquestionavelmente, o que menos o faz. Assim, apesar de, em geral, se apresentar muito idêntico a todos os demais, mostra também ser o mais equilibrado de todos, quer nas temáticas que aborda, quer também na intensidade com que as aborda.

A RTP1, com o seu programa da manhã, aparenta estar empenhada, mais do que qualquer outra coisa, em ser útil, ainda que isso, em última consequência, possa significar menos audiências. Os reduzidos espaços publicitários parecem também comprovar esse empenho por parte da televisão de serviço público. Embora tenha ainda campo para uma melhoria, sobretudo ao nível de, em certos momentos, mostrar mais empatia e entusiasmo, o seu razoável sucesso, a vários níveis, tendo em conta os muitos deveres do serviço público, é sem dúvida digno de nota. O programa constitui, portanto, uma verdadeira alternativa às soluções apresentadas pelos dos canais privados.

4.3.2. O "poderoso" *Programa da Cristina*, com Cristina Ferreira e(m) muitos outros (SIC)

Iniciado a 7 de janeiro de 2019, *O Programa da Cristina* é o mais recente dos três programas analisados. Ainda assim é, ao nível de audiências, o mais poderoso. Emitido pela SIC, grosso modo, entre as 10 e as 13 horas, o programa é produzido pela Coral Europa, realizado por João Patrício e apresentado por Cristina Ferreira. Conta ainda com a colaboração constante de Cláudio Ramos, que muitas vezes aparece como uma espécie de coapresentador. Entre outros, foi possível ver, a cooperar

em distintas áreas, António Raminhos, Joana Barrios, Dr. Almeida Nunes, Luís Maia, António Teixeira, Mauro Paulino, Vítor Marques e Hernâni Carvalho.

O cenário exibido, inovador em Portugal, simula uma casa – a própria casa de Cristina Ferreira. As conversas, consoante as temáticas, podem ser apresentadas na sala, na cozinha, no escritório, etc. Os convidados, por norma, tocam à campainha e esperam que a apresentadora ou outra pessoa os recebam na porta principal. Depois de breves, mas muito intensas, saudações, são encaminhados para uma das divisões onde posteriormente se desenvolve a conversa – a qual pode também acontecer durante um cozinhado ou uma outra atividade. Distinta dos restantes programas é também a localização do público no estúdio, que está de frente para a apresentadora. Essa realidade exige, aquando da sua exibição, um ou mais planos apenas para esse fim.



Figura 19: O cenário simula uma casa e os convidados são, por norma, recebidos à porta em grande êxtase

---

Fonte (acedido a 01/06/2020): https://www.instagram.com/p/B4eyYaSF_hN/

O programa pode começar com uma pequena encenação previamente considerada. E, nesses casos, a primeira emoção despertada no telespetador aparenta ser a surpresa, seguindo-se depois muitas outras. No final, o programa termina com o vencedor do concurso diário. O telespetador, que se inscreve no decorrer do programa, através de uma chamada telefónica, caso vença, recebe um telefonema de volta. A oferta do prémio remata o programa e é um momento de grande êxtase. Algo semelhante acontece também no programa da TVI.

O programa da SIC apresenta-se enérgico e com uma retórica profundamente empática. Na grande maioria deste tipo de programas, entre um rosto de pesar e um com uma gargalhada aberta pode não estar muito tempo de intervalo. E Cristina Ferreira é notável nesse aspeto. Qual carro de alta cilindrada, passa com enorme agilidade e celeridade de uma muito lenta e contagiante melancolia para uma muito acelerada, mas igualmente contagiante, vivacidade. Uma grande intensidade e uma

profunda empatia parecem ser os dois principais pilares que sustentam a retórica do programa, e obviamente o discurso da apresentadora.

Existe, à semelhança do que também acontece no programa da TVI, uma grande tendência para planos de detalhe. É comum, por breves segundos, o protagonismo aparentar estar não na pessoa em si, mas nas suas lágrimas, no seu riso, no seu olhar, etc.

Assim, se o programa da RTP1 pode em alguns momentos apresentar certos resquícios da PaleoTV, devido ao seu, por vezes exagerado, formalismo, o da SIC aparenta promover o inverso. O informalismo parece ser o seu estado normal. Na verdade, por exemplo, foi possível ver na "cozinha" alguns dos intervenientes a comerem do mesmo prato enquanto conversavam sobre assuntos triviais. Embora os primeiros e os últimos minutos apresentem claramente uma maior intensidade, a serenidade, no desenrolar do programa, mostra também praticamente não existir. A última parte do programa que, por norma, tem como fim comentar a atualidade criminal, é o momento que conta com menos contentamento, porém, por vezes, não com menos intensidade.

No programa em análise, parece igualmente existir um "endeusar" constante de todos os colaboradores, mesmo que esses não sejam regularmente vistos durante o seu desenvolvimento. Por exemplo, a senhora da limpeza, por vezes, tem protagonismo, e não é tratada como "senhora da limpeza", mas como "Tia", e o assistente de realização, que também tem razoável protagonismo, não é tratado como "assistente de realização", mas como "Ben". A demonstração de afeto, de forma direta ou indireta, sugere ser algo intrínseco à retórica do programa. Algo semelhante não acontece, pelo menos de forma tão evidente, nos programas da RTP1 e da TVI. Assim, apesar de, à primeira vista, Cristina Ferreira aparentar estar sozinha na apresentação do programa, na verdade, o que acontece é que ela vai repartindo o seu protagonismo com muitos outros intervenientes – e alguns até bastante improváveis.

O programa da SIC parece assim estar mais empenhado em ser um "espelho" do público que o observa do que propriamente uma "janela aberta" para mostrar a esse público um mundo desconhecido – ainda que também o faça, por vezes. A apresentadora não aparenta estar empenhada em ostentar a sua vida atípica de "estrela", mas em refletir, sim, de forma consciente, direta e indireta, as fragilidades de todos. O programa mostra-se como um reflexo de uma população com as suas muitas características e hábitos, mas também com os seus inúmeros medos e dilemas. Um fenómeno que se assemelha, em alguns aspetos, ao de Oprah Winfrey, nos EUA (conforme aqui analisado no subtópico 4.1.12).

4.3.3. O "inconformado" *Você na TV!*, com Manuel Luís Goucha e Maria Cerqueira Gomes (TVI)

O *Você na TV!*, como os restantes programas analisados, está no ar entre as 10 e as 13 horas (aproximadamente). O protagonismo é repartido entre Manuel Luís Goucha e Maria Cerqueira Gomes. O cenário é constituído por umas escadas visíveis que levam a uma plataforma superior, a qual também é por vezes usada no desenrolar do programa. Ao contrário do que acontece no *talk show* da SIC, e à semelhança da RTP1, o público presente no local das emissões é visível durante uma parte razoável do programa. Foi possível observar a presença de vários participantes, em inúmeras áreas distintas, como, por exemplo, Melanie Tavares, Suzana Garcia, Marinho Pinto, Quintino Aires, Alexandra Lencastre, Rui Oliveira, Hernâni Ermida, entre outros.



Figura 20: O cenário tem umas escadas visíveis que levam a uma plataforma superior

---

Fonte (acedido a 02/06/2020): https://www.instagram.com/p/BsbFWRmgplg/

Nos comentários sobre a atualidade, mais do que uma procura por palavras que promovam um discurso ameno, como acontece, por exemplo, de uma forma geral, na RTP1, nota-se, por vezes, um pouco ao jeito daquilo que também acontece na SIC, mas em alguns momentos de forma ainda mais intensa, o uso de certas declarações emocionalmente inflamadas. As temáticas fundamentais e a forma de as abordar são, em vários aspetos, semelhantes às do *talk show* matinal da SIC.

No decurso da emissão, o programa da TVI demonstra ser aquele que, em alguns momentos, mais margem dá à imprevisibilidade, quer dos apresentadores, quer de alguns dos outros intervenientes. Contudo, em conformidade com aquilo que acontece nos outros dois programas analisados, os primeiros e os últimos minutos são aqueles que apresentam uma maior vivacidade. Tal como acontece nas manhãs da SIC, o programa finaliza com um passatempo, existindo, durante o direto, uma chamada telefónica para o vencedor do concurso. E esse também

é, por norma, um momento de grande êxtase.

De uma forma geral, atualmente, o programa da TVI aparenta passar, a vários níveis, por uma profunda fase de renovação, a qual, sem dúvida, muito se deve à saída de Cristina Ferreira para o canal da concorrência. Relativamente às audiências, depois de muito tempo de liderança no período das manhãs, a TVI perdeu o primeiro lugar para a SIC. Uma realidade que, sem dúvida, faz do *talk show* da TVI um programa inconformado com a sua própria realidade.



Figura 21: A "Crónica Criminal" é geralmente o momento menos animado do programa

---

Fonte (acedido a 02/06/2020): https://www.instagram.com/p/Bsp794Ngt8X

PARTE III – O RISO NOS *TALK SHOWS* MATINAIS: INVESTIGAÇÃO EMPÍRICA

A Parte III teve como principal objetivo construir uma reflexão acerca da prática do riso na televisão (sobretudo diurna), em Portugal, tendo como base especialmente a análise empírica do autor centrada nos principais programas da manhã. A primeira consideração desta terceira parte (o capítulo 5) examinou o número de risos desses *talk shows* e dos seus principais intervenientes. A segunda (o capítulo 6) procurou compreender a diferença entre o abundante riso observado no televisor e o que existe nos estúdios, fora da emissão. A terceira (o capítulo 7), sustentada nas entrevistas, visou analisar a própria apreciação dos entrevistados, tendo como base oito áreas relacionadas com o *daytime* televisivo e o riso. E a quarta (o capítulo 8) centrou-se na edificação de uma visão global em torno dos três principais tópicos deste estudo: o riso, o *daytime* televisivo e o papel do riso nos *talk shows* matinais.

CAP. 5 – EM BUSCA DE UM RISO QUANTITATIVO: ANÁLISE ESTATÍSTICA DOS EPISÓDIOS

O objetivo geral deste capítulo foi o de expor os dados quantitativos recolhidos na análise dos programas (a *Praça da Alegria*, *O Programa da Cristina* e o *Você na TV!*). Tendo como base os dados apurados, procurou-se construir uma reflexão em redor de, sobretudo, três pontos fundamentais: (1) a diferença entre o número de risos do programa de serviço público e dos restantes dois programas oriundos da televisão privada; (2) os principais ingredientes que despoletaram o riso e em que momentos isso tendeu a acontecer; e (3) a possível relação entre o riso e as audiências televisivas nos *talk shows* matinais em Portugal.

5.1. Alguns prévios e indispensáveis esclarecimentos metodológicos

Contrariamente ao sorriso, o riso não se vislumbra logo após o nascimento (...). O aparecimento do riso só se dá entre os quatro e seis meses, como resposta a estímulos puramente exteriores

Freitas Magalhães, em 2009
A Psicologia do sorriso humano[324]

[O riso é o reflexo de um] 'curto-circuito' [de ideias que culmina numa] descarga livre [de energia, expressa no corpo]

Sigmund Freud, em 1905
Os chistes e sua relação
com o inconsciente[325]

Serve o presente subtópico (5.1.) apenas como complemento daquilo que foi escrito na parte introdutória deste documento, em "III. Descrição das opções metodológicas: a. *Análise documental (escrita e audiovisual)"*. Nesse sentido, neste momento em específico, torna-se então indispensável uma (re)visita a essa consideração.

Uma vez que não aparenta haver registos de que este fenómeno tenha já sido examinado sob tal prisma, acredita-se também que isso possa, no futuro, fornecer a outros investigadores ingredientes para as mais variadas reflexões.

A análise estatística que aqui é descrita, tal como também já foi referido, tem como base a análise documental efetuada aos três principais *talk shows* matinais da televisão portuguesa, entre 7 de janeiro e 1 de fevereiro de 2019 (dias úteis), sendo esses a *Praça da Alegria*, na RTP1, *O Programa da Cristina*, na SIC, e o *Você na TV!*, na TVI. No total foram examinados 60 episódios completos,[326] 20 de cada um dos distintos canais, que correspondem a mais de 120 horas de emissões.

É certo que uma observação isolada a alguns episódios parece ser o suficiente para que muitos refiram que os principais *talk shows* matinais, em Portugal, de uma forma geral, estejam a ser

[324] Freitas Magalhães (2009, p. 92).
[325] A frase, alterada, visou sintetizar a visão de Sigmund Freud (1995b, pp. 118, 141) sobre o riso.
[326] Importa relembrar que apenas a SIC não tornou acessível a totalidade da terceira parte da emissão de 21/01/19.

preenchidos por uma dose acrescida de riso. Ainda assim, embora esse possa ser um aspeto um tanto ou quanto claro a olho nu, em termos quantitativos, não deixa também de ser algo praticamente indecifrável, uma vez que é preciso contar – contar milhares de risos. Mas não apenas contar, pois uma análise quantitativa do riso despoleta, inevitavelmente, várias outras questões de maior complexidade. Comecemos então pela primeira: é possível olhar para o riso como uma unidade de medida? Analisemos esse aspeto.

5.1.1. O riso: uma atípica – mas possível – unidade de medida

No capítulo 1 (no subtópico 1.2.6.) procurou-se compreender aquilo que é o entendimento moderno a respeito do fenómeno do riso. Contudo, o que se concluiu, na parte final, é que ainda não se sabe muito bem o que o riso é. Não existe ainda um consenso geral a esse respeito. Assim sendo, torna-se inevitável, nesta etapa em particular, primariamente, esclarecer as balizas que aqui foram usadas para tornar o riso uma unidade de medida (aspetos que serão válidos apenas para esta fração da investigação). Tenhamos então em atenção aquilo que nesta análise em particular foi contabilizado como riso, e aquilo que não foi.

O sorriso (aberto ou fechado) não foi registado como riso. É certo que, durante muito tempo, no passado, como explicou o historiador Jacques Le Goff (2000, pp. 76, 77), o sorriso, ou melhor, o *subrisus*, foi compreendido como um riso discreto, um "riso à socapa". No entanto, na presente reflexão, isso jamais aconteceu. Na verdade, no entendimento moderno, de uma forma geral, o riso e o sorriso são vistos como fenómenos distintos. Entre outros exemplos possíveis a destacar, vejamos aquilo que, a esse respeito, Freitas Magalhães (2009, p. 92) referiu: "contrariamente ao sorriso, o riso não se vislumbra logo após o nascimento (...). O aparecimento do riso só se dá entre os quatro e seis meses, como resposta a estímulos puramente exteriores".

O risível (isto é, o estímulo do riso) também não foi, em momento algum, contabilizado como riso, pois nem todos os estímulos que visam o riso conseguem provocar o riso, e nem todos os risos nascem de algo que foi planeado para despertar o riso. Como abordado na parte introdutória deste documento, o riso foi analisado como um fenómeno isolado.

Referirmo-nos, nesta fase da investigação, apenas àquilo que, sob a luz do saber moderno, é várias vezes visto como uma descarga de energia oriunda do pensamento e que tem a sua ação visível no corpo. Assim, nas palavras de Sigmund Freud (1995b, pp. 118, 141), não é senão uma espécie de "curto-circuito" de ideias que culmina numa "descarga livre" de energia. Por sua vez, no pensamento de Charles Darwin (2012, p. 324), é visto como algo que pertence à natureza humana, mas que ainda assim requer uma certa

prática do indivíduo até que esse o consiga "executar plenamente e da melhor maneira".

Importa ainda referir que, nesta consideração em particular, de forma propositada, não foi em momento algum utilizada a expressão "gargalhada", já que essa está, muitas vezes, associada a um riso que é estridente e prolongado, algo que nem sempre se verificou.

5.1.2. O riso dos apresentadores, de outros intervenientes e do público de estúdio

No presente capítulo, o riso foi aglomerado nas seguintes três ou quatro categorias principais: o "riso da apresentadora", o "riso do apresentador" (apenas quando aplicável), o "riso de outros intervenientes" e o "riso do público". Por "riso do apresentador" e "riso da apresentadora" entendeu-se todo o riso oriundo dos principais intervenientes, sendo esses, Jorge Gabriel, Sónia Araújo, Cristina Ferreira, Manuel Luís Goucha e Maria Cerqueira Gomes. Por "riso de outros intervenientes" entendeu-se todo o riso individual que não foi oriundo dos apresentadores, nem tampouco do público, como, por exemplo, o riso dos convidados. E por "riso do público" entendeu-se todo o riso proveniente do público de estúdio.

Quando, por algum motivo, alguns membros do público de estúdio ganharam, ainda que durante pouco tempo, um certo protagonismo individual, o seu riso, durante esse período em específico, foi assinalado como "riso de outros intervenientes", pois a sua singularidade estava a ser destacada. Foram igualmente inseridos nessa categoria todos os risos que não foram possíveis de encaixar nas restantes três, o "riso do apresentador", o "riso da apresentadora" e o "riso do público". Totalmente excluídos das quatro categorias, no entanto, foram quaisquer expressões visíveis ou sons que não tenha sido possível concluir, com toda a clareza, tratar-se de riso.

5.1.3. Uma contagem diferenciada para risos distintos

Os risos dos "apresentadores", das "apresentadoras" e dos "outros intervenientes" foram contabilizados a cada nova ação individual. Isso deve-se ao facto de, não poucas vezes, aquando de um ajuntamento entre variados intervenientes, mediante um determinado estímulo, uns rirem e outros não. Tal significa, exemplificando, que se estivessem cinco pessoas reunidas (dois apresentadores e três convidados, por exemplo) e, por algum motivo, apenas dois desses rissem, o número de risos registado seria de apenas dois – independentemente da duração desses risos.

Todavia, quando, por exemplo, ainda durante um riso, um dos intervenientes, por algo que tenha dito ou feito, originou um novo estímulo e "obrigou" alguns desses a que mal terminassem o seu primeiro riso começassem outro logo de seguida, então, essas duas ações foram contabilizadas de

forma distinta, isto é, como dois risos diferentes. Primeiro, porque pertenceu a um novo fôlego. E, depois, porque se originou de um novo estímulo. Essa decisão, inevitavelmente, acabou por excluir uma outra, primariamente testada, a qual tinha como objetivo contabilizar o tempo total de riso e não o número de vezes da sua execução.

No entanto, uma vez que o riso proveniente do "público", em estúdio, é normalmente apresentado de forma coletiva e tem um contributo para o programa como grupo, cada um dos seus muitos risos, apresentados em uníssono, foram contabilizados em conjunto, ou seja, como apenas um riso de cada vez – independentemente do número de pessoas que rissem.

Em suma, cada vez que o público do estúdio, como um todo, se riu, o seu riso foi contabilizado como apenas um (exemplo: 2 risos do público = 2 risos contabilizados). Todavia, os risos dos restantes membros, com destaque individual, foram contabilizados individualmente (exemplo: 2 risos de dois convidados = 4 risos contabilizados).

5.1.4. A construção do modelo de análise

Para a contagem e a análise dos risos foi utilizado o *software* Microsoft Excel. Inicialmente, cada episódio foi dividido em várias partes de 10 minutos cada (exceto, em alguns casos, antes dos intervalos e na parte final dos programas, em que tal foi impossível). Isso resultou em 60 ficheiros separados (tendo em conta as 20 emissões de cada um dos três canais). Depois, toda essa informação foi aglomerada num único ficheiro, no qual foram colocados, lado a lado, por partes, todos os programas e a informação recolhida em cada um.

Para somas simples, como para apurar o número de risos total de cada programa durante as quatro semanas, foi utilizada a fórmula *=SOMA*. Já para somas com uma variável, como para apurar o número de risos de cada um dos dias tendo em conta cada programa, foi utilizada a fórmula *=SOMA.SE*. No caso de somas mais complexas, como para apurar o número de risos de cada apresentador tendo em conta cada um dos dias, foi utilizada a fórmula *=SOMA.SE.S*. Por fim, para apurar as médias, com várias variáveis, onde todos os programas foram divididos em 14 partes, foi utilizada a fórmula *=MÉDIA.SE.S.*

5.1.5. As principais limitações do estudo apresentado

Entre outras possíveis limitações do estudo apresentado, aparentam destacar-se, pelo menos, duas fundamentais, as quais estão relacionadas com a natureza da investigação e a dimensão da amostra.

Primeiro, não foi possível realizar, por parte do investigador, uma segunda observação dos 60 episódios completos. Isso significa que não existiu uma reavaliação interna dos dados recolhidos. E, segundo, a contagem e a interpretação dos risos, foi algo efetuado exclusivamente pelo autor, o que significa também que não existiu uma validação externa, por parte de terceiros, dos dados decifrados para a análise. Posto isto, é então cauteloso assumir a existência de alguma possível inexatidão quanto à contagem dos risos.

Apesar disso, é óbvio que todos os resultados advêm de um trabalho minucioso e ponderado. Embora seja sensato assumir a presença de alguma imprecisão e, até mesmo, de uma certa subjetividade, de uma forma geral, acredita-se que todos os dados exibidos espelham algo próximo da realidade.

5.2. O riso nos *talk shows* matinais – uma apreciação global

Você na TV!
N.º de risos: 7 047[327]

O Programa da Cristina
N.º de risos: 6 774[328]

Praça da Alegria
N.º de risos: 6 355[329]

A exposição dos dados quantitativos, no presente capítulo, terá como ponto de partida a soma de risos de cada um dos programas. Embora essa seja uma base reflexiva bastante interessante por inúmeros aspetos, nada pode revelar, por exemplo, quanto ao programa em que mais tempo se passou a rir. Pois, embora ambos os apresentadores da RTP1 e da TVI possam ter sido vistos a rir em momentos distintos, foram várias as vezes em que, quando um deles riu, o outro também o fez. Ou seja, é evidente que quando existem dois apresentadores, eles riem muitas vezes ao mesmo tempo. E, nesses casos, na presente investigação, como já referido, foram sempre contabilizados dois risos distintos. No entanto, tal não aconteceu no programa da SIC, uma vez que a apresentadora esteve (praticamente) sozinha nessa função.

Apesar da limitação acima apresentada, os 20 176 risos contabilizados em quatro semanas,[330] e apresentados no "Gráfico 1", de forma separada, não deixam de ser indicadores de vários aspetos. Entre seguramente inúmeros outros, parecem evidentes, pelo menos, três. O primeiro é que a exposição do riso aparenta realmente fazer parte do planeamento desses programas. O segundo, consequência do primeiro, é que o riso parece preencher uma parte significativa das manhãs da

[327] Na TVI, de 07 de janeiro a 01 de fevereiro de 2019 (dias úteis).
[328] Na SIC, de 07 de janeiro a 01 de fevereiro de 2019 (dias úteis).
[329] Na RTP1, de 07 de janeiro a 01 de fevereiro de 2019 (dias úteis).
[330] Na verdade, o número total de risos aparenta ter sido maior, na ordem dos 20 433. Porém, por lapso, no processo de seleção das células, no ficheiro de *Excel,* não foram considerados, nos três episódios de 07/01/19, 257 risos (55 na *Praça da Alegria*, 134 n'*O Programa da Cristina* e 68 no *Você na TVI*). Todavia, esta imprecisão, notada apenas depois de concluído o presente capítulo, não parece, de forma alguma, influenciar consideravelmente os inúmeros dados analisados e, por consequência, as várias conclusões apresentadas. De facto, no geral, em termos quantitativos, trata-se de uma imprecisão que representa menos de 1,3% da amostra.

televisão generalista em sinal aberto, em Portugal. E o terceiro, consequência de ambos, é que, assim sendo, a visualização do riso faz parte do quotidiano de milhares de pessoas, que assistem diariamente e há vários anos a esses programas.

Algo também evidente no "Gráfico 1" é que, durante a análise, o número de risos do programa de serviço público foi inferior ao dos restantes dois programas oriundos da televisão privada. Este aspeto, de certa forma, ainda que indiretamente, aparenta indicar que a exposição do riso, para o serviço público de televisão, nesse período, não foi algo tão importante quanto para as restantes estações de televisão privada. Tal facto não é necessariamente negativo, pois, como se sabe, cabe ao serviço público de televisão ser, a vários níveis, e de diferentes modos, uma alternativa. Se os demais programas ofereceram uma enorme exposição emocional e, por consequência, uma maior exibição do ato de rir, desta forma, o programa da RTP mostrou ser distinto também nesse campo em particular. Assim sendo, o programa mostrou ser uma real alternativa para os telespetadores que procuram conteúdo não tão envolto em emoções, especialmente em riso.

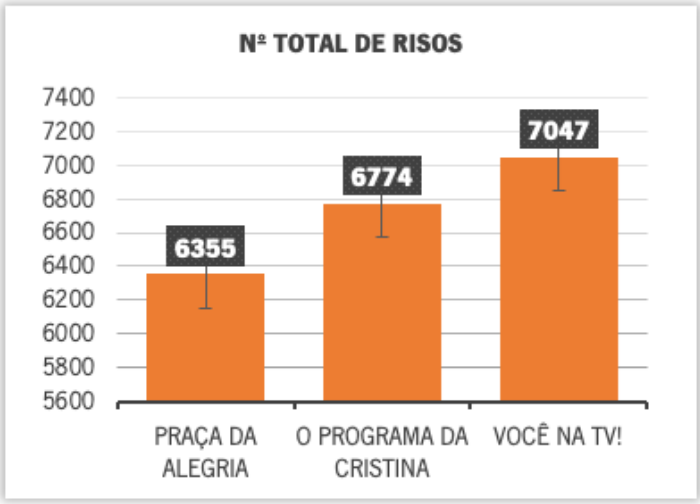


Gráfico 1: Número total de risos registado por programa, de 07 de janeiro a 01 de fevereiro de 2019 (dias úteis)

5.2.1. A *Praça da Alegria*, na RTP1: uma "praça" aberta também ao riso

O programa da RTP1, durante a análise, aparentou, em alguns momentos, estar mais focado em ser útil do que em entreter, ainda que também o tenha feito com regularidade. As fronteiras entre o entretenimento e o não-entretimento mostraram de igual modo ser bem mais claras do que nos restantes dois programas analisados, provenientes da televisão privada. Os momentos de maior descontração surgiram, por norma, com a presença de Jacinta Lúcia, uma personagem cómica

interpretada por Patrícia Queirós. Nessas situações em especial, o riso de todos os participantes foi muitas vezes evocado e exibido durante a emissão.

Apesar de ter sido bastante enérgico em alguns momentos, o *talk show* matinal da RTP1 foi, sem dúvida, o menos "agitado" dos programas analisados. E foi também aquele que menos explorou a retórica emocional, fosse essa recheada de emoções positivas ou negativas. Existiu, de diferentes modos, uma certa estabilidade que não se verificou nos restantes dois programas. Na verdade, a estabilidade aparentou ser a sua principal caraterística.

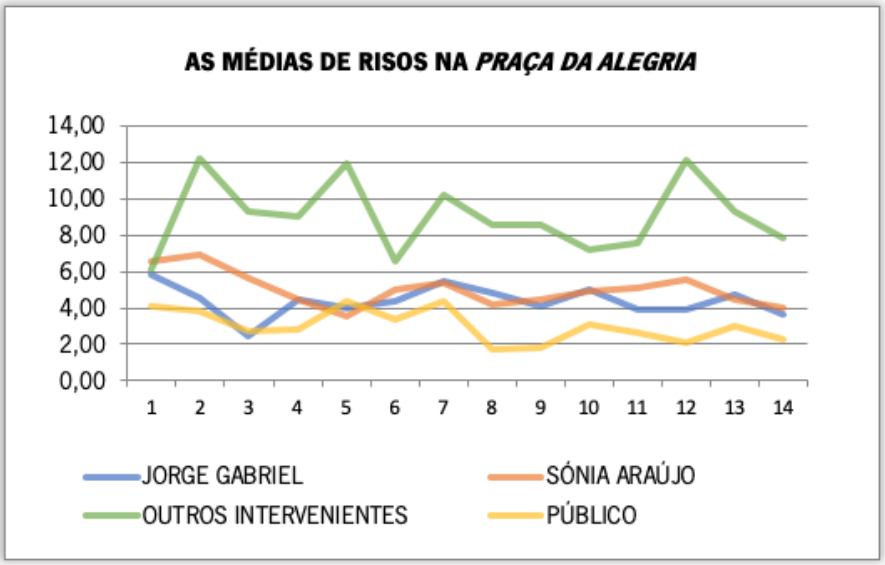


Gráfico 2: As médias de risos, por episódio, na *Praça da Alegria*, com base nos dados registados entre 07 de janeiro e 01 de fevereiro de 2019 (dias úteis)

Nesse sentido, não deixa de ser curioso notar, no "Gráfico 2", que o grande "desestabilizador" de riso e, por consequência, de vivacidade, no programa de serviço público, foram os "outros intervenientes". Isso significa que, por norma, a maioria dos risos que, durante a análise, foram vistos na *Praça da Alegria,* pertenceram, em grande parte, aos convidados, ou seja, a membros que não pertencem ao habitual desenrolar do programa. Este aspeto não aparenta, contudo, ser algo negativo, uma vez que nos referimos ao programa de serviço público, o qual, simbolicamente, está incumbido de dar voz a quem não tem voz. Porém, com base nos dados apurados, o programa aparentou não apenas ter dado essa voz, mas, também, um espaço para rir – rir de forma livre e descontraída.

5.2.2. *O Programa da Cristina*, na SIC: uma "casa" totalmente recetiva ao riso (e ao choro)

Contrariamente ao programa da RTP1, que teve momentos de muito pouco entusiasmo, o da

SIC, de uma forma geral, durante a análise, apresentou-se enérgico e com uma retórica emocional. Como já referido (no subtópico 4.3.2.), entre uma gargalhada aberta e um rosto de pesar, neste tipo de programas, muitas vezes, o intervalo é curto. E Cristina Ferreira aparenta ser notável nesse campo, pois passa com muita agilidade de uma bastante lenta e contagiante melancolia a uma acelerada, mas igualmente contagiante, euforia.

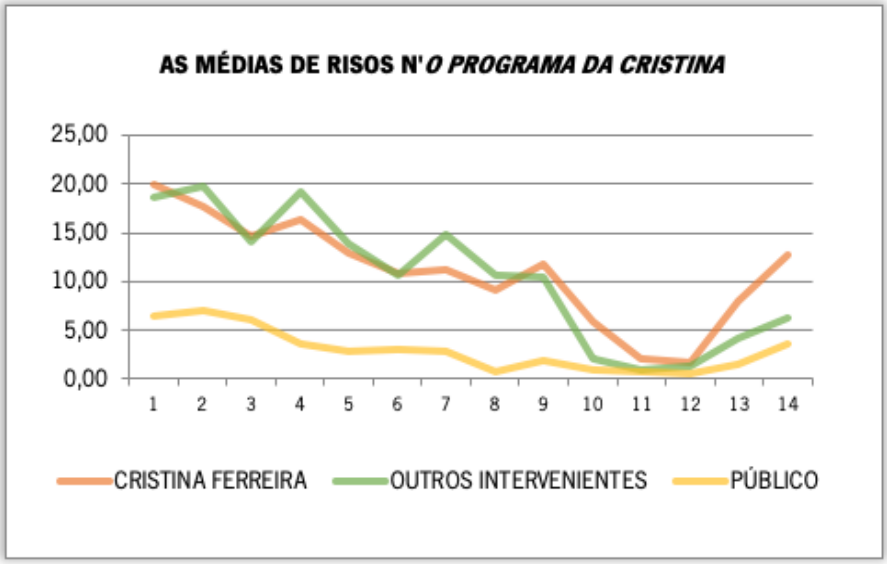


Gráfico 3: As médias de risos, por episódio, n'*O Programa da Cristina*, com base nos dados registados entre 07 de janeiro e 01 de fevereiro de 2019 (dias úteis)

Na análise efetuada, *O Programa da Cristina* não aparentou ser apenas a "casa" preferida de muitos para rirem, mas, também, para desabafarem e chorarem. Ou seja, para se mostrarem emocionalmente. Cristina Ferreira, com uma retórica permanentemente empática, por norma, alinhou de forma intensa nas diversas interpretações emocionais dos seus convidados. Assim, a apresentadora aparentou rir muito se o convidado risse muito, mas também lacrimejar se, porventura, em algum momento, e por algum motivo, o convidado o fizesse. Apesar disso, no programa em questão, o riso foi, sem dúvida, o ingrediente emocional apresentado com maior frequência.

Tendo agora como base os dados expostos no "Gráfico 3", é possível notar que, durante o período da análise, o programa da SIC começou e terminou com um número de risos bastante significativo. Todavia, contrariamente ao que aconteceu no programa de serviço público, e à semelhança do da TVI, existiu, de forma regular, um momento de quase não-riso antes do final do programa. *O Programa da Cristina* aparentou, assim, habitualmente, temperar o seu avolumando número de risos, mais adiante na emissão, com uma pitada de "acidez". Tratou-se de um pequeno, mas constante, "travo" de emoções negativas no programa.

Ainda nos dados apresentados no "Gráfico 3", é notório o desempenho de Cristina Ferreira que, durante toda a análise, esteve "sozinha" na apresentação do programa. Mesmo assim, a apresentadora da SIC, de uma forma geral, mostrou-se capaz de acompanhar os muitos risos dos seus inúmeros convidados, algo que, pelo menos de forma tão evidente, não aconteceu nos restantes dois programas analisados (que, importa destacar, tiveram não uma pessoa a apresentar, mas duas).

5.2.3. O *Você na TV!,* na TVI: uma "reunião" de diferentes e articulados risos

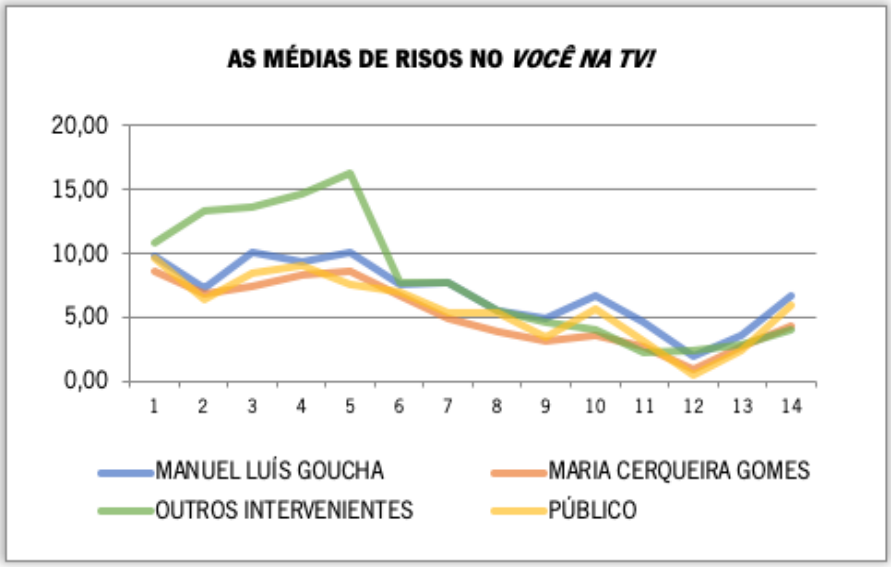


Gráfico 4: As médias de risos, por episódio, no *Você na TV!*, com base nos dados registados entre 07 de janeiro e 01 de fevereiro de 2019 (dias úteis)

Um aspeto que parece desde logo sobressair no programa da TVI, com base no "Gráfico 4", é o desempenho do "público". De facto, ao contrário do que aparenta ter acontecido n'*O Programa da Cristina*, esse mostrou-se capaz de acompanhar, de forma razoável, o número de risos dos "apresentadores" e dos "outros intervenientes". Isso, muito provavelmente, deve-se ao facto de, durante o período da análise, o *Você na TV!* ter mostrado o seu público de estúdio de forma regular nas suas emissões (à semelhança daquilo que aconteceu também no programa da RTP1). Algo que não ocorreu no *talk show* da SIC, em que o público e, por consequência, o seu riso, foi visível menos vezes. Assim, com base nos dados apurados, o *Você na TV!* aparentou ser uma "reunião" de diferentes e articulados risos.

Em concordância com aquilo que aconteceu na RTP1, mas não de forma tão significativa, o programa da TVI, no geral, durante as quatro semanas de análise, também recorreu a "outros

intervenientes" para injetar um número considerável de risos, sobretudo na primeira metade do programa. Tal como aconteceu no programa da SIC, *O Você na TV!* demonstrou igualmente ter inserido momentos de não-riso regulares antes dos instantes finais do programa, de forma a "temperar" a sua atividade emocional.

Porém, nesses instantes finais, tendo como base os "Gráficos 3 e 4", habitualmente, todos os diferentes tipos de risos aparentaram de novo surgir nos dois programas matinais oriundos da televisão privada. Esse aspeto, de acordo com o "Gráfico 2", não parece ter acontecido, pelo menos de forma regular, no programa de serviço público. Partindo dos dados apurados, O *Você na TV!* e *O Programa da Cristina* mostram começar e terminar as suas emissões da mesma forma, isto é, envoltos em risos.

5.3. O riso dos apresentadores e das apresentadoras

Cristina Ferreira
N.º de risos: 3 099[331]

Manuel Luís Goucha
N.º de risos: 1 884[332]

Sónia Araújo
N.º de risos: 1 505[333]

Os rostos visíveis mais prestigiosos dos *talk shows* matinais são, por norma, em Portugal, mas não só, os dos apresentadores e das apresentadoras. Mas, uma vez que esses programas são habitualmente preenchidos com uma dose elevada de emoções positivas, não apenas a presença regular desses semblantes é fundamental, como também que se mostrem a rir. Esse aspeto é deveras evidente quando se observa, no "Gráfico 5", de forma separada, os 9 259 risos provenientes desses apresentadores, em Portugal, nas quatro semanas da análise.

Na presente investigação, conforme se verifica no "Gráfico 5", os apresentadores que mais riram foram Cristina Ferreira e Manuel Luís Goucha (4 983). Na verdade, riram mais do que todos os restantes juntos, Sónia Araújo, Maria Cerqueira Gomes e Jorge Gabriel (4 276). Ainda a salientar o facto de Cristina Ferreira ter conseguido rir mais sozinha (3 099) do que Sónia Araújo e Jorge Gabriel juntos (2 817), os dois apresentadores do programa da RTP.

Com base nos dados recolhidos, e conforme já analisado, o riso foi mostrado com mais frequência nos dois programas oriundos da televisão privada. Porém, no "Gráfico 5", de acordo com o reduzido número de risos de Maria Cerqueira Gomes (1 459), que, à data, era a mais recente apresentadora dos três *talk shows* matinais, parece que a frequência do riso pode também estar associada à experiência (e, por consequência, ao à-vontade) dos apresentadores nesses mesmos programas que conduzem.

Importa ainda aludir que nos referimos a uma enorme quantidade de risos visíveis naquela que é, pelos mais variados fatores, muitas vezes, intitulada de "televisão de companhia". Além disso,

[331] Na SIC, de 07 de janeiro a 01 de fevereiro de 2019 (dias úteis).
[332] Na TVI, de 07 de janeiro a 01 de fevereiro de 2019 (dias úteis).
[333] Na RTP1, de 07 de janeiro a 01 de fevereiro de 2019 (dias úteis).

conforme já analisado no capítulo 4 (no subtópico 4.1.2.), trata-se de um público muito particular aquele que é, por norma, "acompanhado" diariamente por estes programas, em Portugal, mas não só. Nesse sentido, é então provável que, em alguns casos, certos telespetadores, a vários níveis carentes e debilitados, empreguem mais tempo a observar alguns dos rostos desses apresentadores e dessas apresentadoras do que de alguns dos seus vizinhos, amigos ou até mesmo familiares.

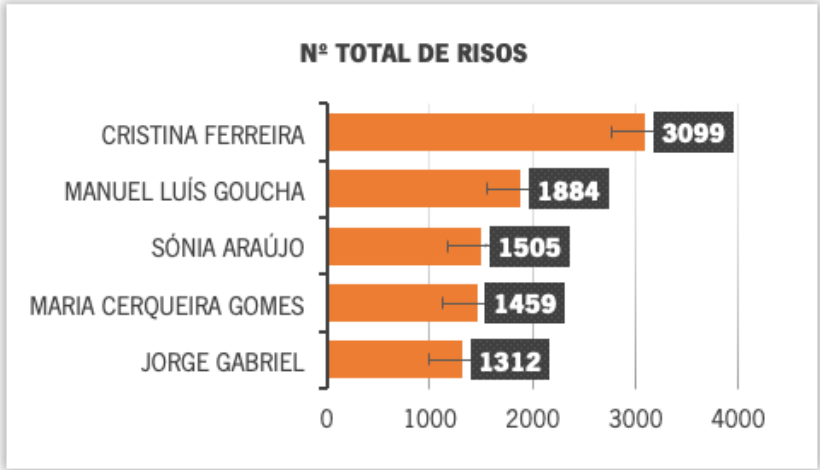


Gráfico 5: Número total de risos registado por parte dos "apresentadores" e das "apresentadoras", de 07 de janeiro a 01 de fevereiro de 2019 (dias úteis)

Assumindo que isso possa realmente acontecer, e tendo também como base os vários números de risos apresentados no "Gráfico 5", parece então razoável referir que uma grande fonte visual de emoções positivas, para um determinado número de pessoas, em Portugal, pode realmente estar a vir dos apresentadores dos *talk shows* matinais. Assim, para certos telespetadores, criar com tais personagens televisivas uma afinidade especial, parece ser mesmo apenas uma questão de tempo. Na verdade, esse pode muito bem ser o rosto humano mais regular, mais animado e mais empático que têm (visualmente) disponível em suas vidas.

5.3.1. A *Praça da Alegria*, na RTP1: o riso (necessariamente) modesto de Jorge Gabriel e Sónia Araújo

Tendo como base a observação efetuada aos programas durante as quatro semanas, Jorge Gabriel e Sónia Araújo aparentaram estar bem cientes daquilo que são os muitos "compromissos" de um programa de serviço público (analisados neste documento nos subtópicos 3.1.8. e 3.1.9.). Esse é um aspeto que, embora indiretamente, parece ter afetado a quantidade de riso de ambos. De facto, ainda que tenham rido, e, em alguns momentos, com bastante regularidade e intensidade, de acordo

com o "Gráfico 2" (no subtópico 5.2.1.), é notório que os apresentadores fizeram dos seus risos um aspeto secundário na *Praça da Alegria* – algo que não se verificou, pelo menos de forma tão evidente, nos restantes dois programas.

A verdade é que, de uma forma geral, nem todos os intervenientes de um programa podem ver o seu riso exibido de igual forma. Em condições normais, para que o riso de uns possa ter mais protagonismo, o de outros, necessariamente, terá de ter menos. Dessa forma, com base nos dados analisados, parece sensato referir que ambos os apresentadores da RTP1 aparentaram estar dispostos a tirar algum protagonismo ao seu riso de forma a dá-lo a outros risos.

De acordo com a análise complementar dos 60 episódios, foi também possível notar que ambos os apresentadores, salvo raras exceções, parecem ter conseguido controlar razoavelmente bem o seu riso, e não o oposto (como, em alguns momentos, tendeu a acontecer nos restantes dois programas). Aparentou tratar-se, então, a vários níveis, na RTP1, por parte dos apresentadores, de um riso modesto, ou seja, capaz de reconhecer o espaço em que se insere e, por consequência, os vários "limites" que lhe dizem respeito.

5.3.2. *O Programa da Cristina*, na SIC: o riso abundante e regular de Cristina Ferreira

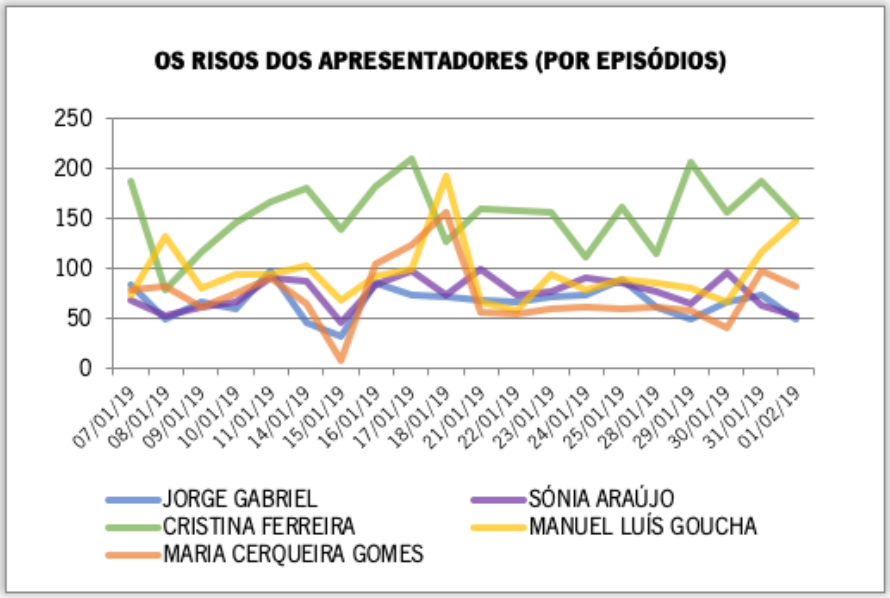


Gráfico 6: Número de risos registado por cada um dos apresentadores, em cada um dos episódios, de 07 de janeiro a 01 de fevereiro de 2019 (dias úteis)

De acordo com o "Gráfico 6", é possível notar que a superioridade de Cristina Ferreira a rir não foi manifestada apenas no total das quatro semanas, mas, também, salvo raras exceções, em cada um dos

diferentes dias da análise. A apresentadora da SIC riu, a cada dia, quase sempre mais que todos os restantes apresentadores. Foi também a única pessoa na apresentação dos programas que conseguiu o feito de rir mais de 200 vezes num único episódio – e conseguiu-o não uma vez, mas duas. Algo que só o experiente apresentador da TVI, Manuel Luís Goucha, esteve perto de conseguir, e por uma só vez.

Se, conforme acima aludido, assumirmos que o riso dos apresentadores pode ser, para determinados telespetadores, a principal fonte de vivacidade e de jovialidade nas suas vidas, então, é plausível referir, ainda com base no "Gráfico 6", que, para muitas dessas pessoas, Cristina Ferreira seja a figura mais atraente. De facto, durante as quatro semanas da análise, foi no seu rosto que o riso foi visto não apenas em maior quantidade, mas também com mais regularidade, comparativamente aos restantes *talk shows* matinais da televisão portuguesa.

5.3.3. O *Você na TV!,* na TVI: um riso dividido em dois risos distintos

No "Gráfico 5" é evidente que Maria Cerqueira Gomes riu menos que Manuel Luís Goucha, apesar de terem apresentado juntos o programa da TVI. O riso aparentou, assim, por parte dos apresentadores, no *Você na TV!*, ter sido exibido em dois ritmos distintos. A inexperiência de Maria Cerqueira Gomes no programa, comparativamente à experiência de Manuel Luís Goucha, como já referido, mostra ter estado na base desse número inferior de risos. Porém, segundo a análise complementar dos episódios, um outro aspeto, que pode muito bem, em parte, ser consequência desse, parece também ter contribuído para a escassez de risos.

No capítulo 4 (subtópico 4.1.7.) ponderou-se sobre a necessidade dos apresentadores dos *daytime talk shows* serem, para além de simpáticos, empáticos (uma vez que os mesmos trabalham com uma retórica maioritariamente emocional). Nesse campo em particular, durante a análise, a nova apresentadora da TVI, quando comparada com Manuel Luís Goucha, mostrou, de uma forma geral, uma menor dose de empatia, quer na abordagem de algumas temáticas, quer também no trato de alguns convidados.

Contrariamente à interpretação de Maria Cerqueira Gomes, em que a empatia, apesar de ter existido, aparentou ser uma preocupação secundária, em Manuel Luís Goucha, de um modo geral, durante a apresentação do programa, parece ter sido um dos seus principais objetivos, quer nos momentos de riso, quer também nos momentos de não-riso. As perguntas de opinião, por norma, estiveram na base desses inúmeros e efémeros relacionamentos empáticos cultivados por parte do já bastante experimentado apresentador da TVI.

5.4. O riso de outros intervenientes

Praça da Alegria
N.º de risos de "outros intervenientes": 2641[334]

O Programa da Cristina
N.º de risos de "outros intervenientes": 2855[335]

Você na TV!
N.º de risos de "outros intervenientes": 2149[336]

Como, de uma forma geral, tende a acontecer com os *talk shows* televisivos ao redor do mundo, os que ocupam a primeira metade do *daytime*, em Portugal, são preenchidos com a intervenção de outros participantes que não os apresentadores e o público de estúdio. E é óbvio que, entre esses, dependendo das temáticas que abordam, mas não só, uns apresentam-se com mais disposição para rir (e fazer rir) e outros com menos. Ainda assim, tendo como base o "Gráfico 7", nos três principais *talk shows* matinais, durante as quatro semanas de análise, foram contabilizados 7 645 risos provenientes de "outros intervenientes". Sem dúvida, um número significativo, ainda mais se for levado em consideração o facto de estes programas, de um modo geral, perante os seus convidados, não se autointitularem cómicos ou humorísticos.

5.4.1. A *Praça da Alegria*, na RTP1: o riso popular dos populares

No subtópico 5.2.1 (como base o "Gráfico 2") foi referido que, durante a presente análise, o grande "desestabilizador" de riso da *Praça da Alegria* foram os "outros intervenientes", ou seja, uma parte significativa dos convidados. Tal aspeto aparenta realmente ser um indicador positivo para o

[334] Na RTP1, de 07 de janeiro a 01 de fevereiro de 2019 (dias úteis).
[335] Na SIC, de 07 de janeiro a 01 de fevereiro de 2019 (dias úteis).
[336] Na TVI, de 07 de janeiro a 01 de fevereiro de 2019 (dias úteis).

programa de serviço público, pois, como já mencionado, o mesmo deve ter o objetivo contínuo de dar (simbolicamente) voz a quem não tem voz. E é claro que o riso faz parte – sendo também um indicador de boa saúde – dessa voz figurativa. Tratou-se, assim, de acordo com os dados recolhidos, não apenas de um serviço público construído com o próprio público, mas, também, de um serviço público construído com o próprio riso do público.

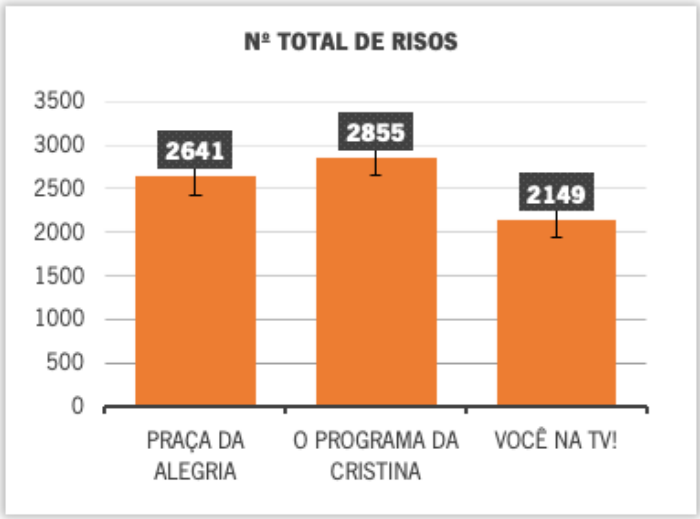


Gráfico 7: Número total de risos registado por parte dos "outros intervenientes", em cada um dos programas, de 07 de janeiro a 01 de fevereiro de 2019 (dias úteis)

No programa da RTP1 foi possível observar de forma constante pessoas ligadas a tradições populares portuguesas, assim como demonstrações regulares de certos costumes. Nesse sentido, mais do que um espelho fechado em si próprio, a *Praça da Alegria* aparentou estar empenhada em ser uma janela aberta – uma janela aberta para o mundo tradicional português. Um universo particular que, entre inúmeras outras coisas, tem também um riso singular. Um riso fácil, acessível, enfim, popular.

5.4.2. *O Programa da Cristina*, na SIC: um riso com umas pitadas de pranto

Observando o "Gráfico 7", é possível notar que, durante as quatro semanas da análise, os "outros intervenientes" *d'O Programa da Cristina* foram aqueles que mais riram. Porém, levando em conta a análise complementar dos 60 episódios, esses mostraram igualmente ser os participantes que mais confortavelmente expuseram emoções que, por norma, estão associadas à tristeza. Dessa forma, parece então sensato afirmar que, n'*O Programa da Cristina,* o abundante riso dos convidados foi constantemente temperado com umas pitadas de pranto. De um modo geral, no

programa da SIC, não foi fácil encontrar períodos razoavelmente longos sem uma qualquer demonstração emocional, algo muito distinto da *Praça da Alegria.*

5.4.3. O *Você na TV!,* na TVI: um riso em menor quantidade, mas de igual importância

Tendo ainda como base o "Gráfico 7", é possível observar que, durante o período de análise, os "outros intervenientes" do *Você na TV!* foram aqueles que menos riram. Ainda assim, conforme indicado no "Gráfico 4" (no subtópico 5.2.3.), o programa da TVI recorreu a "outros intervenientes" de forma regular para inserir uma dose razoável risos, sobretudo em parte da primeira metade do programa. Deste modo, embora esse riso em particular, quando comparado com o dos outros dois programas, tenha aparentemente sido apresentado menos vezes, mostrou ser igualmente importante para o programa matinal da TVI.

5.5. O riso do público de estúdio

Praça da Alegria
N.º de risos do
"público": 897[337]

O Programa da Cristina
N.º de risos do
"público": 820[338]

Você na TV!
N.º de risos do
"público": 1555[339]

Com base na observação complementar dos 60 episódios, o público de estúdio, de um modo geral, nestes programas, aparentou ter a função de envolver, das mais variadas formas, os apresentadores e os outros intervenientes. Apesar de, por norma, durante a análise, todos esses indivíduos terem sido mostrados como membros de um coletivo, alguns, por breves momentos, conseguiram adquirir um certo protagonismo individual, sobretudo nos programas da RTP1 e da TVI. Dessa forma, é então provável que alguns telespetadores cultivem também, com determinados membros habituais do público de estúdio, uma certa conexão visual e afetiva.

No "Gráfico 8" é possível notar que, durante o período de análise, o "público" que teve o riso mais interventivo, em termos quantitativos, foi o do *Você na TV!* (1 555). E esse mesmo "público", de forma isolada, conseguiu rir quase tanto quanto o dos outros dois programas juntos (1 717). Mesmo assim, não deixa de ser evidente que o número de risos contabilizados nos três programas, dentro desta categoria (3 272), foi significativamente inferior ao número de risos registado por parte dos "apresentadores" e das "apresentadoras" (9 259) e por parte dos "outros intervenientes" (7 645). Isso significa que, das três principais fontes de riso destacadas

[337] Na RTP1, de 07 de janeiro a 01 de fevereiro de 2019 (dias úteis).
[338] Na SIC, de 07 de janeiro a 01 de fevereiro de 2019 (dias úteis).
[339] Na TVI, de 07 de janeiro a 01 de fevereiro de 2019 (dias úteis).

neste estudo, esta aparentou ser, dentro do período de análise, e tendo obviamente em conta os parâmetros da investigação, a menos influente.

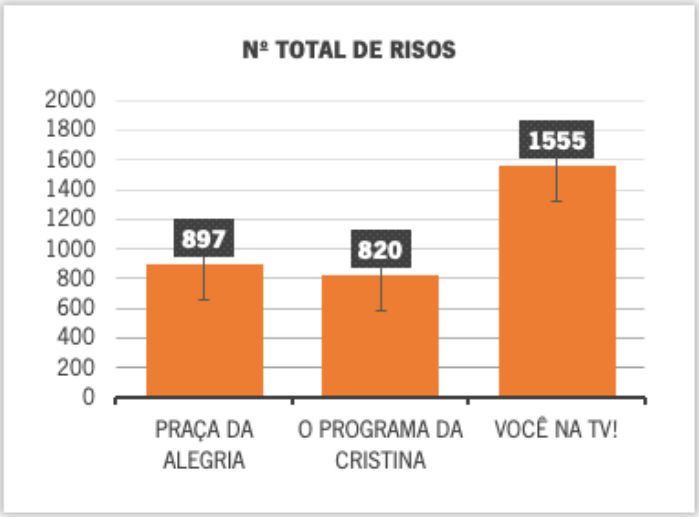


Gráfico 8: Número total de risos registado por parte do "público", em cada um dos programas, de 07 de janeiro a 01 de fevereiro de 2019 (dias úteis)

5.5.1. A *Praça da Alegria*, na RTP1: um riso, acima de tudo, coordenado

Durante a análise realizada, foi notório que alguns membros do público de estúdio da *Praça da Alegria* mostraram uma certa cumplicidade com os apresentadores e com alguns dos convidados mais frequentes do programa, sendo que algo idêntico aconteceu no *talk show* matinal da TVI. É provável que isso faça com que, aos olhos dos telespetadores, esses grupos aparentem ser mais relevantes e mais envolvidos com o "todo" do programa e que, por consequência, o seu riso seja também compreendido como algo menos mecanizado e acessório.

Porém, contrariamente ao público de estúdio do *Você na TV!,* o do programa matinal de serviço público, na RTP1, não aparentou ter tanta liberdade para intervir de forma espontânea no desenrolar da emissão. O riso do público de estúdio da *Praça da Alegria* mostrou então ser, acima de tudo, coordenado.

5.5.2. *O Programa da Cristina*, na SIC: um riso praticamente (e, quiçá, convenientemente) invisível

De uma forma geral, durante a análise realizada, foi possível notar que praticamente todo *O Programa da Cristina* girou em torno da apresentadora. Dessa forma, não será descabido ponderar que

uma grande quantidade do riso proveniente desse público de estúdio, muitas vezes imperceptível aos telespetadores (por estar de frente para a apresentadora, ou seja, por detrás das câmaras), tenha existido com um único fim: o de criar um ambiente humano que potenciasse ainda mais o bem visível e audível riso de Cristina Ferreira.

5.5.3. O *Você na TV!,* na TVI: um público capaz de rir mais e, surpreendentemente, de fazer rir

Segundo o "Gráfico 8", o "público" do programa da TVI foi aquele que mais riu. Porém, tendo como base a observação complementar dos 60 episódios, é possível referir que foi também o que mais fez rir. De facto, alguns desses membros mostraram ter uma incomum liberdade para se expressarem durante o desenrolar das emissões. Assim, esse aspeto contribuiu para que, em certos momentos, de forma surpreendente, o estímulo de riso dos apresentadores estivesse no próprio público de estúdio, e não o oposto, como, em teoria, é suposto que aconteça.

5.6. Uma apreciação geral aos principais pontos analisados

Nos 10 episódios com maior número de risos,
a *Praça da Alegria* surge apenas uma vez (e em último lugar)[340]

Nos 10 episódios com maior número de risos por parte dos apresentadores,
Cristina Ferreira só não aparece uma vez (e está em primeiro e em segundo lugar)[341]

Tal como referido no resumo geral deste capítulo, o mesmo visou, numa primeira fase, apresentar os inúmeros dados quantitativos recolhidos na análise dos 60 episódios e, depois, construir uma reflexão em torno de, sobretudo, três pontos principais: a diferença entre o número de risos do programa de serviço público e dos restantes dois programas provenientes da televisão privada (subtópico 5.6.1.); os principais ingredientes que provocaram o riso e em que momentos isso tendeu a acontecer (subtópico 5.6.2.); e a possível conexão entre o riso e as audiências televisivas, nos programas matinais, em Portugal (subtópico 5.6.3.).

5.6.1. Entre os risos do privado e os (sor)risos do serviço público

Na "Tabela 4", que mostra os dez episódios com maior número risos, a *Praça da Alegria* surge apenas uma vez (e em último lugar). Na "Tabela 5" (no subtópico 5.6.3.), que indica os dez episódios com maior número de risos por parte dos apresentadores, Jorge Gabriel e Sónia Araújo não aparecem nem uma única vez. Tendo estes e outros dados já analisados como base, parece então pertinente referir que, pelo menos durante o período de análise, a exposição do riso, para o programa de serviço público, não aparentou ser algo tão importante quanto para os restantes dois programas oriundos da televisão privada (apesar de, ainda assim, ter existido um número significativo de risos no programa da RTP1). Dessa forma, até mesmo na quantidade de risos, a *Praça da Alegria* parece ter-se apresentado aos telespetadores como uma alternativa.

Importa ainda salientar o aspeto que ficou bem evidente no "Gráfico 2" (no subtópico 5.2.1), o qual mostrou que, de uma forma geral, durante a análise, a grande fonte de riso do programa de serviço público

[340] "Tabela 4". Com base nos dados recolhidos de 07 de janeiro a 01 de fevereiro de 2019 (dias úteis).
[341] "Tabela 5". Com base nos dados recolhidos de 07 de janeiro a 01 de fevereiro de 2019 (dias úteis).

esteve na categoria "outros intervenientes", ou seja, numa parte significativa dos inúmeros convidados. Nesse sentido, o programa da RTP1 não aparentou apenas ter estado empenhado em fazer serviço público com os membros do próprio público, mas, também, e muito provavelmente de forma inconsciente, em mostrar – e até mesmo favorecer – os muitos risos desse mesmo público.

De um modo geral, durante a análise, a *Praça da Alegria* mostrou-se mais empenhada em formar e informar, enquanto sorria de forma simpática, do que em atrair inúmeras audiências por, entre outras coisas, rir de um jeito profundamente empático. Aparentou assim tratar-se, mais do que uma questão de habilidade, de uma questão de identidade. No entanto, é um facto que a habilidade não pode ser um dado colocado totalmente de fora desta equação.

OS 10 EPISÓDIOS COM MAIOR N.º DE RISOS			
Posição	**Data**	**Programa**	**Risos (n.º)**
1.º	18/01/19	*Você na TV!*	725
2.º	31/01/19	*O Programa da Cristina*	587
3.º	17/01/19	*Você na TV!*	547
4.º	01/02/19	*Você na TV!*	504
5.º	16/01/19	*O Programa da Cristina*	456
6.º	16/01/19	*Você na TV!*	451
7.º	30/01/19	*O Programa da Cristina*	445
8.º	17/01/19	*O Programa da Cristina*	438
9.º	31/01/19	*Você na TV!*	435
10.º	18/01/19	*Praça da Alegria*	410

Tabela 4: Os 10 episódios com maior número de risos registado, de 07 de janeiro a 01 de fevereiro de 2019 (dias úteis)

5.6.2. De onde (mais) brota o (tão abundante) riso?

No "Gráfico 9" destacam-se sobretudo três picos de risos: dois na TVI e um na SIC. Segundo a análise complementar dos episódios, foi possível observar que, em parte, o ambiente por detrás desses distintos momentos de muito riso foi idêntico. A base de aglomerados de risos, de um modo geral, aparentou ter estado na abordagem a temáticas ligeiras e, por consequência, na vivência de um ambiente mais relaxado por parte dos intervenientes envolvidos. No episódio com maior número de risos contabilizados nesta investigação, a 18/01/19, por exemplo, uma parte desses risos partiu de um diálogo sobre "brinquedos sexuais".

Nestes programas, por norma, o riso é despertado pelo objeto que cai, o apresentador que

tropeça, a frase com vários sentidos, etc. De um modo geral, também não são oferecidos aos telespetadores ingredientes complexos para que eles construam intelectualmente o seu próprio riso sem que o vejam nos principais intervenientes. Salvo raras exceções, o risível é oferecido já envolto em risos bem visíveis e audíveis.

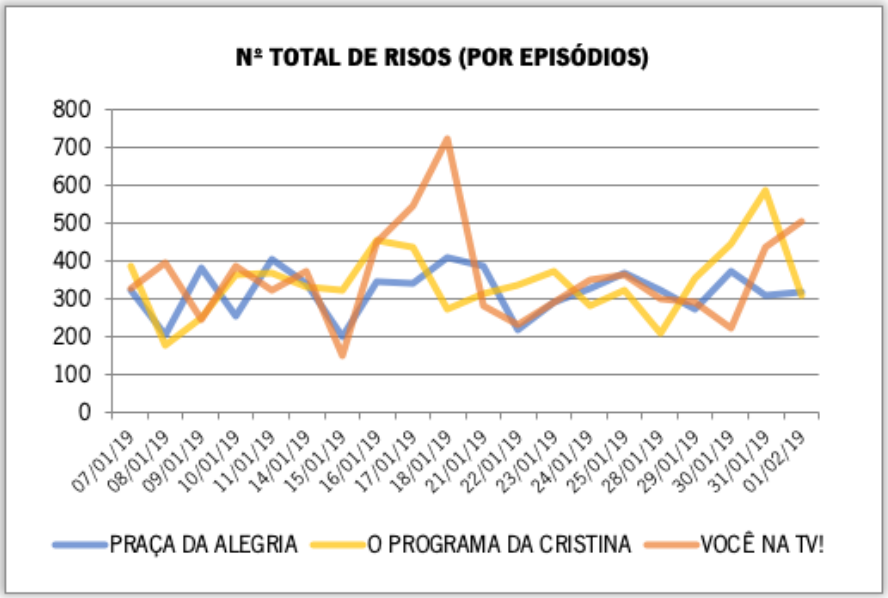


Gráfico 9: Número de risos registado por cada um dos episódios, de 07 de janeiro a 01 de fevereiro de 2019 (dias úteis)

De acordo com os dados quantitativos e a análise complementar dos episódios, parece possível crivar este abundante riso em, pelo menos, quatro camadas. Primeiro que tudo, como já mencionado, nos três programas analisados, o riso aparentou germinar com mais intensidade na abordagem a temáticas ligeiras e, consequentemente, na vivência de uma atmosfera mais relaxada por parte dos intervenientes. Depois, o mesmo foi visível com mais assiduidade nos dois programas oriundos da televisão privada ("Gráfico 1"). E, ainda, nesses dois distintos *talk shows*, o riso foi mais frequentemente observado nos minutos iniciais e nos instantes finais ("Gráficos 3 e 4"). Por último, foi também bastante evidente que desses três principais rostos oriundos dos programas da televisão privada, o de Cristina Ferreira foi, inquestionavelmente, aquele que mais vezes deu morada ao riso ("Gráfico 5").

5.6.3. O riso e as audiências televisivas: existirá relação?

O riso, por si só, em termos quantitativos, com base nos dados apurados, não aparenta influenciar as audiências televisivas de forma positiva. Com efeito, o programa em que, no presente

estudo, se contabilizaram mais risos ("Gráfico 1"), o *Você na TV!*, não foi o mesmo que, de janeiro a abril, teve o melhor desempenho em termos de audiências (GfK, 2019a). Todavia, não deixa de ser curioso notar que o programa que teve a apresentadora que mais vezes riu ("Tabela 5"), *O Programa da Cristina,* esse, sim, foi líder nos meses acima referidos (GfK, 2019a).

OS 10 EPISÓDIOS COM MAIOR N.º DE RISOS POR PARTE DOS APRESENTADORES			
Posição	**Data**	**Apresentador(a)**	**Risos (n.º)**
1.º	17/01/19	Cristina Ferreira	210
2.º	29/01/19	Cristina Ferreira	207
3.º	18/01/19	Manuel Luís Goucha	193
4.º	07/01/19	Cristina Ferreira	188
5.º	31/01/19	Cristina Ferreira	188
6.º	16/01/19	Cristina Ferreira	183
7.º	14/01/19	Cristina Ferreira	180
8.º	11/01/19	Cristina Ferreira	166
9.º	25/01/19	Cristina Ferreira	162
10.º	22/01/19	Cristina Ferreira	158

Tabela 5: Os 10 episódios com maior n.º de risos registado por parte dos apresentadores, de 07 de janeiro a 01 de fevereiro de 2019 (dias úteis)

Com isso em mente, reavivemos uma pequena consideração tida na parte introdutória deste documento, sustentada na analogia de Robert Burton (2017, p. 99), em *A anatomia da Melancolia.* O teórico abordou alguns "ingredientes" que alimentam uma reflexão sobre dois tipos fundamentais de riso: o riso que participa em algo e o riso que repele algo. Trata-se, então, como já considerado, da diferença entre dizer, rindo, "estamos bêbados!", ou dizer, igualmente rindo, "estás bêbado!". É a disparidade entre um riso que é partícipe, cúmplice e empático e um que é superior, distante e apático. São então dois risos, mas diametralmente opostos. Um deles é interveniente de uma "loucura" e o outro é seu opositor.

Tendo esta analogia como base, e com um olhar para o fenómeno o mais amplo possível (até mesmo para lá das emissões selecionadas neste estudo), reflitamos naquilo que, indireta e simbolicamente, pode estar a sustentar o riso de alguns dos apresentadores dos principais *talk shows* matinais, em Portugal.

De forma recorrente, Manuel Luís Goucha refere que possui uma herdade no Alentejo. Por sua vez, Jorge Gabriel não se inibe de constantemente trazer a público a sua paixão pelo golfe. Todavia, algo semelhante não aparenta acontecer no discurso regular de Cristina Ferreira, pelo menos para já.

Na verdade, de um modo geral, a sua comunicação parece ser mais focada nas suas fragilidades (as dificuldades com o inglês, os medos com o filho, as contas que tem de pagar, etc.). Dessa forma, enquanto Manuel Luís Goucha e Jorge Gabriel, nas suas exposições em público, aparentam não se inibir de destacar aquilo que os faz sobressair entre a maioria das pessoas, sendo ainda assim bastante simpáticos, Cristina Ferreira parece preferir destacar aquilo que a faz parecer igual – ou até mesmo inferior – à maioria das pessoas. Assim sendo, a apresentadora mostra para com todas elas não apenas uma contínua simpatia, como também uma profunda empatia.

Se tivermos como base o já destacado pensamento de Robert Burton (2017, p. 99), é então possível referir que enquanto Jorge Gabriel e Manuel Luís Goucha aparentam, por vezes, simbolicamente, mas não só, com alguns aspetos do seu discurso, rir indiretamente "do" seu público, Cristina Ferreira parece apenas empenhada em rir diretamente "com o" seu público. Ou seja, ri apenas das coisas comuns a esse mesmo público. É até mesmo curioso notar que a apresentadora, em certos momentos, quando mostra alguns dos seus luxos, como, por exemplo, viagens a locais paradísicos, aparenta fazê-lo com um cuidado especial, afirmando que o faz para partilhar com quem muito provavelmente, como acontecia com ela no passado, não tem outra oportunidade de conhecer esses lugares senão por meio de terceiros. Isso significa que, até mesmo nos momentos de ostentação, Cristina Ferreira parece continuar a ter uma retórica empática e afetiva. Trata-se de um estilo de comunicação que, sem dúvida, se aproxima bastante daquele que, nos EUA, foi usado por Oprah (e destacado neste documento no subtópico 4.1.12.).

Como é já há muito sabido, mas, aparentemente, também, muito fácil de esquecer, aquilo que um apresentador ou uma apresentadora é para o seu próprio público, não se resume apenas ao período da transmissão televisiva. Na verdade, hoje em dia, há um sem-número de outros meios que prolongam essa mesma comunicação (como, por exemplo, ocorre de forma bastante evidente com as redes sociais, mas não só). É, então, obviamente necessário que mostrem coerência nas suas múltiplas plataformas discursivas e, evidentemente, também nos seus distintos tipos de discurso. E se a televisão moderna solicita, indiretamente, a todos os seus intervenientes, momentos empáticos, aquela que se pratica no *daytime* televisivo exige, de forma bastante direta, uma ininterrupta e profunda demonstração de empatia.

Desse modo, com base na presente reflexão, a qual também se suportou nos múltiplos dados apresentados e analisados neste capítulo, é possível referir que há um tipo de riso, proveniente de um rosto singular, que aparenta realmente ser capaz de influenciar as audiências televisivas de forma positiva nos *talk shows* matinais, em Portugal. Trata-se de um riso, acima de tudo, empático, o qual,

inevitavelmente, necessita de ser cultivado, por parte do apresentador ou da apresentadora, no tempo e no espaço. Assim, para que isso aconteça, é indispensável, da parte dos apresentadores, uma profunda compreensão do seu próprio público, pois só é possível rir (ou até mesmo chorar) das coisas do público, se se compreender exatamente de que coisas é que esse público ri (ou chora).

CAP. 6 – ENTRE O RISO VISÍVEL E O INVISÍVEL: OBSERVAÇÃO DE DOIS LOCAIS DE EMISSÃO

O objetivo essencial deste capítulo foi o de compreender a diferença entre aquilo que é observável no televisor (muito riso) e aquilo que não é, mas que existe no local das emissões. O propósito, no final, foi refletir sobretudo acerca de quatro questões fundamentais: 1) Existiu igualmente uma atmosfera de muita animação e riso fora dos períodos de emissão? 2) Que diferentes estratégias parecem ter existido, no cultivar dessa enorme vivacidade, entre o programa de serviço público, a *Praça da Alegria*, e o da televisão privada, *O Programa da Cristina*? 3) De que forma o distinto ambiente (social) vivido por cada uma das equipas aparentou influenciar o comportamento dos vários profissionais, dentro e fora das emissões? E, por fim, 4) Que exemplos concretos podem ser destacados em que, em situações semelhantes, tenha ficado evidente a existência de atuações distintas por parte de cada um dos coletivos analisados?

6.1. Alguns aspetos específicos a considerar no estudo apresentado

Observação no local de
emissão da *Praça da Alegria:*
17, 18, 19 e 23 de setembro de 2019,
na RTP Porto (em Vila Nova de Gaia)[342]

Observação no local de emissão
d'*O Programa da Cristina:*
4 a 7 de novembro de 2019, nos estúdios da
SIC (no Parque Holanda, em Carnaxide)[343]

Serve o presente subtópico (6.1.) somente como complemento daquilo que foi redigido na parte introdutória deste trabalho, em "III. Descrição das opções metodológicas: b. *Observação (direta, estruturada e reativa)*". Posto isto, nesta etapa, torna-se assim indispensável uma (re)visita a essa consideração em específico.

Neste capítulo, como já mencionado, o objetivo foi o de compreender o que está por detrás do tão avantajado e visível riso televisivo que, como examinado na consideração anterior, pode atingir quantidades realmente significativas por parte dos diversos envolvidos. Assim sendo, na parte empírica deste documento, referente aos *talk shows* matinais, em Portugal, procurou-se analisar não apenas aquilo que, ao nível de riso, é visível aos comuns telespetadores (no capítulo 5), mas também aquilo que não é, e que naturalmente influencia e muito o que se vê no televisor (neste mesmo capítulo).

Tal como também já referido, tratou-se de uma *observação direta*, *estruturada e reativa,* realizada em dois locais e momentos distintos. Primeiro, em 17, 18, 19 e 23 de setembro de 2019, na RTP Porto (em Vila Nova de Gaia), no local de emissão da *Praça da Alegria.* E, posteriormente, de 4 a 7 de novembro de 2019, nos estúdios da SIC (no Parque Holanda, em Carnaxide), no local de emissão d'*O Programa da Cristina*. Importa igualmente recordar que o *diário de investigador*, numa primeira etapa, e, depois, a *análise do conteúdo*, mostraram ser instrumentos de auxílio indispensáveis nesta fase em particular da investigação.

[342] A observação foi realizada pelo autor da tese.
[343] A observação foi realizada pelo autor da tese.

6.1.1. O (convenientemente eliminado) preconceito do investigador

Em termos de extensão este é, sem dúvida, o menor capítulo apresentado neste documento. Todavia, muito provavelmente, será o mais importante para o investigador. Na verdade, tratou-se do momento em que as inúmeras leituras acerca do *daytime* televisivo (e, por consequência, as múltiplas ideias concebidas a esse respeito) foram confrontadas com a realidade. Uma surpreendente e inesperada realidade, que foi capaz de fazer estremecer, em inúmeros aspetos, o pensamento que estava, já há vários anos, a ser edificado pelo autor.

Conforme analisado no capítulo 4 (no subtópico 4.1.1.), de um modo geral, nos últimos anos, a opinião pública aparenta ter cultivado, a respeito do *daytime* televisivo (e, por consequência, dos vários profissionais que lhe dão rosto), uma olhar depreciativo. Certamente que alguns exemplos de imoderação (principalmente nos EUA, mas não só) levaram a que isso acontecesse. Para muitos, o *daytime* televisivo passou assim não apenas a ser chamado de "lixo", mas, também, muito provavelmente de forma inconsciente, a ser tratado como tal. Um olhar unidirecional do qual nem mesmo alguns estudos académicos parecem ter conseguido abstrair-se totalmente. De facto, em alguns casos, essa aparenta ter sido a base por onde se começou a refletir sobre este fenómeno, como se de uma verdade inabalável se tratasse.

Todavia, nesta análise em particular, o confronto com a realidade e com os vários profissionais inseridos nessa realidade (um aspeto que falta a certos estudos e, obviamente, a inúmeras opiniões), permitiu ao investigador destruir – e reconstruir – essa base que, de forma irrefletida, estava a ser também pelo próprio vista como um princípio fundamental.

Conforme já abordado, trata-se de uma realidade televisiva singular, aquela que se passa e se consome no *daytime* televisivo. Todavia, importa não esquecer que esses são programas vistos por milhões de pessoas ao redor do mundo, todos os dias e há vários anos. Dessa forma, se o "não fazer sentido" de uns tem de ser evidentemente ponderado, então, obviamente, o "fazer sentido" de outros, na mesma medida, também o deve ser. Assim, no presente documento, como já foi clarificado, nenhum desses pontos de vista necessita de ser superiorizado (ou rebaixado) em relação ao outro, apenas analisado. E se, agora, esse é um aspeto bem claro, até ao momento da observação não o era. Na base desse reajuste estiveram, entre certamente outros aspetos, dois fundamentais. Veremos de seguida quais.

O primeiro foi o contacto direto com os profissionais inseridos na sua própria realidade laboral. Muitos e variados mostraram ser os trajetos e os objetivos de cada um deles, mas, de um modo geral,

o empenho de todos aparentou ser o mesmo, sendo que todos estavam focados em ser bons profissionais. Contrariamente àquilo que se pensava, não aparentou haver, pelo menos de forma evidente, algum tipo de aproveitamento mal-intencionado de certas carências ou debilidades de certos convidados. Foi apenas observável um conjunto diversificado de profissionais a tentarem fazer o melhor possível dentro daquilo que é a já conhecida lógica – económica e televisiva, mas não só – do *daytime*. O segundo aspeto, consequência direta do primeiro, foi uma procura por novos e distintos ingredientes teóricos que tornassem possível cultivar uma visão menos *naturalmente* negativa – mas evidentemente sólida – sobre o *daytime* televisivo.

Dessa forma, em termos práticos, os distintos momentos da observação impulsionaram uma reanálise do ponto de vista que estava a ser cultivado até então e, por consequência, levaram a um significativo reajuste do mesmo. Esses muito reformulados pilares encontram-se, neste documento, sobretudo no capítulo 4 (no subtópico 4.1.), na consideração "O *daytime* televisivo: uma realidade diferente, não (necessariamente) indigente".

6.1.2. A inevitável – mas não incondicional – retórica de comparação

Tratando-se de uma observação de duas realidades que, apesar de muito semelhantes em inúmeros aspetos, são diferentes, tornou-se inevitável que uma contínua retórica de comparação fizesse parte deste capítulo. Todavia, tal como aconteceu na consideração anterior, não se tratou de uma mera confrontação incondicional, pois (conforme também já examinado neste documento, nos subtópicos 3.1.8. e 3.1.9.), apesar de existirem naturalmente muitos pontos em comum, existem igualmente vários aspetos que devem distinguir um programa televisivo de uma estação de serviço público de um programa televisivo de uma estação privada.

6.1.3. O planeamento da observação e a apresentação da análise

Como já mencionado, a atividade do observador no meio televisivo foi planeada tendo em vista duas fases distintas. Primeiro, sobretudo no primeiro dia, o objetivo principal foi o de ser "acolhido" pelo grupo de trabalho e, só depois, nos restantes dias, o foco esteve na análise do problema propriamente dito. Problema esse que, como também já referido, foi dividido em quatro questões fundamentais: (1) Existe igualmente um clima de euforia e riso fora do período de emissão?; (2) Quais as principais diferenças, no que diz respeito ao cultivar dessa vivacidade, entre a *Praça da Alegria*, o programa de serviço público, e *O Programa da Cristina*, oriundo da televisão privada?; (3) De que forma

o ambiente (social) circundante aparenta influenciar o comportamento dos vários intervenientes de cada uma das equipas, dentro e fora do período de emissão?; e (4) Que exemplos específicos podem ser destacados em que, em situações parecidas, tenha ficado evidente a existência de ações desiguais por parte de cada grupo?

A análise propriamente dita, em cada um dos espaços, foi também ela dividida em dois conjuntos fundamentais: primeiro, no "antes" e no "depois" das emissões e, de seguida, no "durante" e nas "pausas" das emissões. Em cada um desses dois diferentes aglomerados de observações, o foco esteve em, sobretudo, cinco áreas de ação: (1) o grupo no geral; (2) os apresentadores (e, no caso da SIC, apenas a apresentadora); (3) a restante equipa envolvente; (4) os convidados; e (5) o público de estúdio.

A exposição da análise, no presente capítulo, procurou assim, igualmente, separar as observações no local das emissões entre o "antes" e o "depois" (no subtópico 6.2.) e o "durante" e as "pausas" (no subtópico 6.3.). Em cada um desses diferentes subtópicos procurou-se refletir sobre os aspetos examinados em cada um dos locais, tendo obviamente em conta as cinco diferentes áreas de ação referidas no parágrafo anterior.

6.1.4. Duas importantes limitações do estudo apresentado

Entre certamente muitas outras possíveis limitações do estudo apresentado, aparentam destacar-se, pelo menos, duas essenciais, as quais não deixam de estar relacionadas, pelo menos em alguns aspetos, com própria natureza da investigação.

Primeiro, a observação foi uma tarefa efetuada apenas pelo autor deste trabalho. O que significa que não foi possível confrontar a sua visão com a de outros investigadores. E, segundo, a análise efetuada sustenta-se numa observação de somente oito dias (quatro em cada um dos locais). O que também significa que, inevitavelmente, inúmeros foram os aspetos que ficaram por percecionar e, consequentemente, também por analisar.

Ainda assim, é evidente que toda a análise aqui apresentada resulta de um trabalho meticuloso e cauteloso. Ainda que seja realmente prudente assumir a presença de alguma subjetividade, especialmente na descrição de certos comportamentos (pois esses não deixarão nunca de ter sido mediados por um olhar singular), de um modo geral, acredita-se que todos os aspetos descritos retratam algo muito próximo da realidade.

6.2. O "antes" e o "depois" das emissões (a *Praça da Alegria* e *O Programa da Cristina)*

No "antes" e no "depois" das emissões
Jorge Gabriel foi quem mais riu,
apesar de ter sido o apresentador a quem foram contabilizados menos risos durante as emissões[344]

No "antes" e no "depois" das emissões
Cristina Ferreira foi quem menos riu,
apesar de ter sido a apresentadora a quem foram contabilizados mais risos durante as emissões[345]

Durante o período de análise, e em cada um dos locais observados, o "antes" e o "depois" das emissões mostraram ter uma intensidade bastante distinta. Por norma, enquanto no "antes" foi possível observar um certo clima de desassossego, cultivado por praticamente todos os intervenientes, no "depois", de um modo geral, ficou evidente que o ambiente envolvente se tornou significativamente mais descontraído.

Nesses dois distintos períodos de análise foram vários os membros da equipa da *Praça da Alegria* que mostraram diferentes momentos de animação e de vivacidade, ainda assim, como um todo, o grupo não aparentou ter sido capaz de despir totalmente o seu formalismo. Formalismo esse que, por outro lado, salvo raras exceções, foi invisível no local de emissão d'*O Programa da Cristina,* em que as brincadeiras – a maioria em forma de pequenas partidas uns aos outros – dominaram por completo a interação do grupo. Dessa forma, apensar de ter havido riso no "antes" e no "depois" da *Praça da Alegria*, ficou claro que, pelo menos em termos quantitativos, esse ficou muito aquém daquele que ocorreu n'*O Programa da Cristina*.

[344] Estas duas informações foram baseadas, primeiro, na observação descrita neste mesmo capítulo (seis) e, segundo, nos dados que apresentados no anterior capítulo (cinco).
[345] Estas duas informações foram baseadas, primeiro, na observação descrita neste mesmo capítulo (seis) e, segundo, nos dados que apresentados no anterior capítulo (cinco).

6.2.1. Os apresentadores: de uma surpreendente agitação a uma muito inesperada calmaria

No "antes" e no "depois" das emissões, dos três membros observados na apresentação dos programas, Jorge Gabriel foi aquele que mais riu. Durante o período de análise, de um modo geral, ele correu, saltitou, riu, sorriu e interagiu de forma bastante animada com praticamente todos os membros do grupo. Ainda assim, com base no "Gráfico 5" (no subtópico 5.3.0.), Jorge Gabriel foi o apresentador a quem foram contabilizados menos risos durante as emissões, o que significa que, por consequência, foi também ele que, durante esse período, menos contribuiu diretamente para a vivacidade (visível) do programa. Mas o oposto também aconteceu, o que é realmente intrigante.

No "antes" e no "depois" das emissões, dos três membros observados na apresentação dos programas, Cristina Ferreira foi quem menos riu. Durante o período de análise, de um modo geral, ela mostrou uma postura razoavelmente introspetiva e silenciosa. Todavia, com base no "Gráfico 5" (no subtópico 5.3.0.), a apresentadora da SIC foi a pessoa a quem foram contabilizados mais risos durante as emissões. Isso significa que, pelo menos durante o intervalo da análise, foi também ela que manifestou uma maior e mais visível vivacidade em frente aos telespetadores dos principais *talk shows* da manhã, em Portugal.

Não deixou de ser igualmente intrigante notar que, embora bastante distante em alguns aspetos, a interpretação de Sónia Araújo aproximou-se mais da de Cristina Ferreira do que da de Jorge Gabriel. Salvo algumas exceções, os momentos de maior número de risos – ou de sorrisos abertos – por parte de ambas as apresentadoras ocorreram enquanto posavam para algumas fotografias, a maioria dessas evidentemente destinadas às redes sociais.

6.2.2. A restante equipa: entre o sucesso do programa e o bem-estar da apresentadora

Durante o período de observação, existiram certamente muitas diferenças entre o comportamento da equipa do programa da RTP1 e da equipa do programa da SIC. No entanto, existiu uma diferença em particular que se destacou de todas as outras. Enquanto o grupo de trabalho da *Praça da Alegria* mostrou estar empenhado no sucesso do programa e, por consequência, no bem-estar dos apresentadores, o grupo d'*O Programa da Cristina* aparentou, acima de tudo, privilegiar o bem-estar da apresentadora, o que aos seus olhos parecia por si só significar o sucesso do programa. Uma diferença aparentemente insignificante, mas que foi capaz de influenciar profundamente as mais variadas dinâmicas de grupo analisadas. Notemos de seguida dois pontos em que esse aspeto foi deveras evidente.

Primeiro, a equipa d'*O Programa da Cristina* aparentou estar mais recetiva aos erros uns dos

outros, desde que esses não prejudicassem, obviamente, de forma direta, a apresentadora e a sua prestação. Dessa forma, a falha humana, durante o período de análise, de um modo geral, pareceu ter sido no programa da SIC recebida com uma maior leveza e, muitas vezes, até mesmo potenciada (em jeito de brincadeira uns com os outros).

Segundo, a equipa d'*O Programa da Cristina* aparentou encarar o cenário de forma mais acessória e, por consequência, mais relaxada. Esse aspeto parece ter igualmente acontecido porque as "luzes" estiveram quase sempre apontadas "apenas" para a apresentadora. A esse respeito, por exemplo, foi possível ver alguns membros do grupo a correrem uns atrás dos outros entre os vários elementos do cenário e, até mesmo, em alguns momentos, sentados confortavelmente nas cadeiras utilizadas para as entrevistas.

Dessa forma, não apenas a falha humana parece ter sido mais bem recebida no grupo de trabalho d'*O Programa da Cristina*, mas também a falha não humana, oriunda de um possível desajuste no cenário (ou de algo semelhante). Esses, entre certamente outros aspetos, aparentaram ter contribuído para a existência de um ambiente mais "leve" por detrás do programa matinal da SIC e, por consequência, mais propício ao riso.

6.2.3. Os convidados: com um brinde especial, guardado (não só) para o final

Com mais ou com menos experiência em televisão, por norma, quase todos os convidados mostraram transmitir uma certa inquietação antes do início das emissões e, dessa forma, uma postura mais silenciosa. O riso, assim sendo, por parte de quase todos os distintos visitantes, foi mais frequentemente visto no "depois" das emissões. Contudo, dentro desse período em específico, aparentou existir um outro aspeto, igualmente relevante, que também foi capaz de influenciar a frequência do riso dos vários convidados. De um modo geral, quanto mais familiarizados com o grupo de trabalho, mais abundante foi o riso dos convidados, e isso demonstrou ter sido ainda mais evidente no local de emissões d'*O Programa da Cristina.*

Dessa forma, no decorrer do período de análise, e em ambos os programas, o riso dos convidados parece ter existido em *off* como algo semelhante a um brinde especial, guardado não apenas para o final da emissão, mas também para os visitantes mais frequentes.

6.2.4. O público de estúdio: de um envolvimento total a um limitado

Foi no comportamento do público de estúdio que aparentou existir uma das maiores diferenças

nas cinco principais categorias analisadas. De um modo geral, na *Praça da Alegria,* alguns membros do público de estúdio conviveram de perto com a restante equipa e também com alguns dos convidados mais frequentes, algo que, tendo claramente em conta o período de observação, não se verificou n'*O Programa da Cristina*.

Dessa forma, no programa da RTP, no "antes" e no "depois" das emissões, foi possível observar algumas comunicações bastante animadas entre o público de estúdio e os demais envolvidos e, por consequência, também, a existência de alguns momentos de riso cultivado entre ambos. Todavia, algo semelhante não aconteceu no programa SIC. É provável que isso se deva à curta relação – de confiança, mas certamente não só – entre o público de estúdio e a restante equipa d'*O Programa da Cristina*. Uma fase que aparenta ter sido já ultrapassada no duradouro programa matinal da RTP1.

6.3. O "durante" e as "pausas" das emissões (a *Praça da Alegria* e *O Programa da Cristina)*

No "durante" as emissões, a equipa da *Praça da Alegria* mostrou ser mais resistente aos risos oriundos da emissão,
enquanto a d'*O Programa da Cristina* foi mais sugestionável[346]

Jorge Gabriel manteve uma postura bastante semelhante dentro e fora dos períodos de emissão,
ao passo que Sónia Araújo e Cristina Ferreira mostraram uma mais distinta[347]

Tendo como base a análise realizada, ficou evidente que o "durante" e as "pausas" das emissões apresentaram dinâmicas de grupo bastante distintas. Importa também referir que, para uma boa parte daqueles que não apareceram nas transmissões, as "pausas" foram, por norma, momentos de enorme agitação. Talvez por isso, o riso tenha sido, inúmeras vezes, em ambos os ambientes analisados, visível no "durante" as emissões. Tratou-se então, em muitos desses casos, de um riso cultivado de "fora para dentro", ou seja, que encontrou o seu principal estímulo nos acontecimentos e nos risos da emissão.

No "durante" as emissões, de um modo geral, a equipa da *Praça da Alegria* mostrou ser mais resistente aos risos oriundos da emissão, enquanto a d'*O Programa da Cristina* se mostrava mais sugestionável. Esse aspeto parece ter estado associado ao distinto grau de atenção de cada um dos grupos, pois, durante o período de análise, o grupo de intervenientes não visíveis da SIC, como um todo, demonstrou estar razoavelmente mais concentrado no que se passava na emissão. Logo, no programa da SIC, as mais variadas atmosferas (emocionais) cultivadas na emissão afetaram de forma mais direta os restantes intervenientes do programa.

[346] Informação baseada na observação do autor.
[347] Informação baseada na observação do autor.

6.3.1. Os apresentadores: de algo próximo da realidade à construção de uma realidade

Na análise entre o "durante" e as "pausas" das emissões (e, neste caso em particular, também entre o "antes" e o "depois"), Jorge Gabriel foi, sem dúvida, quem teve a postura menos oscilante. Foi realmente pequena a diferença entre o seu comportamento durante e fora dos períodos de emissão. Uma interpretação distinta, em alguns aspetos, da de Sónia Araújo, mas sobretudo da de Cristina Ferreira. Assim, a esse respeito, de um modo geral, foi possível observar um Jorge Gabriel muito próximo da realidade, uma Cristina Ferreira empenhada em construir uma realidade e uma Sónia Araújo algures entre esses dois lugares.

Dessa forma, enquanto as apresentadoras mostraram, de certo modo, "guardar" (em diferentes graus) as suas manifestações emocionais para os diferentes períodos da emissão, Jorge Gabriel mostrou estar mais empenhado em ir esvaziando, de forma gradual e equitativa, as suas emoções entre o "dentro" e o "fora" da emissão.

Importa ainda referir que, nas pequenas pausas oriundas das mudanças de planos, comparativamente a Cristina Ferreira, Sónia Araújo demonstrou estar razoavelmente mais empenhada em reajustar alguns pormenores da sua indumentária e do seu penteado. De um modo geral, nessas pequenas passagens, a apresentadora da SIC continuou focada naquilo que estava a ser emitido. E esse é um aspeto que, ainda que indiretamente, parece ter influenciado também os distintos graus de envolvimento emocional e, por consequência, a frequência do seu expressar (através do riso, mas evidentemente não só).

6.3.2. A restante equipa: de uma participação ativa a uma experiência intensa

A demonstração de afeto entre os elementos do grupo de trabalho parece ter sido uma realidade mais frequente n'*O Programa da Cristina.* Tal aparentou não acontecer apenas entre os principais elementos da equipa, mas também com quase todos os restantes (menos com os membros do público de estúdio). Por exemplo, a "tia", como era conhecida e tratada certa funcionária de limpeza, foi inúmeras vezes beijada e abraçada por distintos elementos da equipa. Isso foi normalmente acompanhado por brincadeiras e risos de ambas as partes. Essa retórica emocional, qual música ambiente do programa da SIC, mostrou ter tornado também o riso num dos mais bem enquadrados e audíveis sons de fundo.

Todavia, algo distinto aconteceu a esse respeito no grupo de trabalho da *Praça da Alegria*. Durante o período de análise, mais do que demonstrações emocionais entre os elementos da equipa,

foi percetível um certo respeito pelo espaço e pelo trabalho uns dos outros. A retórica emocional foi razoavelmente menos visível e, talvez por esse motivo, o riso entre os membros da equipa também. Ainda assim, importa referir que existiu, em vários períodos, um número razoável de risos provenientes de certos membros da equipa.

De forma propositada, ou não, o grupo de trabalho d'*O Programa da Cristina* aparentou ter uma espécie de *entertainer* interno, não visível uma boa parte do tempo para o grande público. O assistente de realização, Rúben Vieira, ou "Ben", como é conhecido entre os colegas, mostrou ser uma "fogueira" bem acesa de vivacidade. Uma "fogueira" de emoções positivas que, durante o período de observação, foi capaz de influenciar toda a restante equipa e, inclusive, até mesmo a apresentadora (em diferentes momentos da emissão). Para além das suas tarefas como assistente de realização, ele dançou, cantou, brincou, abraçou, e, sobretudo, riu, riu muito e muito alto.

Na observação realizada foi evidente que a animação, ou até mesmo a não-animação, cultivada durante os períodos da emissão, por parte sobretudo dos apresentadores, mas não só, tendeu a influenciar, de forma direta e indireta, o estado de espírito da restante equipa. Mas o oposto também aconteceu diversas vezes. Parece então existir, neste tipo de programas, um reflexo (obviamente simbólico), por detrás das câmaras, o qual não apenas é capaz de influenciar, como também se deixa influenciar.

6.3.3. Os convidados: entre o ameno e o intenso (e multifacetado) expressar emocional

O riso foi, por parte dos inúmeros convidados de ambos os programas, frequentemente visto no "durante" as emissões. Algo que, de certa forma, tinha já ficado claro na análise realizada no capítulo 5 deste documento. E é óbvio que existiu, da parte desses, riso também nas "pausas" das emissões. Ainda assim, esse riso específico aparentou ser, na análise realizada, visível com mais frequência no local de emissões do programa da SIC.

Todavia, n'*O Programa da Cristina* existiram também, da parte de alguns convidados, momentos preenchidos por outro tipo muito distinto de emoções. Algo que não pareceu ter acontecido, pelo menos de forma tão evidente, na *Praça da Alegria.* Na verdade, de um modo geral, o programa de serviço público mostrou ter evitado a produção, bem como a exposição, de emoções habitualmente vistas aos olhos dos demais como negativas.

6.3.4. O público de estúdio: entre a mera funcionalidade e a cumplicidade funcional

Como já referido neste capítulo (no subtópico 6.2.4.), no "antes" e no "depois" das emissões, o público de estúdio d'*O Programa da Cristina* aparentou ter tido o seu comportamento um tanto ou quanto limitado, ao passo que o da *Praça da Alegria* teve uma maior liberdade. Tal aspeto foi também evidente nas "pausas" das emissões.

O público de estúdio do programa da SIC pareceu, aos olhos dos demais profissionais, ter sido visto como uma peça indispensável, ainda assim, o mesmo esteve quase sempre apartado da restante equipa. Algo que não se verificou no programa matinal de serviço público. Talvez por isso, o riso do público de estúdio foi, nas "pausas", visto com mais frequência no local de emissões do principal programa matinal da RTP.

6.4. Uma análise global dos principais tópicos considerados

Enquanto algumas das estratégias d'*O Programa da Cristina* estiveram próximas da "ficção",
as da *Praça da Alegria* tenderam a permanecer
mais inclinadas para a "informação"[348]

Na *Praça da Alegria* o informalismo aparentou ser algo limitado,
enquanto n'*O Programa da Cristina* conscientemente cultivado[349]

Quatro são as questões que sustentarão diretamente a reflexão que se segue. Existiu também um clima de muita animação e riso fora do período de emissão? Que distintas estratégias aparentaram existir, no cultivar dessa enorme vivacidade, entre o programa de serviço público, a *Praça da Alegria*, e o da televisão privada, *O Programa da Cristina*? De que forma a atmosfera (social) envolvente aparentou influenciar o comportamento dos vários intervenientes de cada uma das equipas, dentro e fora do período de emissão? Por último, que exemplos concretos podem ser isolados em que, em situações parecidas, tenha ficado evidente a existência de atuações desiguais por parte de cada um dos grupos? Tenhamos então em atenção, nos próximos parágrafos, cada um desses aspetos de forma isolada.

6.4.1. Do visível ao invisível: era uma vez, dois programas razoavelmente mentirosos...

No capítulo 4 (subtópico 4.1.3.), refletiu-se sobre a natureza dos *talk shows*. O que se verificou é que mais do que simplesmente conversar sobre um assunto, os mesmos visam apresentar um *show* – de palavras – acerca desse mesmo assunto. Ainda no capítulo 4 (subtópico 4.1.4.), foram analisadas algumas das especificidades dos *daytime talk shows.* Entre outros aspetos, apurou-se que a sua "localização" está algures entre a realidade que existe nas telenovelas (profundamente ficcional) e os *talk shows* mais objetivos e com um tom mais sério (como, entre outros, os de política ou de economia). Por esse motivo, sem surpresa, e evidentemente também sem um tom pejorativo, neste momento, ambos os programas analisados podem muito bem ser descritos como "razoavelmente mentirosos".

[348] Informação baseada na observação do autor.
[349] Informação baseada na observação do autor.

Ainda assim, na análise efetuada, aparentou existir uma significativa diferença entre aquilo que aconteceu no programa de serviço público e no da televisão privada. De facto, enquanto algumas das estratégias d'*O Programa da Cristina* estiveram próximas da "ficção", as da *Praça da Alegria* tenderam a permanecer mais inclinadas para a "informação". Dessa forma, ainda que tenham existido evidentemente situações fabricadas no programa da RTP1, sem dúvida que essas foram muito mais frequentes e intensas (no grau de ficção) no programa da SIC. Nesse sentido, parece sensato referir que *O Programa da Cristina* demonstrou ser o que mais esteve empenhado em construir, de dentro para fora, uma realidade – uma realidade recheada de riso e de vivacidade. Tratou-se, de forma bastante nítida, de uma interpretação distinta, sustentada numa identidade também ela desigual.

Durante o período de observação, ficou ainda assim claro que, pelo menos ao nível de riso, existiu, em ambos os *talk shows* analisados, uma razoável diferença entre a realidade que está acessível aos comuns telespetadores e aquela que não está. O riso, de um modo geral, e sobretudo por parte dos principais intervenientes, mostrou ser realmente mais intenso e mais frequente durante os períodos de emissão.

Todavia, importa ainda destacar que o programa que mostrou nesta análise ter mais risos em *off*, *O Programa da Cristina*, foi o mesmo que, com base nos dados apresentados na "Tabela 5" (no subtópico 5.6.3.), teve também a apresentadora que mais vezes riu durante os períodos de emissão. Ou seja, tudo indica que foi igualmente o programa que, em *on*, mais tempo despendeu em risos. Pois, como referido também no capítulo 5 (no subtópico 5.2.0.), é evidente que quando existem dois apresentadores, esses riem muitas vezes ao mesmo tempo. E, nesses casos, foram contabilizados dois risos. Algo que não aconteceu n'*O Programa da Cristina*, uma vez que a apresentadora desempenhou essa função (praticamente) sozinha.

Nesse sentido, e tendo como base os dados expostos e analisados nesta consideração, o tempo e a importância que são dados ao riso na parte visível das emissões, de um modo geral, aparenta tratar-se "apenas" de um reflexo ampliado – mas, ainda assim, de forma proporcional – do tempo e da importância que são dados ao riso na parte não visível das emissões. Em suma: mentirosos, sim, mas não muito.

6.4.2. Da fogueira às vezes acesa na *praça*, a uma sem fim à vista na *casa*

Como já referido no capítulo 4 (no subtópico 4.1.7.), a retórica do *daytime* televisivo aparenta exigir não apenas simpatia, mas, acima de tudo, uma dose elevada de empatia. Durante o período de análise, o grupo d'*O Programa da Cristina*, como um todo, aparentou ter estado mais empenhado em cultivar esse "ingrediente" singular, não apenas no "durante" e nas "pausas", mas também no "antes"

e no "depois" das emissões. E não somente por parte dos principais intervenientes, mas por praticamente todos os restantes.

Importa evidentemente mencionar que aquilo a que nos referimos nesta consideração é sobretudo a uma empatia emocional, pois no que diz respeito ao cultivar de uma empatia mais "indireta", através do conteúdo exposto, dos convidados apresentadores, etc., a *Praça da Alegria*, como grupo, ainda que não de forma emocionalmente muito explícita, aparentou, de um modo geral, ter sido razoavelmente mais sensível à realidade (cultural, económica, mas não só) dos vários e muito característicos telespetadores portugueses dos programas da manhã.

A principal "matéria-prima", em ambos os programas analisados, por norma, foram os convidados. Apesar disso, os "planos" para com esses aparentaram ter sido significativamente distintos. A equipa da *Praça da Alegria* mostrou estar mais focada em procurar destacar os dizeres dos convidados e, só depois, em alguns casos, deixar brotar algumas emoções (positivas). Todavia, n'*O Programa da Cristina*, o foco evidenciou ser outro. As manifestações emocionais pareceram muitas vezes estar até mesmo acima do seu próprio intermediário humano, algo que, depois, se refletiu também numa muito mais emocional e expressiva "oferenda" televisiva por parte do programa da SIC.

Além disso, ficou evidente ainda um outro aspeto diferenciador no cultivar da vivacidade de cada um dos programas analisados. A equipa da *Praça da Alegria* mostrou estar empenhada em separar muito bem os momentos "sérios" dos "não sérios", sendo os "sérios" intervalos sem qualquer demonstração emocional e os "não sérios" apenas de emoções positivas. Já n'*O Programa da Cristina*, o objetivo do grupo parece ter sido outro, o de afastar os períodos de "emoções positivas" dos de "emoções negativas", sendo os assuntos tidos como mais sérios envoltos também (dentro e fora da emissão) em manifestações emocionais (de indignação, de aversão, etc.).

Por outro lado, foi ainda possível observar, a esse respeito, na SIC, que as demonstrações emocionais de Cristina Ferreira derivadas de um qualquer assunto (dentro e fora da emissão) tinham uma influência muito direta sobre praticamente toda a restante equipa. Aparentou então existir uma certa "subserviência emocional", ou seja, um esforço constante dos demais profissionais para sintonizar incondicionalmente a mesma "estação sensível" da apresentadora. E o mais surpreendente é que, pelo menos por parte de alguns dos envolvidos, tratou-se de algo feito de forma consciente (de um modo geral afirmaram que isso deixa a apresentadora mais confortável), algo que, por norma, não foi visível na *Praça da Alegria.*

Assim sendo, ainda que, durante o período de análise, o grupo de trabalho d'*O Programa da Cristina* parecesse estar mais acostumado às variadas demostrações emocionais e, por consequência,

também à presença do riso, o da *Praça da Alegria,* rindo menos, não evidenciou, em certos momentos, ter as suas expressões sensíveis ancoradas a nada.

Nesta observação em particular, terão ficado evidentes não apenas distintos propósitos, mas, também, assim, diferentes estratégias por parte de cada uma das equipas. Uma das grandes diferenças parece ser a valorização e o consequente manusear das demonstrações emocionais dos vários intervenientes do programa, mas sobretudo dos convidados. Essa distinção foi realmente muito clara, quer durante, quer fora dos períodos de emissão.

6.4.3. De um informalismo limitado a um que é conscientemente cultivado

Entenda-se "informalismo", neste contexto em particular, como a ausência da formalidade, da seriedade, da sobriedade, etc. E é evidente que, durante o período de observação, foram vários os momentos visíveis de animação e de vivacidade no contexto de trabalho da *Praça da Alegria*. Ainda assim, como um todo, o grupo não terá sido capaz de despir "totalmente" a sua postura formal. Todavia, de um modo geral, algo realmente distinto ocorreu com a equipa de profissionais d'*O Programa da Cristina.*

Na verdade, o informalismo, nos termos em que aqui é descrito, aparentou não apenas ser algo tolerado, mas conscientemente cultivado pelo grupo de profissionais da SIC. Foi, por exemplo, possível observar alguns membros da equipa d'*O Programa da Cristina* a dançarem uns com os outros, a correrem uns atrás dos outros e até mesmo a simularem uma passagem de modelos. Tudo isso aconteceu sob os (sor)risos de aprovação, mais ou menos abertos, de João Patrício, André Manso e Cristina Ferreira, os principais responsáveis pelo programa.

No capítulo 1 foram analisadas distintas explicações sobre aquilo que, ao longo dos anos, muitos entenderam ser a resposta por detrás do mistério do riso. Neste momento, considera-se oportuno recapitular a hipótese de Henri Bergson (1993), pois na visão do teórico, o riso pode, ainda que indiretamente, ser visto como a parte visível daqueles que invisivelmente "castiga[m] os costumes" (p. 26), ou seja, o som oriundo do quebrar de uma certa rigidez social, como se do barulho de alguém a partir um jarro se tratasse. Nesse sentido, e apenas sob tal perspetiva, o riso continuado só pode então ser uma demonstração constante de quem se dedica incessantemente a "punir" os costumes, ou seja, a viver intensamente o aqui intitulado "informalismo".

É certo que na *Praça da Alegria* existiu, em determinados momentos, um ambiente animado, relaxado e festivo. Todavia, o ponto em destaque é que n'*O Programa da Cristina* esses períodos foram, de longe, muito mais longos e regulares. No programa da SIC, o muitas vezes intitulado de

"politicamente correto" foi quebrado de forma extremamente regular (através de brincadeiras inesperadas ou até mesmo excêntricas, piadas com segundo sentido, etc.). E se o quebrar do protocolo foi uma constante, constante foi também o som desse protocolo a partir-se em inúmeros pedaços.

Na primeira parte do capítulo 2 (no subtópico 2.1.), o destaque esteve nas causas externas capazes de influenciar a interpretação e, desse modo, a aceitação e a frequência do riso. Nesse sentido, e com essa consideração em mente, será realmente sensato referir que o "clima" por detrás d'*O Programa da Cristina* mostrou ser mais acalorado, ou seja, mais convidativo ao "despir" do rosto até, somente, a indumentária do riso.

6.4.4. A inevitavelmente distinta experiência do observador (em 6 pontos)

As diferentes visões e, por conseguinte, as atuações de cada uma das equipas de profissionais envolvidos, permitiram ao autor desta investigação, em variadíssimos aspetos, observar comportamentos distintos em situações semelhantes. Tratou-se, inevitavelmente, da vivência de uma experiência diferente em cada um dos locais. Assim, entre inúmeros outros pontos que poderiam aqui ser destacados, serão de seguida isolados apenas seis. Os primeiros três realçam algumas das distintas respostas do grupo à presença do investigador, enquanto os restantes três enfatizam o diferente comportamento dos profissionais como membros de um grupo. Notemos então, de seguida, essa abreviada análise.

Na *Praça da Alegria* existiu sobretudo curiosidade acerca da investigação (a universidade, os orientadores, etc.), enquanto n'*O Programa da Cristina* o interesse esteve especialmente na pessoa por detrás do investigador (o nome, a idade, a localidade, os conhecidos em comum, etc.). Na *Praça da Alegria*, a figura do investigador como um elemento estranho ao grupo não aparentou ter-se desvanecido significativamente com o passar do tempo, enquanto n'*O Programa da Cristina* isso ocorreu de forma mais evidente (o investigador passou a ser tratado por praticamente todos pelo nome próprio e a ser envolvido em algumas das interações do grupo). Na *Praça da Alegria,* o investigador não foi convidado para nenhuma outra atividade para lá do período e do espaço que envolveram as emissões, enquanto n'*O Programa da Cristina* os convites estenderam-se nas mais diversas direções (como para estar presente nas distintas reuniões de grupo ou, até mesmo, para examinar algumas emissões de outro programa de *daytime*).

Por outro lado, na *Praça da Alegria*, o grau de fama dos convidados não parece ter tido tanto interesse para os restantes intervenientes como n'*O Programa da Cristina* (em que, por exemplo, o número de seguidores do Instagram aparentou, em alguns casos, ser uma curiosidade comum). Nos

momentos de maior descontração, mas não só, o recurso ao calão mostrou ser algo praticamente inexistente na *Praça da Alegria*, enquanto n'*O Programa da Cristina* era razoavelmente comum (e, na maioria das vezes, envolto em risos). Em vários momentos foi também possível observar alguns dos intervenientes da *Praça da Alegria* a conversaram sobre temáticas normalmente compreendidas como mais densas (ligadas à religião, à política, etc.), enquanto n'*O Programa da Cristina* as conversas giravam mais em torno de assuntos habitualmente considerados mais leves (relacionados com programas televisivos, figuras públicas, etc.).

Tratou-se, sem dúvida, em cada um dos aspetos analisados neste capítulo, bem como neste subtópico em particular, mais do que uma questão de competência, de um ou de outro grupo, de uma questão de identidade. Assim, nesse sentido, a *Praça da Alegria,* o programa de serviço público, e *O Programa da Cristina*, oriundo da televisão privada, aparentaram ter estado, durante o período de observação, não apenas empenhados em fazer o melhor possível dentro daquilo que é a sua (distinta) interpretação televisiva, mas também profundamente convencidos de que o seu (distinto) contributo está a ser imensamente positivo e útil para uma grande maioria dos telespetadores portugueses. A forma desigual como cada uma das equipas interpretou e usou o riso, nas mais variadas circunstâncias, dentro e fora da emissão, mostrou ser somente mais uma clara evidência dessa distinta identidade.

CAP. 7 – UM OLHAR SOB INÚMEROS OLHARES: VÁRIOS PROFISSIONAIS ENTREVISTADOS

De um modo geral, foram oito as principais temáticas analisadas com os entrevistados e expostas neste capítulo: (1) o *daytime* televisivo; (2) o período da manhã; (3) a atividade profissional; (4) o cenário; (5) as redes sociais; (6) a Cristina Ferreira; (7) a classe política; e (8) o serviço público. Ainda que cada uma dessas áreas tenha merecido uma atenção individual, o foco esteve, continuamente, na compreensão geral do papel do riso nos *talk shows* matinais. Nesse sentido, esse é assunto que, de forma mais ou menos evidente, esteve presente em cada um dos pontos examinados. Por último, o capítulo encerra com uma análise geral aos oito tópicos destacados, mas com um foco em três pontos-chave que aparentaram estar na base de uma boa parte dos pareceres analisados.

7.1. Alguns pontos a ter em especial atenção na análise realizada

Principais programas matinais representados:
a *Praça da Alegria*, na RTP1, e *O Programa da Cristina*, na SIC

Duração média de cada entrevista:
50 minutos (aproximadamente)

Serve este subtópico (7.1.) apenas como complemento daquilo que foi considerado na parte introdutória deste documento, em "III. Descrição das opções metodológicas: c. *Entrevistas (semiestruturadas e individuais)"*. Assim sendo, nesta etapa em particular, torna-se indispensável uma (re)visita a essa consideração.

O principal objetivo deste capítulo não foi o de tentar encontrar um equilíbrio dentro dos inúmeros pontos de vista recolhidos. Nem tampouco o de procurar confrontar continuamente a visão do autor com a dos entrevistados. O propósito foi, sim, como se verificará, o de deixar que o olhar do autor se "contaminasse" com o dos entrevistados, evidentemente de forma consciente e seletiva. Mas, como assim, uma contaminação seletiva?

A visão teórica, quando privada do confronto com a realidade, torna-se quase sempre – senão sempre – demasiado rígida, ou seja, pouco ou nada ajustável à realidade. E isso, por consequência, pode tornar pouco úteis ou até mesmo inúteis algumas das suas ideias, algo que, naturalmente, não se pretende nesta consideração em particular.

7.1.1. O guião da entrevista e a apresentação da consideração

Por norma, os pontos centrais de cada entrevista foram enviados antecipadamente – e por vezes com várias semanas de antecedência – a cada um dos entrevistados. Ainda assim, algumas outras questões foram propositadamente guardadas para o exato momento da entrevista. O objetivo foi então o de obter do respetivo entrevistado algumas respostas mais ponderadas e outras mais espontâneas, dependendo do propósito do investigador. Cada uma das entrevistas foi preparada de forma individual, tendo em conta múltiplos fatores relacionados com cada um dos entrevistados. Tratou-se, por isso,

durante o desenrolar do processo, de um guião que foi sendo ajustado e, de certa forma, em alguns aspetos, até mesmo melhorado.

Como é sabido, a linguagem falada e a linguagem escrita têm características distintas. Dessa forma, por vezes, foi por parte do investigador necessário fazer algumas pequenas adaptações às citações dos entrevistados. Contudo, é evidente que o objetivo foi sempre o de melhorar a compreensão.

Grosso modo, foram oito os principais assuntos abordados nas entrevistas: (1) o *daytime* televisivo; (2) o período da manhã; (3) a atividade profissional; (4) o cenário; (5) as redes sociais; (6) a Cristina Ferreira; (7) a classe política; e (8) o serviço público. Todavia, o objetivo fundamental foi a compreensão do papel do riso nos *talk shows* matinais em contexto nacional. Por consequência, esse foi um assunto que, de forma mais ou menos direta, esteve sempre presente no desenrolar de cada um dos diálogos. Mas nem todos os assuntos foram considerados com todos os entrevistados e nem tampouco abordados com a mesma intensidade. As temáticas escolhidas e o tempo despendido com elas levaram em consideração cada um dos entrevistados e a sua particular experiência.

O presente capítulo está sustentado em dois pilares essenciais. O primeiro (no subtópico 7.2.) visou uma análise à própria análise dos entrevistados, e está dividido em oito partes. O segundo (no subtópico 7.3.), que conclui o capítulo, contém uma breve apreciação desses oito tópicos e termina com uma reflexão centrada em três aspetos que aparentaram estar na base de uma parte significativa das opiniões examinadas.

7.1.2. A ligação dos entrevistados ao fenómeno em análise

Conforme já referido, no processo de seleção dos entrevistados (registados na "Tabela 1", em "III. Descrição das opções metodológicas: c. *Entrevistas (semiestruturadas e individuais)*, foram considerados, sobretudo, dois aspetos essenciais. Primeiro, foi a "ligação", mais ou menos direta, dos entrevistados aos fenómenos em análise. Segundo, e igualmente importante, foi o "tipo de ligação" que esses indivíduos possuem ou possuíam (uma vez que um dos objetivos foi o de recolher depoimentos variados).

Importa ainda referir que todos os entrevistados, sem exceção, apresentaram um enorme espírito de cooperação para com o investigador. De facto, em alguns casos, o diálogo continuou ativo durante vários meses, algo que foi deveras proveitoso, pois tornou possível, entre outros aspetos, o amadurecimento de algumas ideias importantes.

7.1.3. Uma preocupação comum, uma solução comum

Conforme é possível verificar, são várias as revistas (e não só) que, de forma mais ou menos direta, se dedicam às temáticas e às personagens televisivas, em Portugal. Na verdade, por parte de algumas dessas, aparenta haver um particular interesse por aquilo que ocorre nos *talk shows* matinais, sobretudo os das estações privadas. Conhecidas por, entre outras coisas, ostentarem títulos sensacionalistas, algumas dessas publicações não aparentam gozar de muito boa reputação entre alguns dos mais experientes profissionais televisivos em contexto nacional.

Ainda que muitas vezes seja evidente uma certa relação simbiótica entre esses meios de comunicação e algumas individualidades, aquando da abordagem do investigador para a realização das entrevistas, evidente também foi o facto de existir um certo temor comum, da parte de praticamente todos, relativo à forma como esses meios podem recolher, filtrar e trazer a público algumas das suas palavras. Percecionada essa preocupação comum, foi então considerada uma solução. Analisemos de seguida qual.

O entrevistador passou então, não apenas a reforçar, ainda com mais ênfase, que as gravações seriam usadas exclusivamente para fins científicos, como também a assegurar que existiria, da parte do mesmo, um cuidado acrescido com o uso das citações no decorrer do estudo. Ainda assim, foram várias as ocasiões em que foi solicitado ao investigador para que afastasse ou desligasse o gravador (que, neste caso, como já referido, foi usado através de um iPhone, isto é, da aplicação Dictafone), um aspeto que, de um modo geral, não aparenta ter prejudicado de forma significativa a presente consideração.

Nesse sentido, destacam-se neste subtópico duas opções naquele que foi o "manusear" da técnica científica em questão. A primeira, tem que ver diretamente com o "recordar" das entrevistas, que se restringiu somente àquilo que se entendeu ser necessário para a presente consideração. A segunda, está relacionada com a não cedência das entrevistas como anexo deste documento. Torna-se então evidente que as citações apresentadas revelam apenas uma ínfima parte de um conjunto alargado de ideias que foram analisadas com os entrevistados descritos (mas não só). Todavia, é evidente que várias dessas noções, ainda que não associadas a um profissional específico, encontrar-se-ão diluídas no desenrolar do capítulo.

7.1.4. Um aspeto a não ignorar no presente estudo

A execução e a análise das entrevistas foram tarefas da exclusiva responsabilidade do autor. Isso

significa que não apenas o "encaminhar" dos diálogos, mas também as suas respetivas interpretações estiveram ininterruptamente limitadas a um ponto de vista. E esse será sempre um aspeto a não ignorar ao longo desta consideração.

7.2. Uma análise à análise dos entrevistados

Ao contrário do que muita gente quer fazer crer,
o daytime [televisivo] ajuda a perceber [350]

Hernâni Carvalho,
a 05 de novembro de 2019

[O talk show da manhã] é de alguma maneira um
substituto do que em tempos terá sido a vizinhança [351]

Nuno Artur Silva,
a 07 de setembro de 2019

"Despe-te. Precisamos de falar."[352] Ainda que o despir mencionado por Rita Leston, evidentemente simbólico, não se refira em específico àquilo que acontece nos *daytime talk shows*, a verdade é que, em certos aspetos, retrata razoavelmente bem um dos seus mais conhecidos procedimentos. "Já conhece o primeiro-ministro. Agora, prepare-se para conhecer o homem"[353]. Expressões como essa não apenas demonstram que o despir (de uma certa formalidade) é uma das mais distintivas práticas do *daytime* televisivo, mas que as suas dinâmicas pouco ou nada ficam condicionadas pelas personagens que chegam de fora. De facto, independentemente de quem seja, tem de se adaptar a esse universo singular. Mas será que, no geral, e no caso específico de Portugal, esse período televisivo poderá ser resumido a um ou dois aspetos, por mais característicos que sejam? É evidente que não.

Conforme considerado no capítulo 4 (sobretudo no subtópico 4.1., intitulado "O *daytime* televisivo: uma realidade diferente, não (necessariamente) indigente") trata-se de um fenómeno profundamente complexo que merece não apenas o respeito de todos, mas também uma atenção individual por parte da Academia Científica. Que a consideração que se segue possa, então, ser parte de uma caminhada que, como tão bem se sabe, em Portugal, está ainda praticamente por inaugurar.

[350] Entrevista presencial. Recorte aproximado da citação: 02:20-02:25.
[351] Entrevista presencial. Recorte aproximado da citação: 00:55-00:59 (parte 1).
[352] Fonte (acedido a 09/12/20): https://ritaleston.tumblr.com/post/133961349871/despe-te-precisamos-de-falar-despe-te-dos-teus
[353] Fonte (acedido a 10/12/20): https://www.publico.pt/2019/03/03/sociedade/noticia/antonio-costa-vai-programa-cristina-ferreira-dia-carnaval-1864082

7.2.1. O *daytime* televisivo: "ajuda a perceber"

Hernâni Carvalho refere que "ao contrário do que muita gente quer fazer crer, o *daytime* [televisivo] ajuda a perceber"[354]. O já bastante experiente profissional na área esclarece o porquê dessa afirmação: "porque tem [mais] tempo (...) para explicar as coisas"[355]. No seu entender, no período televisivo diurno "pode-se fazer ourivesaria, isto é, pode-se ir ao detalhe"[356]. Esse é um pensamento que aparenta ir ao encontro do de João Patrício, realizador d'*O Programa da Cristina,* que está igualmente convencido que o *daytime* televisivo tem hoje "um papel essencial, educativo, pedagógico"[357]. Mas serão essas afirmações representações realistas daquilo que, na prática, é o *daytime* televisivo? Examinemos um exemplo em particular.

O Dr. Pedro Lopes é um médico de clínica geral que apresentou o *Dr. Saúde*, um *daytime talk show* da SIC que abordava temáticas ligadas à saúde e ao bem-estar. Mais tarde, no programa matinal da TVI, *o Você na TV!,* fez também da sua presença algo habitual, analisando assuntos semelhantes, mas evidentemente num mais curto espaço de tempo. Enquanto profissional televisivo, o Dr. Pedro Lopes tem consciência de que não é, por muitos dos telespetadores, visto somente como um comunicador, mas também – e sobretudo – como um médico. Assim sendo, a sua presença no espaço público carrega uma dupla responsabilidade, a qual, como refere, passa por "converter a linguagem médica que a maioria das pessoas não percebe (...) e transformar isso numa linguagem que as pessoas compreendam, sendo rigoroso [por ser médico], mas sendo [igualmente] simplificador dessa mesma linguagem"[358]. E isso, entende, "chama-se [também] fazer literacia em saúde"[359].

A avaliar pelo testemunho do ex-apresentador do *Dr. Saúde* (um programa que, importa salientar, era proveniente de uma estação da televisão privada), não aparenta ser nada fantasioso referir que existem imensos programas e profissionais que olham para esse período televisivo singular como uma boa oportunidade para enriquecer os muitos – e, em alguns casos, de alguma forma, muito debilitados – cidadãos que se encontram disponíveis. Mas significará isso, também, que os telespetadores estão hoje mais disponíveis para ver esses programas prescindirem do seu mais antigo "carimbo de certificação", que passa por inserir uma retórica profundamente emocional em praticamente todas as temáticas? De forma alguma.

---

[354] Entrevista presencial, a 05 de novembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 02:20-02:25.
[355] Entrevista presencial, a 05 de novembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 02:59-03:15.
[356] Entrevista presencial, a 05 de novembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 03:32-03:35.
[357] Entrevista presencial, a 05 de novembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 01:59-02:01.
[358] Entrevista presencial, a 07 de agosto de 2019. Recorte aproximado da citação: 02:37-02:54.
[359] Entrevista presencial, a 07 de agosto de 2019. Recorte aproximado da citação: 02:55-02:57.

O Dr. Pedro Lopes admite ter chorado compulsivamente no último episódio do *Dr. Saúde*. O que provocou isso? "A quantidade de mensagens que eu recebi!"[360], recorda, ainda com um certo espanto, mencionando que, mesmo algum tempo depois, algumas pessoas que viram esse momento ainda lhe dizem: "que bonito que foi vê-lo emocionado no último programa"[361]. Apesar de mais tarde considerar que a sua "atuação" foi exagerada, sente que ainda assim foi útil para o público ver "[o] lado humanizado do médico, que faz falta e que aproxima"[362].

Com base na experiência partilhada, que aspeto aparenta ter realmente agitado o público do *daytime* televisivo? A nudez simbólica de um médico que, neste caso, era o próprio apresentador do programa. Nudez essa que, entre certamente outras formas, pode ser exibida por meio de uma gargalhada intensa ou de um choro imenso. Parece então claro que o público reagiu verdadeiramente quando o *daytime* televisivo*,* não fugindo à sua origem, à sua identidade, foi realmente *daytime* televisivo para o seu público. É evidente que é possível prescindir da mais antiga imagem de marca do *daytime* televisivo, mas evidente também aparenta ser o facto de que o preço a pagar por essa decisão pode ser deveras alto.

7.2.2. O período da manhã: "um mini-*prime time*"

Nuno Artur Silva entende que, de alguma maneira, *o talk show* da manhã pode ser visto como "um substituto do que em tempos terá sido a vizinhança"[363]. Nesse sentido, mais adiante, o ex-administrador da RTP mencionou que estes programas são hoje "a única hipótese de companhia para muita gente e, portanto, as pessoas sentem-se confortadas, porque estão ali a ver aquelas pessoas que, de alguma maneira, são o melhor que elas têm, muitas vezes, o mais próximo de uma vizinhança"[364]. Este olhar, de certa forma, não é novo, pois, como se sabe, muito do sucesso da televisão passou por ter dado a velhas carências novas roupagens. Contudo, a assumir que assim seja, a que tipo de vizinhança nos referimos?

Branco da Cunha, ex-realizador do *talk show* matinal da RTP1, tendo como base aquela que foi a sua experiência, referiu que a preocupação de quem estava por detrás desses programas era "procurar que as pessoas [em casa] estivessem bem, desanuviassem um pouco do seu quotidiano"[365]. Combinando então o seu testemunho com o de Nuno Artur Silva, parece prudente referir que, de forma mais ou menos

[360] Entrevista presencial, a 07 de agosto de 2019. Recorte aproximado da citação: 13:47-13:50.
[361] Entrevista presencial, a 07 de agosto de 2019. Recorte aproximado da citação: 13:56-14:58.
[362] Entrevista presencial, a 07 de agosto de 2019. Recorte aproximado da citação: 14:00-14:05.
[363] Entrevista presencial, a 07 de setembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 00:56-00:59 (parte 1).
[364] Entrevista presencial, a 07 de setembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 05:40-05:56 (parte 1).
[365] Entrevista presencial, a 26 de julho de 2019. Recorte aproximado da citação: 30:22-30:27.

consciente, e de uma maneira mais ou menos direta, esses programas parecem ter como objetivo refletir não apenas uma vizinhança, mas, sobretudo, uma boa e muito bem-disposta vizinhança.

Bruno Santos entende que o período da manhã "sempre foi uma faixa historicamente desprezada, mas que nos últimos anos ganhou muita importância"[366]. Todavia, segundo o ex-diretor geral de antena e programas da TVI, é preciso ter em conta o facto de esse período ter "um teto de espetadores"[367]. "*O Programa da Cristina* quando faz um resultado extraordinário faz 5 pontos de *rating*, por volta de meio milhão de espetadores, as faixas de horário nobre têm potencialidade de atingir 2 milhões"[368], justificou. O outrora diretor da TVI mencionou então, mais adiante, que o período da manhã pode, atualmente, por vários fatores, ser visto como "um mini-*prime time*"[369]. Mas centremos agora a nossa atenção naquilo que é o "recheio" desse cada vez mais valorizado período televisivo em contexto nacional.

Francisco Menezes, ex-apresentador de um dos programas da manhã, o *Companhia das manhãs*, na SIC, referiu que, com base naquela que foi a sua experiência, "o *talk show* matinal é uma espécie de um carrossel de emoções"[370]. Apesar do período da manhã se tratar evidentemente de um simbólico carrossel que está mais recheado com emoções positivas do que negativas, João Patrício assegurou que, ainda assim, no seu entender, embora essencial, "a gargalhada (...) faz muito mais sentido dentro de uma dinâmica televisiva quase que esquizofrénica emocionalmente"[371]. "Só faz sentido a gargalhada quando existe a par da lágrima"[372], abreviou, dessa forma, mais adiante, o experiente realizador, referindo-se evidentemente ao singular universo do *daytime* televisivo.

Utilizando ainda a analogia do carrossel, será então prudente referir que aquilo que melhor distingue um *daytime talk show* do período da manhã de um *daytime talk show* do período da tarde não são os tipos de emoções que, simbolicamente, se movem de um lado para o outro, mas, sim, o espaço que essas emoções em particular ocupam nesse engenho criado para diversão. No período da manhã, os "lugares" aparentam estar maioritariamente preenchidos por emoções que, de um modo geral, são vistas pelos demais como positivas, enquanto no período da tarde tende a acontecer o oposto.

Dessa forma, no período da manhã, o telespetador aparenta "sentar-se" ao lado de emoções maioritariamente tidas como positivas, "movendo-se" uma boa parte do tempo ao som do riso. Mas ao seu lado também estão algumas emoções "negativas" que, apesar de estarem em menor número, são

[366] Entrevista presencial, a 08 de novembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 02:27-02:32.
[367] Entrevista presencial, a 08 de novembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 04:13-04:15.
[368] Entrevista presencial, a 08 de novembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 04:15-04:28.
[369] Entrevista presencial, a 08 de novembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 10:43-10:44.
[370] Entrevista presencial, a 01 de agosto de 2019. Recorte aproximado da citação: 04:44-04:47.
[371] Entrevista presencial, a 05 de novembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 06:26-06:37.
[372] Entrevista presencial, a 05 de novembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 12:10-12:14.

igualmente intensas quando se fazem notar (sobretudo nos programas das estações privadas). Assim sendo, emocionalmente agitado de um lado para outro, o telespetador, preso por – e em – segurança, (co)move-se intensamente, sem que, na verdade, consiga sair do seu lugar.

7.2.3. A atividade profissional: "de, por e para pessoas"

Rúben Vieira, assistente de realização d'*O Programa da Cristina*, refere que, tanto ele como João Patrício, costumam dizer que o *daytime* é uma "televisão feita de, por e para pessoas"[373]. E se outrora pudesse haver certas dúvidas a esse respeito, hoje parece cada vez mais evidente que se trata de uma atividade profissional que tem como objetivo simular – isto é, recriar da forma mais extraordinária possível – a vida humana e, por consequência, os seus muitos dinamismos, sejam esses, aos olhos dos outros, mais ou menos positivos. No entanto, essa não é senão a génese da retórica do *daytime* (conforme já analisado neste documento, no capítulo 4) que, iniciada ainda no contexto da rádio, se estendeu depois com sucesso para a televisão.

Naquilo que diz respeito ao apresentador ou à apresentadora, Daniel Cruzeiro, diretor executivo da SIC, referiu que, entre evidentemente outros aspetos, se valoriza a capacidade desses comunicadores "falar[em] para todos os públicos"[374] e "empatizar[em] com todos os convidados"[375]. Em sintonia com esse raciocínio, a editora de *régie* d'*O Programa da Cristina,* Cristiana Neves, mencionou que é possível que esses profissionais falem de tudo, mas que precisam de "saber como falar"[376] de cada assunto em particular. Já Pedro Bessa indicou, a esse respeito, um aspeto distinto, mas igualmente interessante, que tem que ver com a "necessidade" de existir uma narrativa pública por detrás do sucesso dessas figuras televisivas, referindo que essa deve reproduzir "um pouco o sonho americano: eu sou pobre, mas lutando eu consigo"[377].

Nas palavras de Cláudio Ramos, fazer *daytime* televisivo passa também por "não ter medo nenhum que as pessoas achem que tu és idiota"[378]. "Eu praticamente sou uma personagem de ficção que está dentro do programa com as qualidades que o Cláudio que toda a gente conhece tem"[379], referiu, mais adiante, o intitulado "vizinho" d'*O Programa da Cristina*. O *daytime* televisivo, qual telenovela ligeira, aparenta, em alguns momentos, de um certo modo, simplificar as suas várias

[373] Entrevista presencial, a 06 de novembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 18:42-18:45.
[374] Entrevista presencial, a 06 de agosto de 2019. Recorte aproximado da citação: 06:49-06:51 (parte 1).
[375] Entrevista presencial, a 06 de agosto de 2019. Recorte aproximado da citação: 06:52-06:54 (parte 1).
[376] Entrevista presencial, a 06 de novembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 34:29-34:31.
[377] Entrevista presencial, a 18 de setembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 29:24-29:29.
[378] Entrevista presencial, a 06 de novembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 16:27-16:30.
[379] Entrevista presencial, a 06 de novembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 18:07-18:13.

personagens, e, muitas vezes, a uma só caraterística: o parvo, o resmungão, o sarcástico, o inteligente, o otimista, o mal-humorado, etc. A empatia com público pode, então, dessa forma, em certos instantes, ser cultivada de forma fracionada.

Assim sendo, e ilustrando, o lado resmungão do telespetador parece criar empatia, não tanto com um possível lado resmungão do apresentador, mas, sobretudo, com uma personagem que, quando aparece, quase só interpreta essa caraterística. Aparenta então haver, de certa forma, não somente uma simplificação do discurso, mas também uma descomplicação das personagens que dão voz e rosto a esses distintos momentos das comunicações. E parece ser o papel dos profissionais secundários desempenhar essas funções complementares, as quais, entre naturalmente outros pontos, requerem que esses intervenientes "inflamem" uma das muitas caraterísticas da sua personalidade a um ponto de tal forma grande que, no televisor, as outras fiquem praticamente impercetíveis.

André Manso entende que o *daytime* televisivo também se constrói, em muito, atrás das câmaras. Baseado na sua experiência, referiu aquilo que aconteceu no programa matinal da SIC: "as pessoas que recebem os convidados foram escolhidas a dedo, (...) [pois] têm de ser pessoas com alguma sensibilidade"[380]. O diretor de produção d'*O Programa da Cristina* mencionou, nesse sentido, mais adiante, a necessidade de existir uma "sensibilidade diferente"[381] para cada um dos convidados, afirmando, logo de seguida, que no *talk show* matinal da SIC até os próprios seguranças recebem o alinhamento.

Trata-se, evidentemente, da entrada dos convidados num universo distinto, e de uma espécie de "preparação cerimonial" que antecede a quase sempre muito emocional e expressiva "oferenda televisiva", a qual, no período da manhã, como já aludido, está muitas vezes envolta em bastantes risos, mas, também, por vezes, em algumas lágrimas. Utilizando então a expressão que deu sentido a este subtópico, no *daytime* televisivo contempla-se, quase sempre, a transição de uma simbólica dádiva de, por e para pessoas.

7.2.4. O cenário: "Mas tu 'tás aí ao sol? Aqui chove."

Ângelo Peres, ex-realizador do programa matinal da RTP1, no desenrolar da entrevista, recordou o dia em que a mãe de Manuel Luís Goucha ligou a dizer o seguinte: "Mas tu 'tás aí ao sol? Aqui chove, em Lisboa, que é um disparate"[382]. Para o ex-realizador essa é uma história inocente "que

[380] Entrevista presencial, a 06 de novembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 14:01-14:10.
[381] Entrevista presencial, a 06 de novembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 18:56-18:57.
[382] Entrevista presencial, a 01 de agosto de 2019. Recorte aproximado da citação: 01:06:20-01:06:25 (parte 1).

mostra bem o que é a ilusão da televisão"[383]. De facto, a mãe do apresentador, reproduzindo muito provavelmente aquilo que era à data a crença de milhares de pessoas, pensava que o que via não era um cenário, mas uma praça real, ao ar livre.

É certo que, entretanto, vários anos se passaram, mas continuará ainda o cenário dos *talk shows* matinais, em Portugal, a gerar nos telespetadores algum tipo de confusão? Ao que tudo indica, sim. Segundo o jornal *Público*, até mesmo a tia de Cristina Ferreira, que conhece a casa da apresentadora, confusa com o que viu no programa matinal da SIC, perguntou à mãe da apresentadora: "Mas isto é mesmo na casa da Cristina?"[384]

Rui Francisco, responsável pela cenografia d'*O Programa da Cristina*, durante a entrevista, lembrou as palavras de João Patrício, realizador do programa matinal da SIC, que afirmava não querer um estúdio que parecesse uma casa, mas uma casa que parecesse um estúdio. Para o cenógrafo ficou desde bem cedo claro que o objetivo passava por "credibilizar uma casa"[385]. Na verdade, esse aparenta ser apenas mais um aspeto que mostra de forma clara uma das caraterísticas mais distintivas dos *daytime talk shows.*

No capítulo 4 (no subtópico 4.1.4.) referiu-se que muitos dos *daytime talk shows* parecem localizar-se algures entre a realidade que existe nas telenovelas (profundamente ficcional) e os *talk shows* mais formais e com um tom mais sério (como, por exemplo, entre outros, os de política ou de economia). Com efeito, ambos os relatos trazidos à atenção neste subtópico aparentam comprovar isso mesmo. A ilusão existe, não apenas nas dinâmicas existentes, mas também, e em certos casos com empenho acrescido, no cenário envolvente, o qual é, sem dúvida, uma parte fundamental da identidade de um *daytime talk show*. Basta observar a distinta paleta cromática que existe entre os *talk shows* da manhã e os da tarde. Contudo, até mesmo dentro dos *talk shows* da manhã essas diferenças podem ser evidentes.

A *Praça da Alegria*, por exemplo, aparenta querer continuar a ser uma "janela" para o exterior, para a realidade nacional, enquanto *O Programa da Cristina* um "espelho" de todos aqueles que o observam (a partir de casa). Este aspeto, em última análise, não deixa também de ser uma reprodução daquilo que são os deveres de uma televisão de serviço público e os objetivos de uma televisão privada. No entanto, esse também parece ser um elemento que, ainda que indiretamente, pode influenciar a prática do riso. Na verdade, é mais natural que a "nudez" – neste caso facial – exista na privacidade do lar do que algures numa praça.

---

[383] Entrevista presencial, a 01 de agosto de 2019. Recorte aproximado da citação: 01:06:30-01:06:32 (parte 1).
[384] Fonte (acedido a 16/12/20): https://www.publico.pt/2019/01/13/impar/entrevista/elite-entende-superior-povo-1857607
[385] Entrevista presencial, a 07 de agosto de 2019. Recorte aproximado da citação: 15:57-15:58.

7.2.5. As redes sociais: "[o riso] é receita de sucesso"

No capítulo 2 deste trabalho (no subtópico 2.2.5., intitulado "A Internet e, em especial, as redes sociais: é preciso rir, rir ou rir (séc. XXI)"), ponderou-se sobre a utilização constante do riso nas redes sociais. E o que se concluiu foi que esse aparenta ser, nos dias de hoje, como que a roupagem mais adequada e, em alguns casos, quase obrigatória, para se estar "dignamente" na Internet. Com efeito, trata-se, de certa forma, de um vestir da "felicidade moderna", que é visual e ostensiva. Mas será que esse simbólico regulamento se aplica também às redes sociais dos *talk shows* da manhã? De certa forma, sim.

Quer nas redes sociais d'*O Programa da Cristina,* quer nas da *Praça da Alegria*, as imagens de pessoas a rir é uma constante. Mas qual aparenta ser, no entender dos profissionais envolvidos, o objetivo dessas imagens? Viviana Jordão, profissional das redes sociais d'*O Programa da Cristina*, a esse respeito, referiu o seguinte: "[o objetivo é transmitir] que é um programa feliz, feito por pessoas felizes, e que todas as pessoas que passam por cá estão igualmente felizes e sentem a nossa energia e a nossa forma de estar descontraída e alegre"[386]. Teresa Lencastre, ex-profissional das redes sociais da *Praça da Alegria*, a esse propósito, também mencionou o seguinte: "o retorno é imediato, eu sei que quando ponho uma fotografia do apresentador a rir vou ter mais pessoas a fazer *likes*, isto é receita de sucesso de certeza"[387].

O riso mostra então ser compreendido não apenas como um meio para transmitir uma identidade mais "alegre" do programa, mas, também, como um instrumento capaz de gerar maior atividade e maior retorno por parte dos utilizadores. De forma mais ou menos direta, e mais ou menos consciente, o objetivo parece sempre ser o de cativar o público através da "nudez facial" dos vários intervenientes envolvidos.

O aspeto em questão fica ainda mais evidente quando temos em consideração as palavras de Joelma Garcia, que referiu o seguinte: "hoje em dia as audiências oficiais não são só a audiência ao vivo, mas é a audiência vista no próprio dia em tempos diferentes."[388]. A responsável pela análise das audiências televisivas, em Portugal, prosseguiu o seu raciocínio: "há determinado tipo de episódios que quando têm muito ruído nas redes sociais as pessoas chegam a casa e voltam para trás para ver o programa".[389] O riso nas redes sociais aparenta então hoje ser uma parte importante do "isco" destes programas na Internet.

[386] Entrevista presencial, a 06 de novembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 09:48-09:59.
[387] Entrevista presencial, a 26 de setembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 11:23-11:34.
[388] Entrevista presencial, a 06 de agosto de 2019. Recorte aproximado da citação: 23:50-23:58.
[389] Entrevista presencial, a 06 de agosto de 2019. Recorte aproximado da citação: 24:00-24:09.

7.2.6. A Cristina Ferreira: "uma Oprah à nossa maneira"

Bruno Santos, ex-diretor geral de antena e programas da TVI, afirmou que "o fenómeno Cristina Ferreira trouxe uma nova exigência na questão do *daytime* [televisivo]"[390]. Hernâni Carvalho, profissional da SIC, mencionou que Cristina Ferreira "tem uma noção muito apurada do que é que o outro sente e do que é que o outro sofre, e esse outro são a maioria dos portugueses que veem televisão"[391] Até mesmo Sofia Serpa, uma das responsáveis pelo programa matinal da RTP1, referindo-se a Cristina Ferreira, disse: "ela toca, ela vai ao afeto, ela chora, ela usa as emoções muito bem para criar empatia"[392]. Cláudio Ramos, que tem trabalhado próximo da apresentadora, afirmou não ter dúvidas de que a sua narrativa de vida, de ascensão, que é pública, também é um ponto que "muda a história toda"[393]. O coapresentador referiu ainda que Cristina Ferreira "não deixa nunca, momento nenhum, de se identificar em qualquer conteúdo que seja do programa com as pessoas que estão em casa; é o [seu] truque"[394]. Mas existirão ainda outros aspetos importantes a destacar na "figura" de Cristina Ferreira, a qual, nas palavras de Nuno Artur Silva, "é uma Oprah à nossa maneira"[395]?

Entre certamente muitos outros aspetos, há um que se evidencia, o qual tem que ver indiretamente com a capacidade dos *daytime talk shows* serem também eles um trajeto singular para um universo de ficção particular (com ingredientes fantasiosos misturados com a realidade). O diretor de produção, André Manso, destacou um exemplo bastante interessante nesse sentido, de algo que foi "construído" num dos episódios do programa matinal da SIC.[396] Todavia, a forma como, nessa passagem, a surpresa e outras emoções foram interpretadas por Cristina Ferreira, levou com certeza muitos telespetadores a mergulharem numa "ilusão" (inclusive, importa admitir, o próprio autor deste estudo). Destaca-se, assim, também, a capacidade de Cristina Ferreira ser, para além de uma bem-sucedida apresentadora, uma bem-sucedida atriz, capaz de fazer mergulhar na ficção até os mais atentos telespetadores.

A personagem mediática de Cristina Ferreira, que tem vindo a ser edificada ao longo dos anos (como tantas outras, em Portugal, e não só), parece ter adquirido uma das suas mais importantes "camadas" com a chegada à SIC. Pois o canal de televisão privado aparenta como que ter dado

[390] Entrevista presencial, a 08 de novembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 08:08-08:16.
[391] Entrevista presencial, a 05 de novembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 26:02-26:18.
[392] Entrevista presencial, a 23 de setembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 08:10-08:18 (parte 2).
[393] Entrevista presencial, a 06 de novembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 07:28-07:29.
[394] Entrevista presencial, a 06 de novembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 08:16-08:23.
[395] Entrevista presencial, a 13 de setembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 01:02:32-01:02:34 (parte 2).
[396] Entrevista presencial, a 06 de novembro de 2019. Recorte aproximado do testemunho: 01:05:45-01:06:45.

"uma de mão" na sua credibilidade. Até então, Cristina Ferreira mostrava ser "apenas conhecida" pelo grande público, passando depois, para uma parte significativa desse público, a ser alguém "também credível". No subtópico 5.6.3., concluiu-se que o riso da apresentadora era empático. Todavia, neste momento, destaca-se outro aspeto: como que "envernizado" pela SIC, esse riso passou também a ser credível, respeitável.

7.2.7. A classe política: "os políticos parecem mais próximos"

Nos últimos tempos, foram vários os membros da classe política que apareceram ao lado de Cristina Ferreira, no programa matinal da SIC. Será que, por isso, é possível concluir que existe, como referiu Rui Calafate, no Jornal *ECO*, uma "atração fatal dos políticos pela Cristina"[397]? Se tivermos em consideração a reflexão que, a esse respeito, foi desenvolvida no capítulo 4 (no subtópico 4.1.11., intitulado "O que fazem os membros da classe política nesses programas?"), concluímos que esses profissionais não foram muito provavelmente atraídos pela companhia da apresentadora, mas sim por aquilo que acreditam que ela pode oferecer: visibilidade e aproximação pessoal aos telespetadores.

A experiente apresentadora da *Praça da Alegria*, Sónia Araújo, mencionou que, no seu entender, os políticos "deviam aparecer muito mais"[398] nos *daytime talk shows*. E, em sintonia com esse comentário, Jorge Gabriel referiu que, a esse respeito, na sua opinião, só existe uma coisa a lamentar: "é que os políticos não tenham há mais tempo ido aos programas da manhã"[399]. Contudo, conforme analisado no capítulo 4 (no subtópico 4.1.11.), a presença da classe política nesses programas pode gerar um problema de comunicação (e esse é o único que nos compete indicar). Na verdade, nesses contextos, como referiu Nuno Artur Silva, "os políticos parecem mais próximos"[400]. Trata-se, assim, de um possível apego afetivo que o público do *daytime* televisivo pode desenvolver pela pessoa e não pelas ideias que ela, naquele preciso momento, mas não só, representa. Entre o rir e o fazer rir, o foco estará, se não sempre, quase sempre, no "mundo dos sentidos" e não no "mundo das ideias".

7.2.8. O serviço público: "[com um] livro de estilos diferente"

Sofia Serpa, uma das principais responsáveis pela *Praça da Alegria*, acredita que o "rótulo" serviço público, e os deveres que, inevitavelmente, de forma direta e indireta, o mesmo acarreta, em momento

[397] Fonte (acedido a 23/11/20): https://eco.sapo.pt/opiniao/a-atraccao-fatal-dos-politicos-pela-cristina/
[398] Entrevista presencial, a 23 de setembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 16:19-16:21.
[399] Entrevista presencial, a 18 de setembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 23:28-23:32.
[400] Entrevista presencial, a 13 de setembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 51:41-51:43 (parte 2).

algum devem ser inibidores da existência de vivacidade no programa.[401] Trata-se, porém, inevitavelmente, do conceber de uma vivacidade com preocupações distintas, as quais são bem evidentes nas palavras de Hélder Reis. O repórter da *Praça da Alegria* referiu, nesse sentido, o seguinte: "há coisas que nós sabemos que não devemos fazer, posturas que não devemos ter e mensagens que somos obrigados a passar, (...) faz parte da premissa de estação pública"[402]. O profissional da RTP não tem por isso dúvidas que, "quer a Cristina [Ferreira], quer o Manuel [Luís Goucha], na RTP, rapidamente se ajustavam à cinta da RTP"[403]. Mas que "cinta" afinal é essa e como aparenta funcionar?

Parece existir, mais do que uma regulação externa, constante e até mesquinha, da parte de terceiros, uma interna, proveniente da conceção que cada um tem de serviço público. Rita Belinha, que mostra por vezes uma postura mais descomplexada e imprevisível que os restantes intervenientes do programa (e que, em alguns aspetos, tem até mesmo uma prestação um tanto ou quanto semelhante à de Cristina Ferreira), quando questionada se, em algum momento, se sentiu inibida por estar na estação de serviço público, referiu de imediato o seguinte: "nunca, (...) nunca me disseram nada, [como] 'atenção que não podes dizer isto ou aquilo'"[404]. A repórter da *Praça da Alegria* parece indicar que a "cinta da RTP" passa, pelo menos no que diz respeito ao *talk show* matinal, em muito, pelo bom senso dos seus profissionais. Aparenta, portanto, tratar-se de uma "autorregulação" (que evidentemente é influenciada pelo universo à sua volta).

Jorge Gabriel entende que a RTP tem "um livro de estilos diferente"[405] do livro de estilos da televisão privada. Mas o que parece esse simbólico livro referir a respeito do riso e da sua construção? De um modo geral, parece existir abertura para se rir muito, se realmente se justificar rir muito, no entanto, em alguns momentos, o riso de modo algum se justifica. Este aspeto, de certa forma, tende a acontecer também nos restantes programas matinais oriundos da televisão privada. Contudo, esse cuidado parece razoavelmente maior no *talk show* matinal da estação de serviço público. Tratar-se-á, então, de um riso sustentado num "livro de estilos" diferente? Aparentemente, a resposta é sim.

[401] Entrevista presencial, a 23 de setembro de 2019. Recorte aproximado do testemunho: 35:05-36:05 (parte 1).
[402] Entrevista presencial, a 11 de outubro de 2019. Recorte aproximado da citação: 16:36-16:46.
[403] Entrevista presencial, a 11 de outubro de 2019. Recorte aproximado da citação: 18:46-18:53.
[404] Entrevista presencial, a 26 de setembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 02:46-02:52.
[405] Entrevista presencial, a 18 de setembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 29:59-30:00.

7.3. Uma análise geral aos principais tópicos ponderados

Aparenta mais prudente contemplar a figura de Cristina Ferreira
não como "o" caminho televisivo a seguir, mas como "um" caminho
que alguém decidiu seguir no contexto do *daytime* televisivo[406]

Grosso modo, o riso não aparentou ser compreendido
como um "produto final" dos *talk shows* matinais.
Aparentou, sim, ainda que por outras palavras, ser
visto como o "ingrediente" fundamental do mais
apreciado produto final: a "autenticidade"[407]

De um modo geral, no primeiro ponto da análise propriamente dita (7.2.1.), verificamos que o *daytime* televisivo pode realmente ser uma ferramenta útil, porém, sobretudo nas estações privadas, dificilmente prescindirá do seu já antigo "carimbo de certificação": a retórica emocional. No segundo (7.2.2.), reforçamos ainda mais a convicção de que no período da manhã as emoções normalmente compreendidas como positivas tendem a ser mais exploradas do que no período da tarde, onde por norma acontece o oposto. No terceiro (7.2.3.), foi evidente que o *daytime* televisivo "exige" de uma boa parte dos seus profissionais, mas sobretudo dos mais expostos, mais do que apenas o seu tempo e a sua presença, também o seu lado mais sensível, as suas emoções. No quarto (7.2.4.), concluímos que esses cenários, de forma mais ou menos direta, simulam espaços reais, reforçando assim ainda mais a ideia de que estamos perante programas que, em parte, habitam dentro das dinâmicas de ficção. No quinto (7.2.5.), enxergamos com clareza que não apenas as redes sociais são importantes para cativar os telespetadores, mas que as imagens do riso têm nesse ato de "cativar" um papel preponderante. No sexto (7.2.6.), observamos que a figura de Cristina Ferreira, que tem vindo a ser gradualmente edificada, aparenta neste momento ter um destaque realmente singular na paisagem do *daytime* televisivo nacional. No sétimo (7.2.7.), refletimos sobre o facto do *daytime* televisivo ser também cada vez mais um palco político. E, por fim, no oitavo (7.2.8.), confirmamos que o principal programa matinal de serviço público, a *Praça da Alegria*, na RTP1, navega no mesmo mar dos privados, todavia,

[406] Informação baseada na apreciação do autor.
[407] Informação baseada na apreciação do autor.

em certos momentos fá-lo com instrumentos e procedimentos distintos.

Finda a breve recapitulação geral acerca dos principais tópicos examinados com os entrevistados e expostos neste capítulo, centremos agora a nossa total atenção em três pontos fundamentais, os quais aparentaram estar na base de uma parte significativa dos pareceres analisados, ainda que muitas vezes indiretamente.

Dentro da consideração conclusiva que se segue, o primeiro subtópico (7.3.1.) procurou olhar para onde aparentam estar esses profissionais simbolicamente a olhar, para se nortear, mas não só. O segundo (7.3.2.) centrou-se naquilo que, grosso modo, pareceram ser as duas principais leituras acerca do "fenómeno Cristina" no *daytime* televisivo nacional: como "um caminho" seguido por alguém ou como "o caminho" a seguir por todos. O terceiro, e último (7.3.3.), refletiu acerca da compreensão do "lugar" do riso nos *talk shows* matinais. Analisemos então de seguida cada um desses aspetos de forma isolada.

7.3.1. Uma realidade a par da realidade (inter)nacional

No decorrer dos muitos diálogos acerca das mais variadas questões, bastante cedo ficou clara a existência de um olhar atento, por uma boa parte dos profissionais entrevistados, sobre aquilo que acontecia à sua volta no panorama do *daytime* televisivo. Embora essas múltiplas referências externas tenham, primariamente, aos olhos do entrevistador, sido recolhidas como um aspeto sem grande relevo para a investigação, aparentando ser apenas alusões corriqueiras de profissionais de uma área em particular, posteriormente, depois de uma análise mais atenta a esses relatos, algo intrigante parece ter realmente ficado em evidência.

Dentro do leque dos entrevistados, associados sobretudo à RTP e à SIC, em alguns momentos foi possível percecionar um foco distinto. De um modo geral, enquanto os profissionais ligados à RTP mostraram ser conhecedores de praticamente tudo o que estava a acontecer no programa matinal da SIC (importa referir que, à data, era o programa líder em audiências), o inverso nem sempre foi algo muito evidente. Por exemplo, certos membros da equipa do *talk show* da SIC não eram conhecedores de alguns intervenientes secundários do programa matinal da RTP1. Contudo, regra geral, os profissionais ligados à estação de serviço público mostraram conhecer não apenas os rostos, mas também as funções dos profissionais complementares do programa da SIC. Enquanto o foco da equipa da *Praça da Alegria* aparentou estar mais na paisagem televisiva nacional, e em particular no programa da SIC, o foco da equipa d'*O Programa da Cristina* mostrou por vezes estar mais no panorama internacional. Pareceu até mesmo em alguns casos existir um conhecimento relativamente alargado da

realidade do *daytime* televisivo norte-americano, brasileiro, espanhol, etc.

Assim sendo, ainda que seja impossível afirmar com total convicção, parece de algum modo prudente referir que o que o fator "inovação", tantas vezes associado ao programa matinal da SIC, possa estar relacionado não apenas à forma como os principais elementos da equipa se norteiam, mas, também, aos locais onde o fazem.

7.3.2. Será que todos os caminhos nos levam a... Cristina Ferreira?

Será que todos os caminhos televisivos em contexto nacional nos levam a... Cristina Ferreira? Não, não levam. Pois isso significaria ignorar uma parte considerável da história da televisão portuguesa, assim como inúmeros outros aspetos. No entanto, naquilo que diz respeito ao *daytime* televisivo, em Portugal, aparenta ser realmente inevitável uma análise ao percurso e à figura da apresentadora. E se havia já uma consciência prévia dessa realidade, aquando da execução e da análise das entrevistas essa ficou ainda mais clara. Cristina Ferreira faz incontornavelmente parte da "biografia" do *daytime* televisivo, em Portugal.

Muitas vezes de forma elogiosa, outras vezes nem tanto, a verdade é que, grosso modo, todos mostraram ter uma opinião bem clara a respeito do papel da apresentadora no *daytime* televisivo nacional, e em particular no período da manhã. Distante, pelo menos em alguns aspetos, da retórica melodramática de Oprah Winfrey, nos EUA, a apresentadora portuguesa aproxima-se dela enquanto figura incontornável do *daytime* televisivo de um país. Algo que, dadas as dinâmicas sociais atuais, a catapultou para uma posição de destaque na cultura popular portuguesa. E como acontece naturalmente com qualquer figura popular da atualidade, a de Cristina Ferreira somente retrata o imaginário de milhares ou de milhões de pessoas que, de forma mais ou menos direta, e mais ou menos consciente, a edificaram.

Assim sendo, não havendo como negar a atual projeção mediática da apresentadora, resta-nos apenas ponderar acerca da forma como, dentro das dinâmicas do *daytime* televisivo atual, mas não só, parece mais prudente contemplar a sua figura. Daquilo que foi possível percecionar, de um modo geral, aparentaram destacar-se a esse respeito sobretudo duas posições: ver a figura da apresentadora como "um caminho" seguido por alguém ou, ainda que muitas vezes dito de forma indireta, ver a figura da apresentadora como "o caminho" a seguir por todos. Mas a questão que agora se levanta é: qual mostra ser a posição mais prudente tendo em conta as próprias dinâmicas televisivas modernas?

Ainda que, um pouco ao jeito de Oprah Winfrey, nos EUA, Cristina Ferreira, em Portugal, tenha tido o mérito de ter chamado, como nunca antes, a atenção de muitos para aquilo que se

passava no *daytime* televisivo, a apresentadora deve ser vista apenas como "um caminho" que alguém seguiu. Porquê? Entre inúmeros outros aspetos, primeiro, porque só dessa forma será possível ver com total clareza em que ponto exato do "mapa" está o *daytime* televisivo português, tendo em conta o contexto nacional e internacional; e, segundo, que passa necessariamente por uma leitura adequada do primeiro ponto, porque só dessa forma será possível que o *daytime* televisivo nacional continue em "movimento".

7.3.3. A "autenticidade": o riso visto como um produto dentro de um produto

De acordo com a reflexão tida no capítulo 3 (subtópico 3.2.7.) ficou evidente que, de um modo geral, o televisor, nos nossos dias, pode ainda por muitos ser visto como uma espécie de pedestal nacional. Isso faz com que as mais visíveis figuras televisivas sejam, também, muitas vezes, observadas na condição de "celebridades". Nada surpreendente, pois, de certa forma, trata-se apenas de um sintoma dos tempos (Foucault, 1995). Todavia, há algo que não pode ser esquecido nesta dinâmica de endeusamento politeísta e televisivo moderno: é que são inúmeras as pessoas que querem estar nessa posição, o que faz com que a concorrência seja enorme e o número de candidatos bastante alargado. Na verdade, trata-se não apenas de uma concorrência externa, entre profissionais de distintos canais, mas, muitas vezes, sobretudo interna, entre os próprios profissionais de cada um desses canais.

Para além desses e de outros aspetos, comuns a uma boa parte dos profissionais televisivos, sobretudo na realidade generalista em sinal aberto, e ainda mais nas estações privadas, os apresentadores dos *daytime talk shows* têm ainda alguns obstáculos muito particulares na sua atividade. Conforme já referido (no subtópico 4.1.7.), entre outros, podem ser destacados, pelo menos, quatro: (1) conseguir ingressar com razoável rapidez no campo afetivo do entrevistado, (2) não deixar nunca de relatar de forma simples a complexidade de certos testemunhos, tendo em mente o público-alvo do programa (3) fazer parte das emoções partilhadas pelos convidados e participar nelas sem limitações (não importa, muitas vezes, se é com riso ou com choro), e (4) apresentar aos convidados soluções para os seus problemas e/ou destacar aos telespetadores lições desses relatos.

Como já aludido também nesta consideração, isso faz com que estejamos perante um profissional que "empresta" à televisão, isto é, mais concretamente, ao programa que dirige, não apenas o seu tempo, o seu corpo, o seu rosto, mas uma parte ainda mais ampla e profunda, onde também está o seu leque de emoções. Mas será de alguma forma possível separar e regular de forma equilibrada esses dois mundos? Segundo o já mencionado estudo de Arlie Hochschild (2012),

intitulado *The Managed Heart,* estamos perante uma tarefa complexíssima, extremamente desgastante e profundamente exigente, que pode evidentemente acarretar um desgaste acrescido para lá do período laboral. Nesse sentido, não há dúvidas que se trata de uma atividade profissional complexa de decifrar, mas, também, de executar.

De forma mais ou menos assumida, estamos perante a comercialização de um produto que, ainda que possa ser descrito de diversas formas, em televisão, sobretudo no contexto do *daytime*, parece ser pelos seus profissionais normalmente reconhecido e intitulado como "autenticidade", "genuinidade", ou outro termo semelhante. Mas o que aparenta a transação desse produto exigir por parte dos seus principais "comerciantes"? No mínimo três aspetos bastante particulares. Analisemos de seguida quais.

Primariamente, é necessário que esses profissionais compreendam como, de um modo generalizado, o seu público age e reage perante as mais distintas situações. Isso passa, entre outros aspetos, por uma profunda compreensão dos principais gatilhos emocionais dos seus telespetadores, pois só dessa forma é possível espelhá-los com razoável nitidez. De seguida, é essencial que dentro daquela que é a "matemática emocional" dos telespetadores, e não necessariamente da sua, ofereçam um número alargado e distinto de soluções. E por último, é indispensável que apliquem nesse bastante amplo e diversificado leque de respostas emocionais a maior carga de intensidade e a máxima durabilidade possível. Se isso realmente se vier a verificar, é então muito provável que estejamos perante a transação daquilo que muitos continuam a intitular, em contexto televisivo, como "autenticidade". Mas a grande questão que agora inevitavelmente se levanta é: e o riso, qual mostra ser o seu real lugar em relação a este cada vez mais valioso e disputado produto televisivo a que nos referimos? Vejamos.

De um modo geral, o riso não mostrou ser compreendido como um "produto final" dos *talk shows* matinais. Pareceu, sim, ainda que por outras palavras, ser visto como o "ingrediente" fundamental do mais apreciado produto final: a "autenticidade". Assim sendo, o riso presente nos *talk shows* matinais mostrou estar a ser calculado – isto é, planeado – como um produto dentro de um produto. Todavia, importa lembrar que nos habituais programas da tarde, na comercialização dessa mesma "autenticidade", o lugar que o riso ocupa é totalmente distinto. Isso deixa deveras claro que essa receita varia não apenas de programa para programa, mas, também, de período para período. Em vista disso, o espaço que o riso ocupa dentro dessa muito valorizada fórmula televisiva é, igualmente, variável.

CAP. 8 – O RISO, O *DAYTIME* E A ATUAL INVESTIGAÇÃO: ESTÁ ABERTA A DISCUSSÃO

O principal propósito deste capítulo foi o de proporcionar uma "mesa de discussão" para a primeira, a segunda e a terceira parte da investigação. O intuito foi, assim, expor uma visão articulada dos principais elementos analisados. Dessa forma, procurou-se entender como pode o atual estudo contribuir para uma mais ampla compreensão (1) do riso na atualidade; (2) do *daytime* televisivo em Portugal; e, finalmente, (3) do papel do riso nos principais *talk shows* matinais em contexto nacional. Todavia, em alguns aspetos, mais do que apenas expor aquilo que aparenta ter acontecido ou estar a acontecer, foram lançadas pistas sobre o que, na visão do autor, edificada ao longo do estudo, deveria estar ou não a suceder.

8.1. Alguns aspetos a ter em especial atenção no presente capítulo

Técnicas científicas fundamentais por detrás da visão global cultivada ao longo deste capítulo:

Análise documental (escrita e audiovisual);
Observação (direta, estruturada e reativa);
Entrevistas (semiestruturadas e individuais).

Principais elementos em "debate" nesta análise:

O riso, o *daytime* televisivo e o riso na primeira parte do *daytime* televisivo.

Serve o presente subtópico (8.1.) apenas como complemento daquilo que foi considerado na parte introdutória desta tese, em "III. Descrição das opções metodológicas". Dessa forma, torna-se também indispensável uma (re)análise desse ponto específico.

Antes de prosseguirmos para uma explicação mais ampla acerca dos principais objetivos deste capítulo, reavivemos, ainda que de forma bastante resumida, o que, de um modo geral, esteve envolvido em cada uma das três principais técnicas científicas de recolha de dados utilizadas neste estudo: a análise documental (escrita e audiovisual), a observação (direta, estruturada e reativa) e as entrevistas (semiestruturadas e individuais).

A *análise documental* sustentou-se, primariamente, numa revisão de literatura, sobretudo sobre as temáticas do riso e do *daytime* televisivo. De seguida, entre outros aspetos, destaca-se uma apreciação a 60 emissões dos *talk shows* matinais (20 de cada um dos três principais canais, ou seja, mais de 120 horas de análise), onde o objetivo foi o de não apenas descodificar as dinâmicas fundamentais que existem dentro dessa particular realidade televisiva, mas, também, o de contabilizar e examinar o número de risos presente nesses programas.

Quanto à *observação*, executada pelo investigador durante 8 dias (4 em cada um dos espaços), essa foi primariamente efetuada no local de emissões da *Praça da Alegria*, na RTP1, e, de seguida, no local de emissões d'*O Programa da Cristina*, na SIC. Entre outros objetivos, o

principal foi sem dúvida o de entender a diferença que existe entre o que é observável no televisor (muito riso) e aquilo que não é, no local de emissões.

Nas *entrevistas*, o propósito foi sobretudo o de compreender aquela que mostrou ser a compreensão dos entrevistados referente a várias temáticas relacionadas com o *daytime* televisivo, no geral e em Portugal. Ainda que vários assuntos tenham sido atentamente analisados em separado, o foco, de um modo geral, esteve no entendimento do papel do riso nos principais *talk shows* matinais em contexto nacional.

8.1.1. A "discussão": em busca de um pensamento articulado

Conforme aludido no capítulo anterior, centrado sobretudo nas entrevistas, a visão teórica, quando privada do conflito com a realidade, torna-se muitas vezes – senão até mesmo sempre – excessivamente rígida e, por isso, pouco ou nada adaptada à realidade que a envolve, o que naturalmente pode tornar pouco úteis ou até mesmo inúteis as suas propostas. Todavia, e aparentemente não tão óbvio, algo semelhante pode acontecer com um conjunto de aparições científicas que não visam uma articulação entre si. Demasiado focado em planos específicos, o investigador pode facilmente esquecer-se da importância de contemplar o fenómeno como um todo. Mas que prejuízos pode isso acarretar para uma investigação deste género? Entre certamente outros, aparentam destacar-se, pelo menos, dois.

O primeiro tem que ver com a leitura da realidade, a qual sairá, de alguma forma, incompleta, deficiente. Pois, conforme aprendemos com o chamado *gestaltismo*, o todo é sempre maior do que o mero somatório das partes. Nesse sentido, não há dúvidas que uma leitura global do fenómeno oferecerá à investigação a oportunidade de contemplar e examinar aspetos que de outra forma seria impossível. O segundo, consequência direta do primeiro, tem que ver com aquelas que são as propostas do investigador para a "melhoria" dessa realidade. Mas como poderá alguém tentar aperfeiçoar algo que não chegou sequer a conhecer e a compreender verdadeiramente? Certamente, não poderá. Dessa forma, as propostas apresentadas poderão, prejudicialmente, não levar em conta a totalidade da realidade analisada.

Como se sabe, a paisagem observada é uma condicionante natural do trajeto do observador. De igual forma, no presente documento, aquilo que foi sendo destacado, não deixou nunca de revelar, ainda que algumas vezes indiretamente, o "itinerário" do investigador. Tratou-se, por vezes, de um percurso que teve ser ajustado e, de certa forma, até mesmo corrigido ao longo do próprio processo de exploração (conforme, por exemplo, foi destacado no subtópico 6.1.1.). Ainda assim,

nesta consideração, o objetivo não foi o de apenas olhar para trás, para cada um desses três principais caminhos desbravados em cada uma das áreas fundamentais, mas, sobretudo, o de indicar em que pontos específicos esses razoavelmente distintos trajetos aparentam cruzar-se, conforme será clarificado de seguida.

8.1.2. Os principais objetivos da consideração apresentada

A atual investigação, como já mencionado, está dividida em três partes principais. A primeira procurou analisar o riso nas suas distintas perspetivas e várias significações ao longo dos tempos e dos múltiplos climas sociais e emocionais. A segunda teve como propósito entender aquilo que é o complexo fenómeno televisivo, no geral, mas com uma atenção especial no *daytime*. A terceira, onde nos situamos neste momento, dividida em quatro capítulos, visou a edificação de um pensamento global acerca da prática do riso nos principais *talk shows* matinais em contexto nacional, tendo como suporte a análise empírica do autor.

Contrariamente àquilo que aconteceu nos três últimos capítulos, em que cada um se focou nos dados recolhidos por uma técnica científica em particular (o capítulo 5 na análise documental, o capítulo 6 na observação e o capítulo 7 nas entrevistas), o presente (capítulo 8) procurou acima de tudo agrupar essas distintas visões em apenas uma. Visão geral essa, da parte empírica, que evidentemente visou um "confronto" com as restantes duas partes, de um modo geral examinadas neste documento, uma centrada na análise ao fenómeno do riso (na parte I) e outra centrada na análise ao fenómeno da televisão (na parte II).

Dessa forma, o objetivo deste capítulo foi o de ponderar de que modo pode a atual investigação contribuir para uma mais ampla compreensão do riso na atualidade (subtópico 8.2.); do *daytime* televisivo em Portugal (subtópico 8.3.); e do papel do riso nos principais *talk shows* matinais em contexto nacional (subtópico 8.4.). Mas não somente isso.

Mais do que apenas apresentar aquilo que parece ter ocorrido ou estar a acorrer, o objetivo foi, também, o de lançar pistas sobre aquilo que, no entender do autor, tendo naturalmente como base os vários aspetos analisados ao longo deste estudo, deveria estar ou não estar a suceder. Ficará, por isso, em muitos momentos claro, no desenrolar desta consideração, que a "voz" do autor teve um novo e mais alargado espaço, contudo, em momento algum deixou de ser sustentada naquilo que foram as muitas ilações retiradas nos sete anteriores capítulos, o que não deixa de ser de algum modo expectável.

8.1.3. Um importante lembrete referente às "soluções"

Relativamente às "soluções" apresentadas neste capítulo, por parte do autor, convém ter em mente, no mínimo, dois pontos. O primeiro é que não se trata de uma lógica matemática, o que faz com que essas soluções tenham sido, em última análise, apenas "propostas de soluções". O segundo é que até mesmo essas sugestões representam, inevitavelmente, um conjunto de ingredientes que variam consoante a época, o espaço, mas não só. Desnudar inconscientemente uma parte do corpo social para cobrir outra é algo comum na história das soluções sociais, até mesmo nas mais bem-intencionadas de que há registo. Nesse sentido, as distintas "propostas de soluções" apresentadas nesta consideração representaram somente um exercício dessa tantas e tantas vezes errónea boa intenção.

8.2. O riso na atualidade: o "ponto da situação"

O riso aparenta hoje muitas vezes ser, "nas mãos" daquele que o exerce em versão oficial, o que outrora fora tentado, mas não concretizado: ***"um instrumento de governo ou (...) uma imagem de poder"*** *(Goff, 2000, p. 71).*

A figura do riso é, e não parece mais ser possível negá-lo, ***o reflexo do "sucesso moderno", da "alegria moderna".***

Tendo em conta os vários aspetos analisados ao longo deste estudo, o que é neste momento possível dizer a respeito do riso na atualidade? Entre muitos outros pontos passíveis de realce, serão isolados três, que parecem ser realmente fundamentais na compreensão do fenómeno em destaque. O objetivo é, assim, o de não apenas recuperar a proposta reflexiva tida na primeira parte deste estudo, mas, sobretudo, o de a legitimar ainda mais.

O primeiro ponto que a esse respeito será analisado neste capítulo (no subtópico 8.2.1.) tem que ver com o novo "modelo social", o qual mostra ter um novo e privilegiado lugar para o riso. O segundo (no subtópico 8.2.2.) está relacionado com o atual "clima geral", que aparenta igualmente potenciar o uso do riso no palco social. O terceiro (no subtópico 8.2.3.), e último, diz respeito às "conquistas do riso" através dos meios de comunicação de massas, que levaram a que contemplação do ato de rir ganhasse um novo e mais alargado espaço na vida de muitas pessoas. (Re)consideremos então cada um desses pontos, levando agora em consideração, sempre que possível, a "análise empírica".

8.2.1. Um "modelo" que sugere o riso

Na perspetiva clássica, conforme analisado na primeira parte do capítulo 1, um rosto sob a ação do riso era o retrato visível de alguém sob uma doença espiritual invisível, de alguém sob "ataques de

demónios", como referiu Taciano, o Sírio, (1995, p. 84)[408], no segundo século da nossa era. Porém, como sabemos, Taciano, entre muitos outros, apenas fazia recordar aquilo que durante muito tempo foi a lei máxima de todos os pensadores oficiais: Platão e os seus ideais. Dessa forma, apenas replicava aquilo que o seu "superior" ordenou n'*A República,* que "não é admissível que se representem homens dignos de consideração sob a ação do riso; e muito pior ainda, se se tratar de deuses" (Platão, 2017, p. 107)[409]. Contudo, atualmente, os muitas vezes intitulados "novos deuses", as figuras populares, mediáticas, riem. E riem muito.

O riso, no intitulado saber oficial "moderno", evolucionista, tal como considerado na segunda parte do capítulo 1, deixou de ser entendido como a imagem dos "fracos e incapazes" (Platão, 1999a, p. 217)[410], que pela sua inconstância não chegaram a ser deuses e que, por isso, desabaram em terra – como tinha justificado Platão (1981, pp. 70, 71; 2008, p. 73)[411] –, para passar a ser compreendido como o retrato dos mais fortes e audazes, que pela sua força e atrevimento deixaram de ser animais e passaram a ser homens – como defendeu Darwin nos seus diversos escritos (1974, 2005, 2012). O riso deixou, também, debaixo dessa nova perspetiva, de ser o símbolo ideal para retratar a demência dos homens, como tinha assegurado João Crisóstomo (2013a, p. 1065)[412], e tornou-se a marca registada da nova sabedoria, como aludiu Nietzsche (2000, p. 36)[413]. Isso, entre outras coisas, tornou possível que o outrora silenciado riso das figuras modelares ganhasse, finalmente, visibilidade.

Se poderiam ainda restar algumas dúvidas a esse respeito, antes da análise empírica, depois, essas dissiparam-se por completo. Pois ficou evidente que, de um modo geral, as principais figuras que apareceram nesses programas queriam, de forma mais ou menos direta, e mais ou menos consciente, ser vistas não apenas como "líderes" (televisivos, políticos, de opinião, ou de outro tipo), mas, sobretudo, como "líderes" capazes de se rir (e, evidentemente, nestes contextos, também, muitas vezes, de chorar, conforme já analisado). O "muito riso" desses programas, embora impossível de quantificar a olho nu, não deixa de ser claramente percetível. Uma simples observação previa desses *talk shows* matinais deixa claro a quem aceita esses convites que, provavelmente, será para (também) rir (muito). Mas não estaremos nós a focar um aspeto sem qualquer relevância? De todo, não.

Conforme destacado no capítulo 1, no passado, as figuras de destaque social, por norma, guardavam a "cara séria" para os momentos de exposição social, todavia, o que a esse respeito foi

[408] Ponto 17.
[409] 388e–389a.
[410] XXIX.
[411] 247a-247c / 81c.
[412] Décima quinta homilia. Ponto 14.
[413] Livro primeiro, ponto 1 – "A Doutrina do Objetivo da Vida."

possível apurar, na análise empírica, foi que, por norma, tendeu a acontecer completamente o oposto: aparentou realmente existir um esforço consciente para guardar a "cara de riso" para os momentos de grande exposição social (através do televisor). E o que poderá isso comprovar a respeito do riso? Embora relativamente comum nos nossos dias, o que presenciamos é, na verdade, um fenómeno atípico nos últimos quase dois mil anos. Ver figuras de enorme destaque social a rir, de forma descomplexada, apenas é possível porque, nos últimos anos, existiu uma mudança significativa no "modelo base" da nossa sociedade. O qual não apenas oferece uma nova e favorável explicação para o riso, como também privilegia aquele que o concretiza. Ao contrário do que acontecia, de um modo geral, no passado, em que o riso destacava a fraqueza do ser humano repelindo, hoje, por sua vez, reforça a sua natureza sensível atraindo.

O denominado *rex facetus*, o rei palhaço, brincalhão, assim como o líder religioso bem-disposto, risonho, ambos populares no século XII, que espelhavam, talvez sem saberem, uma nova vaga intelectual influenciada pela presença dos ideais aristotélicos, não encontraram, no campo ocidental medieval – um campo apinhado dos ideais platónicos – espaço suficiente para vingar como versão oficial. Este ideal, embora florescesse, acabaria por morrer abafado, muito antes de ser oficializado. No entanto, nos nossos dias, esse mesmo campo, cada vez mais liberto dos ideais platónicos, parece ter em si mesmo espaço para o rejuvenescer do ideal aristotélico – isto é, neste contexto, um ideal capaz de deixar livres as emoções.

Na nossa era, muitas das pessoas que personificam essas novas figuras de liderança, seja na política, na televisão ou noutra área de grande impacto mediático, parecem, por vezes, ser um espelho do outrora denominado *rex facetus,* o rei palhaço, brincalhão, que, no seu exercício de poder, mais do que um regedor, era um *entertainer* – alguém que se concentrava não só em solucionar problemas, como também em fazer de si mesmo um objeto de recreação, de ridículo, de riso. Assim, o riso mostra hoje muitas vezes ser, "nas mãos" daquele que o exerce em versão oficial, o que outrora fora tentado, mas não concretizado: "um instrumento de governo ou (...) uma imagem de poder" (Goff, 2000, p. 71).

Na atualidade, tendo em conta o pensamento base que se faz sentir, não aparenta haver muitas dúvidas: a "cara de parvo", que anda "com a boca cheia de riso" (Branco, 2000, p. 99), parece, pelo menos para já – e não se sabe por quanto tempo – estar a ganhar o acalorado conflito milenar contra a "cara de mau".

8.2.2. Um "clima" que convida a rir

Conforme destacado na primeira parte do capítulo 2, os modelos, por exemplo, de roupa, são feitos tendo em conta os climas esperados, porém, os climas não são obviamente feitos tendo em conta esses modelos. Os climas são, como se sabe, imprevisíveis. E ninguém é imune. Todos, sem exceção, estão sujeitos às inesperadas alterações das condições climáticas. Exemplificando, quem nunca foi forçado a renunciar a um típico modelo de verão para se sentir confortável num frio e chuvoso dia dessa mesma estação? De igual forma, apesar de sempre ter havido um modelo proposto para o rosto humano, com mais ou menos riso, nem sempre os climas sociais e emocionais proporcionaram um ambiente confortável para o seu uso. Mas convidarão as atuais "condições climáticas" ao riso? Conforme defendido na primeira parte do capítulo 2, sim, sem dúvida. Mas prossigamos então com essa proposta reflexiva.

No entender do sociólogo Anthony Giddens (2008, p. 676)[414], vivemos num tempo que, ao contrário do que Marx esperava, não é socialista, mas, sim, "dominado pelos novos *media*, que nos 'afastam' do nosso passado". E, segundo Friedrich Nietzsche (2000), como já analisado, foi exatamente sob a ação do riso que uma parte da população, simbolicamente, enxergou que se estava a afastar irremediavelmente do passado. "O seu grito, provocou grande riso"(p. 140)[415], pode ler-se. O riso é, segundo tal ponto de vista, a imagem de quem vive o presente e se esquece por completo do passado.

Segundo o sociólogo Jean Baudrillard (1991, p. 103), vivemos num clima em que "existe cada vez mais informação e cada vez menos sentido". Michel Foucault (1995), Georges Bataille (1980, 1989) e Sigmund Freud (1995b), por sua vez, consideram que o riso é essa mesma imagem do *nonsense,* do "limite do nosso pensamento", da vivência de um "não lugar", de um verdadeiro "curto-circuito". O riso é, deste modo, considerado também a imagem do caos, um caos aparentemente controlado e controlável (mas apenas aparentemente).

Na perspetiva do teórico Gilles Lipovetsky (2007, p. 335), vivemos num clima em que "a felicidade não é mais pensada como futuro maravilhoso, mas como presente radiante, gozo imediato sempre renovado". E, de acordo com Umberto Eco (2012), o riso pode igualmente ser visto como uma imagem de um pequeno e repetido prazer carnal.

Mas o que nos pode a análise empírica envolta dos *talk shows* matinais indicar em particular referente ao uso do riso nos nossos dias? Ainda que não seja de algum modo prudente referir que

[414] Enquanto reflete sobre a teoria pós-moderna.
[415] Livro terceiro, ponto 125 – "O insensato".

esses programas sejam uma "amostra exata" da atualidade, não deixam evidentemente de ser um reflexo, mais ou menos apurado, de algo que se passa na realidade. Assim sendo, o que podem mais concretamente revelar os 20 176 risos registados nas quatro semanas de análise? Entre certamente outros aspetos, que os telespetadores dos *talk shows* matinais, em Portugal, convivem muito frequentemente com o riso de terceiros. Em vista disso, é evidente que esses programas não apenas espelham uma atmosfera em que o riso é evocado com facilidade, como, também, e acima de tudo, contribuem para que essa se mantenha exatamente assim. Mas será isso, por si só, negativo? Não necessariamente, como será analisado mais adiante.

Por mais que o "modelo base" tenha um lugar especial e privilegiado para o riso (conforme analisado no subtópico anterior), se o clima envolvente não o potenciar, o riso não existirá ou existirá muito menos, como é deveras evidente. Nos programas da tarde, por exemplo, conforme já foi referido, não são as emoções habitualmente compreendidas como positivas, mas sim as opostas, que são por norma exibidas no televisor. Nesse sentido, no que diz respeito à realidade televisiva nacional, parece prudente afirmar que embora o *daytime* televisivo, como um todo, promova a retórica emocional, apenas a primeira parte aparenta verdadeiramente fomentar as emoções "positivas" nos seus telespetadores.

Sem dúvida que o "canonizar" do riso no ideal moderno (abordado no capítulo 1) fez com que, atualmente, o riso perdesse, de um modo geral, o seu caráter violento de outros tempos. Deparamo-nos, hoje, por isso, segundo o próprio Gilles Lipovetsky (2014, p. 200), no famoso capítulo 5, intitulado *A sociedade humorística*, com "a fase de liquidação do riso" (p. 200). De uma forma genérica e evidentemente figurativa, já não é mais necessário esperar pela "Festa dos Loucos" para que a inversão dos papéis sociais aprove o riso dos considerados sábios, quando estes temporariamente interpretavam o considerado louco (alguém que era capaz de rir no palco social). Pois vivemos hoje, simbolicamente, numa grande "Festa dos Loucos", o que faz com que o riso seja, sempre, dos considerados "mais sábios" – aqueles que mais ostentam gozar loucamente a "festa da vida". E é óbvio que nos referimos a um ideal "meteorológico", com um princípio e um fim, que não apenas espelha a roupagem ideal do clima social em que vivemos, mas reflete inevitavelmente o conceito de felicidade que envolve a sociedade contemporânea, rindo da antiga conceção dessa mesma felicidade, sustentada na "razão".

Deste modo, mais uma vez, falamos não de ideais, muitas vezes utópicos, mas de verdadeiros climas emocionais, os quais se fazem realmente sentir e que, sem escape possível, tendem a atingir, de forma direta ou indireta, a todos. O riso parece ser hoje, para muitos, o rosto

mais adequado, não apenas simbolicamente, como também fisicamente. E trata-se de uma realidade que não se resume apenas aos *talk shows* matinais. O riso é o rosto escolhido numa publicidade de uma agência de viagens; é o rosto escolhido para comunicar um jantar de velhos amigos, publicado depois nas redes sociais; é o rosto escolhido para divulgar a promoção de um ajuntamento político ou religioso; é o rosto escolhido para informar que alguém ganhou um concurso televisivo, uma lotaria, uma competição, etc. A figura do riso é, e não parece mais ser possível negá-lo, o reflexo do "sucesso moderno", da "alegria moderna".

Falamos não de um riso sustentado no humor ou no cómico, mas sobretudo de uma imagem isolada do riso. Na verdade, de muitas imagens isoladas de risos. Falamos, por isso, de forma mais ou menos evidente, de um clima de riso, que incita a mais e mais risos. Será que se ri cada vez mais das "cócegas" do vazio? Independentemente disso, a mais importante questão aparenta ser a seguinte: será de algum modo possível resistir-lhe?

8.2.3. Um riso cada vez mais "conquistador"

O objetivo deste subtópico passa por, entre outros aspetos, reavivar algumas das "batalhas" e das "conquistas" do riso no panorama geral. Trata-se, então, por isso, em parte, de uma breve recapitulação da segunda metade do capítulo 2 (intitulada "A comunicação de massas: o riso em diversos meios e encargos"). Recuperemos então, ainda que de forma bastante abreviada, esse notável percurso moderno do riso.

Iniciámos com os *fonógrafos*, uma das primeiras máquinas de "fazer risos", e vimos que essas primeiras gargalhadas mecânicas, embora tenham causado estranheza no início, tornaram-se com o tempo um verdadeiro sucesso. Passámos depois pelo *cinema*, onde notámos que embora fosse inicialmente mudo, não prescindiu de "muito ousadamente" mostrar ao seu público rostos (de mulheres) sob a ação do riso. Mas e o que dizer da *rádio*, um dos mais fascinantes fenómenos da comunicação de massas? Compreendemos que teve literalmente de rir, mais e melhor, para evoluir, pois, a certo momento, viu o seu progresso limitado à sua própria incapacidade de rir. E, evidentemente, não ignoramos nessa jornada a invenção da *televisão,* que cedo se tornou carente de uma outra invenção, a *Laff box*, uma máquina ou um piano de fazer risos, que antecedeu os *laugh tracks*. Assim, chegamos, finalmente, à *Internet*, onde analisamos que, de forma mais ou menos direta, e sobretudo através das redes sociais, aparenta incitar todos os seus utilizadores a exprimirem o seu "sucesso" sob da ação do riso.

Segundo Maggie Hennefeld (2016, p. 45), "entre meados do século XIX e o início do século

XX, centenas de mulheres supostamente morreram de tanto rir"[416]. Torna-se então deveras evidente que o proliferar desses e de outros relatos populares inibiram, à data, muitas mulheres não apenas de se rirem em público, mas, simplesmente, de se rirem, não importa onde estivessem, já que não se tratava de uma mera questão de saúde, mas de uma questão de vida ou morte. Enclausuradas nessas e noutras "verdades" a respeito do riso, muitas foram, com toda a certeza, as mulheres que se viram obrigadas a prescindir de algo que era seu por natureza. Mas seriam somente as mulheres que não se deveriam rir?

De forma mais ou menos "fundamentada", durante muito tempo, o riso não era algo bem visto no espaço social, devendo, por isso, ser evitado. Apesar do riso das mulheres parecer mais desrespeitoso aos olhos dos demais do que o riso dos homens e das crianças, todos, de igual forma, deveriam optar por não rir, pois todos os relatos populares à data existentes se sustentavam na mesma "verdade" oficial. Essa crença sólida e milenar via em todo e qualquer expressar emocional positivo um usufruto temporário do pecado e, por isso, um verdadeiro atentado à pureza moral (conforme já analisado no capítulo 1 deste documento).

Todavia, primariamente, com o riso audível dos fonógrafos, e de seguida, com o riso mudo do cinema, e, mais tarde ainda, evidentemente, com os muitos risos "mistos" presentes em tantos outros meios de comunicação de massas, essas muito variáveis e bastante inflexíveis regras sociais a respeito do riso foram sendo demolidas. De facto, nesses meios de comunicação começou a ser possível ver e ouvir homens (e até mulheres!) a rir, a rir abertamente, sem pudor, sem medo e, sobretudo, sem morrer. Se, conforme já observado, o riso foi capaz de rapidamente conquistar esses meios de comunicação, o riso desses meios de comunicação foi de igual forma célere a conquistar a população que o contemplava.

Assim, não parece haver grandes dúvidas de que, no panorama geral, o riso presente nos meios de comunicação de massas contribuiu para "democratizar" o uso das emoções positivas no palco privado e social. E, a assumirmos isso como verdade, é óbvio que quanto maior tenha sido o alcance desse meio, numa região, maior também terá sido a sua capacidade de "alfabetizar" a população nesse sentido. Apontamos, então, neste momento, e ainda que indiretamente, para uma espécie de "literacia do riso". Dessa forma, os meios de comunicação social colaboraram, e muito, para a "democratização" do riso – e, importa que se saliente, não necessariamente do humor – um pouco por todo o mundo. Só dessa forma foi possível demolir, de uma maneira verdadeiramente alargada, as inúmeras crenças absurdas que existiam em volta de todo o tipo de riso, mas em particular do outrora

[416] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

considerado mortífero riso da mulher. Como que se aproveitando então da boleia dos meios de comunicação de massas, o riso, um pouco por todo o mundo, conseguiu gradualmente ocupar espaços que estavam outrora dominados por uma intensa escuridão intelectual e por um regime de absoluta melancolia social.

E o que dizer do caso específico de Portugal: merecerá o riso, pelo seu notável percurso, um *Lusíadas*[417] também para ele? E que importância aparentam ter tido, no proliferar dessa gargalhada popular, os *talk shows* matinais? Terão esses sido como que uma das primeiras e mais importantes naus naquela que foi a "descoberta" das emoções positivas, em larga escala, no solo nacional? Como aparenta hoje o riso estar a ser usado e quão consciente parece ser o seu uso nesses *talk shows*? Deverão as contínuas conquistas do riso, nesses e noutros programas, nos nossos dias, deixar-nos de algum modo em "estado de alerta"?

Antes de se examinar esses e outros aspetos, torna-se fundamental, primeiro, considerar em que pontos específicos o presente estudo nos elucidou a respeito daquilo que é o *daytime* televisivo em Portugal – a outra metade que suportará a reflexão final deste capítulo (e que será apresentada no subtópico 8.4.).

[417] Referimo-nos à obra *Os Lusíadas*, de Luís de Camões.

8.3. O *daytime* televisivo em Portugal: uma visão global

Se fosse necessário resumir os daytime talk shows numa só palavra, essa seria quase de certeza ***"emoção".*** *Todavia, aparentam ser duas as palavras que, em síntese, melhor caraterizam esses programas:* ***"reação emocional"****.*

Mostra-se cada vez mais sensato ver os programas de daytime televisivo como "uma locomotiva da estação"[418]*, utilizando a expressão de João Patrício. Mas analisar de forma regular o combustível que move esse engenho deve também ser uma contínua prioridade das estações públicas e privadas.*

O daytime não é um mundo televisivo à parte, *mas sim uma parte importante do mundo televisivo.*

Foram muitas e distintas as interrogações que emergiram ao longo deste estudo. E bastantes e variadas também mostraram ser as propostas de esclarecimento por parte do autor. Todavia, praticamente desde o início, continuaram a revisitar de forma bastante assídua a mente do investigador quatro muito específicas questões. Tratam-se, por isso, muito provavelmente, de algumas das mais "incómodas" e "persistentes" questões levantadas por esta análise. É verdade que, no campo intelectual, várias respostas foram sendo ponderadas, contudo, até ao momento, nenhuma se tinha mostrado suficientemente sólida para que daí conseguisse sair em segurança. Mas do que é que padeciam então essas explicações? Sem dúvida, de uma reflexão continuamente articulada com a "outra metade" do fenómeno.

Essa aproximação à "outra metade" adveio não apenas das várias entrevistas realizadas, mas, sobretudo, de uma ponderação que as conjugou com outros dois importantes aspetos: (1) a observação nos locais das emissões e (2) as várias conversas realizadas nesses espaços, de um modo mais informal e sem a presença e a referência a um gravador. Importa então apenas referir que a consideração que se segue procura, mais do apontar a possível discrepância que existe entre o mundo

[418] Entrevista presencial, a 05 de novembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 00:42-00:44.

"teórico" e o "prático", apresentar o resultado desse já bastante prolongado conflito na mente do autor. Notemos então cada um desses aspetos.

8.3.1. Os *daytime talk shows:* pode a retórica não ser emocional?

Numa grande maioria dos programas de *daytime,* e ainda mais nas duas principais estações de televisão privada, em Portugal, os apresentadores parecem, como já sugerido, ter como hábito "despir" uma parte significativa da rigidez social dos seus convidados e, dessa forma, concedem aos telespetadores a oportunidade de espreitarem o seu lado mais emocional, mais sensível, mais íntimo. E é por isso que, nas palavras do experiente profissional Cláudio Ramos, o que se passa no *daytime* televisivo pode, de certa forma, ser comparado com o "erotismo", no sentido em que, não sendo algo totalmente explícito, ainda assim, mostra normalmente mais do ser humano do que a restante televisão.[419]

De um modo geral, nesses programas, recria-se a realidade com uma enorme quantidade de ingredientes reais, o que faz com que os telespetadores nunca saibam verdadeiramente se o que estão a ver é ficção ou realidade, ou melhor, se é mais ficção ou mais realidade. Nesse sentido, a relação dos telespetadores com muito do conteúdo do *daytime* televisivo pode assemelhar-se, em alguns aspetos, com aquela de que alguns indivíduos usufruem, por vezes, com os seus sonhos, instantes antes de acordar. Ainda que, numa primeira análise, não tenham a certeza de que aquilo que contemplam seja ou não a realidade, quando, com o passar do tempo, realmente desconfiam de que se trata apenas de um sonho, mesmo assim, alguns decidem, por mais alguns segundos, não acordar completamente. Compreendem, pois, que se o fizessem o sonho acabaria e com ele todo o seu fascínio. De forma semelhante, os telespetadores encontram no *daytime* televisivo a invulgar oportunidade de terem conscientemente um sonho durante um período em que se encontram, simbolicamente, "semiacordados".

Nesse sentido, aparentam ser as emoções verdadeiras, em contextos muitas vezes fabricados, mas outras vezes genuínos, que fazem com que a ilusão do *daytime* televisivo se torne para os seus telespetadores tão ambígua quanto realista e apetecível. A relação entre o telespetador e o *daytime* televisivo é, por isso, quase sempre, turva, variando entre uma realidade que se suporta numa irrealidade e uma irrealidade que se suporta na realidade, ou, no campo emocional em específico, entre um mostrar não mostrando e um não mostrar mostrando. E mostra ser nessa "incerteza" que mora uma das mais importantes chaves para descodificar aquilo que é o bastante intrigante, mas nada recente, fenómeno televisivo do *daytime*.

[419] Entrevista presencial, a 06 de novembro de 2019. Recorte aproximado do testemunho: 25:35-26:35.

A retórica emocional, mais ou menos intensa, sobretudo nos principais programas das estações privadas, em Portugal, parece realmente ser um ininterrupto som de fundo, ao qual, muito provavelmente, nem o mais rígido dos intervenientes, com o passar do tempo, conseguirá ficar totalmente indiferente. Se fosse necessário resumir os *daytime talk shows* numa só palavra, essa seria quase de certeza "emoção". Todavia, mostram ser duas as palavras que, em síntese, melhor caraterizam esses programas: "reação emocional". Trata-se, como já referido, de um constante despir da formalidade, seja essa oriunda de onde for, com o objetivo de apresentar o ponto mais sensível, isto é, o lado mais emocional do ser humano.

Para muitos dos seus profissionais, mais ou menos expostos, o *daytime* televisivo, em especial aquele que é oriundo das principais estações privadas em Portugal, representa uma procura ininterrupta para sintonizar a mesma estação sensível do telespetador (ou seja, os seus medos, as suas preocupações, as suas exaltações, etc.). Estamos então perante uma tentativa constante em fazer da televisão um espelho, um espelho da própria nudez simbólica do telespetador, conforme anteriormente abordado. Mas a questão que finalmente se levanta é: pode a retórica dos *daytime talk shows* não ser emocional?

Como já sugerido, não há dúvidas de que é possível prescindir do mais característico "carimbo" dos *daytime talk shows*, mas dúvidas também parecem não existir de que esse preço é bastante alto. E se, em Portugal, a estação pública estará disposta a pagá-lo, em parte, as restantes televisões, ao que parece, nem tanto. Por isso, de um modo geral, a conclusão é que mudar drasticamente essa retórica mostra ser, hoje, a curto ou a médio prazo, algo realmente muito difícil, quiçá impossível em alguns casos. Será então mais realista que se procurem aproveitar essas (aparentemente) inflexíveis dinâmicas de entretenimento, reproduzidas em picos emocionais, para se diluírem ingredientes realmente nutritivos para os já conhecidos cidadãos que estão, de várias formas, disponíveis nesse período.

Ainda assim, em alguns momentos, como veremos mais adiante nesta consideração, pode de facto ser oportuno, e não apenas na estação de serviço público, que o *daytime* televisivo pare simbolicamente de ser *daytime* televisivo para o seu público, isto é, que, por alguns instantes, inspire, contenha o ar, e seja uma televisão sem emoções. Com efeito toda e qualquer informação, quando banhada em emoções, torna-se algo que não apenas "só informação". Porém, no tão particular contexto da televisão de *daytime*, esse composto misto pode ser confundido com pura informação e, por isso, tornar-se prejudicial para quem o consome.

8.3.2. A programação matinal: quão viável é fazer algo totalmente diferente?

Os *talk shows* da manhã são uma importante âncora, desde bem cedo no dia, para segurar os telespetadores aos respetivos canais. E se outrora havia desconfianças a esse respeito, hoje, pelo menos em contexto nacional, elas aparentam ter-se dissipado por completo. Cada um desses programas, e cada uma das suas respetivas emissões diárias, são um resultado muito claro de um trabalho constante e bastante objetivo.

De um lado estão os profissionais televisivos, os quais estão diariamente submetidos a uma enorme pressão que, de forma mais ou menos direta, advém não somente de um contínuo avaliar dos números das audiências, mas também dos cada vez mais comuns (e em alguns casos violentos) comentários nas redes sociais. Do outro lado estão os telespetadores, que se deparam com este tipo programas há mais de trinta anos. É evidente que houve progresso e mudança, mas evidente é também o facto de que esse progresso e essa mudança, quando vistos de uma perspetiva mais ampla, não foram assim tão significativos, pois não houve uma transformação considerável na natureza dos formatos. Isso faz com que se levante então aquela que é a segunda interrogação proposta para esta consideração: seria viável fazer algo totalmente diferente na programação matinal, em Portugal?

A programação matinal, pelo menos a dos canais generalistas em sinal aberto, a realidade que interessa de forma particular a este estudo, é o resultado de um já duradouro "casamento" entre o *público* que está disponível e a *televisão* que a esse público está acessível. Isso significa que fazer algo diferente, a curto ou a médio prazo, requereria negligenciar aquela que também aparenta ser, de algum modo, a vontade do público. Por outras palavras, significaria romper um já duradouro e razoavelmente estável compromisso. E, evidentemente, essa falta seria ainda maior e mais danosa se essa ação fosse executada de forma repentina. Significará então isso que é impossível inserir nesses programas outros ingredientes que os possam tornar ainda mais úteis para os telespetadores? De modo algum.

Visitas guiadas a museus (nacionais e internacionais), a partilha regular de investigações científicas (portuguesas, mas não só) e a exploração de distintos géneros musicais são apenas algumas das soluções que cabem de forma mais regular nessa já estabelecida simbólica união. Embora fazer programas exclusivos sobre essas temáticas possa ser algo muito pouco viável, se forem apresentadas de forma fragmentada, e com a mesma motivação e entusiasmo que tantas outras, sem dúvida que todos sairão a ganhar. E, inclusive, importa que se saliente, o próprio "matrimónio" a que nos referimos.

Assim sendo, embora fazer algo totalmente diferente não pareça de forma alguma viável, nos próximos tempos, fazer algo ligeiramente diferente parece depender apenas da vontade e da originalidade dos produtores televisivos. Mas de uma coisa não há dúvidas: o validar de cada uma

dessas decisões passará sempre, também, pelo próprio público. É, por isso, muito importante, em cada um desses planos, não o negligenciar, pois o preço a pagar, se isso porventura acontecer, será sempre extremamente alto (para a outra parte).

8.3.3. A "leitura" da atualidade nos *talk shows* matinais: o que tem a RTP para indicar?

De um modo geral, nos principais *talk shows* matinais das estações privadas, existe uma "leitura" regular da atualidade criminal. Em alguns desses momentos, não é incomum observar, mais do que amenas opiniões, declarações emocionalmente inflamadas, que são o resultado dos assuntos escolhidos e das abordagens feitas por alguns dos intervenientes. Este aspeto faz com que se levante então a terceira questão, pilar desta consideração: o que tem a RTP, a esse respeito, a indicar? Analisemos então esse ponto com atenção.

Entre provavelmente outras coisas, a RTP aparenta indicar que a "leitura" da atualidade não apenas pode ser feita nesses programas como também pode ser confecionada sem grande dosagem emocional. O programa matinal da RTP parece então conseguir mostrar aos restantes programas, pelos casos selecionados e pelo tom elegido, que o *daytime* televisivo, em nome do seu próprio público, é capaz de, em alguns momentos, como que conter o ar e, simbolicamente, deixar de ser *daytime* televisivo para o seu público. Na verdade, um desmazelo nesse sentido, por parte dos produtores televisivos, pode, muito provavelmente, fazer com que os telespetadores, com o tempo, e de forma inconsciente, desenvolvam uma leitura desvirtuada da realidade, excessivamente alicerçada em emoções como o medo, a frustração, a indignação, etc.

Mostra-se cada vez mais sensato ver os programas de *daytime* televisivo como "uma locomotiva da estação"[420], utilizando a expressão de João Patrício. Mas analisar de forma regular o combustível que move esse engenho deve também ser uma contínua prioridade das estações públicas e privadas. Relembrando a consideração apresentada no capítulo 4 (no subtópico 4.1.9., intitulado "Serão 'válidas' todas as receitas? A dramática lição de *The Jenny Jones Show*"), é possível afirmar o seguinte: ainda que quase todos os inflamáveis sejam hoje permitidos no *daytime* televisivo, de forma alguma parece prudente assegurar que todos sejam igualmente úteis para o bem-estar do telespetador.

8.3.4. O conteúdo do *daytime* televisivo: é de alguma forma possível "medir" a sua utilidade?

Há determinadas ferramentas que têm múltiplas funções. E, dependendo do utilizador, e

[420] Entrevista presencial, a 05 de novembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 00:42-00:44.

evidentemente da sua motivação, essas podem ser usadas para edificar ou para desagregar algo. De igual forma, o *daytime* televisivo, dependendo das "mãos" de quem lhe dá uso, pode ser usado de maneiras distintas. Por exemplo, quando os produtores televisivos decidem expor de forma sarcástica a fragilidade de uma pessoa ou de um grupo de pessoas, quer de forma direta, quer de forma indireta, não estão, com toda a certeza, a fazer um uso prudente dessa – também útil – ferramenta no espaço público. É talvez por isso importante não parar de (re)lembrar a certos profissionais televisivos que o *daytime* televisivo não é um mundo televisivo à parte, mas sim uma parte importante do mundo televisivo.

Nesse sentido, se uma estação televisiva permitir que o seu *daytime* televisivo seja, por exemplo, uma praça de humilhação para uma pessoa ou um grupo de pessoas, estará igualmente a permitir, ainda que de forma indireta, a sua própria humilhação, pois estará não apenas a arruinar a sua credibilidade perante os telespetadores não assíduos, como também a sua chance de ser útil diante dos telespetadores assíduos. Estará, então, sempre que o fizer, simbolicamente, a realizar um ato de automutilação, o que faz com que surja a quarta e última questão desta consideração: é de alguma forma possível "medir" a utilidade do conteúdo do *daytime* televisivo? Com esse assunto em mente propomos três questões que podem auxiliar os produtores televisivos a "medir" a utilidade desse tão específico conteúdo.

Primeira questão: tem esta matéria proveito para os já conhecidos telespetadores? Relembramos que o simples facto de entreter (com riso ou choro) é, neste contexto, visto como tal. Porém, importa articular a primeira questão com a segunda: está este conteúdo, de forma direta ou indireta, longe de lesar uma pessoa ou um grupo de pessoas? É evidente que qualquer temática poderá sempre ser vista como capaz de ferir alguém. Referimo-nos, por isso, neste momento, sobretudo, a uma avaliação bastante razoável desses riscos. Por fim, a terceira e última questão: terá este assunto uma baixíssima probabilidade de, de forma consciente ou inconsciente, deturpar significativamente ou influenciar negativamente a visão do telespetador? O objetivo é, sobretudo, ponderar que tipo de mensagem subliminar pode estar anexada à matéria em questão (podem ser, por exemplo, entre tantas outras coisas, pensamentos racistas).

Responder "não" a uma das questões propostas não é, com toda a certeza, um bom sinal, pois é realmente muito provável que estejamos perante um conteúdo que não tenha "tamanho" suficiente para ser consumido. É possível que estejamos então perante algo que não apenas é inútil, mas, também, provavelmente, prejudicial.

8.4. O papel do riso nos *talk shows* matinais em Portugal: o parecer do investigador

Entende-se neste estudo que, ***no passado, os principais talk shows matinais foram um importante instrumento para "democratizar" o riso, em Portugal,*** *capaz de, indiretamente, ajudar a derrubar a então "oficial" e rígida interpretação melancólica da população.*

Dr. Pedro Lopes referiu que, ***no presente, "na grande maioria dos casos (...) a gargalhada é usada como uma arma"***[421]*.*
O médico de clínica geral e figura televisiva admitiu até mesmo já ter revisto uma emissão e pensado "hoje ri-me pouco"[422]*.*

Importa não esquecer que ***nem todos os conteúdos úteis conseguem ser verdadeiramente atrativos*** *e nem todos os conteúdos atrativos conseguem ser verdadeiramente úteis.*

O papel do riso varia consoante o espaço onde se insere e o meio de comunicação que o transporta. Esse foi um aspeto que ficou bastante bem explícito no capítulo 2 deste estudo (intitulado "O riso na sociedade: uma análise 'de fora para dentro'"), onde vários exemplos foram analisados nesse sentido. Mas e o que dizer, em particular, do riso, no *daytime* televisivo, em Portugal? Não fugindo à regra, também viu o seu papel variar. Entre certamente inúmeros outros exemplos, tenhamos em atenção um em particular.

Pedro Bessa, tendo como base o período em que trabalhou no *daytime* televisivo, referiu o seguinte: "curiosamente, nos períodos mais difíceis da sociedade portuguesa, a introdução da gargalhada fazia-nos subir a audiência (...), [mas] nos períodos menos difíceis da sociedade (...) a gargalhada não teria tanto efeito."[423] E o experiente profissional da RTP prosseguiu assim com o raciocínio: "nós tiramos uma conclusão (...): quando a sociedade estava deprimida, ou com problemas pesados no seu dia a dia, a introdução da gargalhada aliviava-lhes a vida, logo nós tínhamos [mais] audiências (...), as pessoas

[421] Entrevista presencial, a 07 de agosto de 2019. Recorte aproximado da citação: 46:37-46:41.
[422] Entrevista presencial, a 07 de agosto de 2019. Recorte aproximado da citação: 47:25-47:26.
[423] Entrevista presencial, a 18 de setembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 03:12-03:35.

gostavam, era um escape"[424]. É evidente que o relato transcrito se sustenta apenas naquela que foi, à data, a perceção de um grupo de trabalho. Todavia, não deixa de ser curioso notar que se encaixa na já considerada base emocional que sustenta os "relacionamentos" do *daytime* televisivo.

O riso proveniente de um televisor teve, tem e terá, em cada um dos seus telespetadores, um papel individual, pois como tão bem se sabe, cada ser humano é único. Ainda assim, é óbvio que dentro desse conjunto enorme de individualidades existem muitos pontos em comum. Na verdade, não há como negar, todos são seres humanos. E o relato de Pedro Bessa parece indicar isso mesmo, que em determinados períodos e em determinados espaços é possível apontar, com mais ou menos assertividade, e com maior ou menor fundamentação, a existência generalizada de comportamentos por parte do público televisivo.

Desse modo, tendo tal base teórica em mente, assim como inúmeros outros pontos analisados ao longo deste estudo, procuraremos, nos próximos parágrafos, ponderar a contribuição que os *talk shows* matinais, em Portugal, aparentam ter tido no demolir da então "verdade oficial" (sustentada em Platão e mediada pela Igreja), que durante tanto tempo afirmou que ninguém, no seu perfeito juízo, deveria rir, pois Cristo – o modelo dos modelos – também não foi capaz de o fazer.

Reflitamos então acerca do papel do riso nos principais *talk shows* matinais em contexto nacional, tendo primariamente como foco a "receção", depois a "produção" e, por fim, a "relação" entre esses programas os seus telespetadores.

8.4.1. Nos telespetadores: merecerá o riso, pelo seu trajeto, um *Lusíadas* para ele?

> (...) Gomes Ferreira e o Fialho Gouveia estavam na cabina de locução, preparados para fazerem os "offs" das actualidades internacionais. Mal tinham acabado de se sentar, ordenado os papéis, aberto a via do microfone, eis que um estampido, surdo, anunciou que a instalação eléctrica da cabina acabava de estoirar. A situação era negra, a emissão corria normalmente "no ar" e, na emergência, valeu a rapidez do Gomes que sacou de uma caixa de fósforos e... fez luz. Ou melhor, foi fazendo, porque atrás de fósforo vinha fósforo a deixar arder até ao limite, até queimar as cabeças dos dedos... só um bocadinho. Quanto ao Fialho, perdido de riso, leu os textos quase todos à luz bruxuleante, com o nariz a roçar o papel. Estava no fim o exercício de pirotecnia – por notória falta de combustível – quando a luz, a legítima, a da Companhia, voltou à cabina. (Teves, 2007c, p. 19).

[424] Entrevista presencial, a 18 de setembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 03:35-04:08.

Este momento caricato, no final dos anos 50, prova que o riso, em televisão, sempre existiu. Porém, uma análise ao resto do relato histórico aparenta indicar que o mesmo nem sempre foi algo muito visível em frente às câmaras. E é preciso viajar uns bons anos, aos programas da noite, para que o riso – e não o sorriso – comece a aparecer com razoável regularidade (e, muitas vezes, surgia apenas como som de fundo). Mesmo assim, tratava-se quase sempre mais da promoção de um riso no telespetador do que propriamente uma apresentação consciente do mesmo no televisor. Com efeito, parece ter sido apenas algures próximo da viragem do século, nos programas da manhã, que, em Portugal, o riso ("simples", desancorado dos programas de humor) começou a aparecer diariamente, nos mesmos rostos, e a ser exibido sem grande pudor em frente às câmaras. Tal parece ter começado a acontecer, lentamente, com Manuel Luís Goucha (e um pouco com Sónia Araújo[425]), na estação de serviço público.

É evidente que quando comparados com os programas da manhã de hoje, os de outrora terão muito pouca vivacidade, todavia, para que a leitura seja adequada, é preciso observá-los dentro do seu contexto, pois a realidade, a esse respeito em específico, como se tem vindo a analisar, alterou-se razoavelmente. E a verdade é que esses programas estavam, à data, dentro dos mais vivos da televisão nacional (em termos de emoções). Em 2002, por exemplo, o programa matinal apresentado por Manuel Luís Goucha, na RTP, foi descrito por um jornal da época como "Reino da alegria"[426]. Mas o que terá realmente acontecido?

Várias pequenas mudanças parecem ter estado na génese dessa renovação, mas talvez uma das mais significativas tenha sido o facto de a televisão, no geral, com o tempo, começar a representar mais as pessoas e não tanto o Estado. De facto, o que se viu, durante vários anos, em última análise, foi o rosto do Poder, o rosto do Estado, e não propriamente o das pessoas que estavam naquele preciso momento a serem filmadas, essas estavam somente a interpretar. E contemplava-se, então, em último grau, um conjunto de "não-pessoas", algo que fazia com que o "não-riso" fosse, também, de certa forma, natural e expectável. Essa bastante pesada herança interpretativa terá permanecido durante vários anos, continuando até mesmo depois da televisão se "distanciar" do poder político.

Todavia, a certa altura, deu-se uma significativa mudança, a qual, muitos, estimulados pelo pensamento de Umberto Eco (1986), continuam ainda hoje a descrever como a transição entre a Paleo-TV e a Neo-TV. Foi, em boa verdade, um solavanco, que fez, entre outras coisas, com que também o expressar emocional saltasse para os ecrãs. E nessa panóplia de expressões estaria, e com o seu habitual protagonismo, o riso.

---

[425] Sónia Araújo, ao contrário do que acontece hoje, interpretava, à data, o papel de assistente.
[426] Fonte (acedido a 18/07/2019): https://www.cmjornal.pt/mais-cm/domingo/detalhe/as-manhas-da-tv

Como qualquer outro fenómeno, o televisivo não está dissociado do mundo que o rodeia. Por isso, as grandes mudanças ocorridas nos ecrãs foram sempre o reflexo de um conjunto de mudanças maiores, de dimensão social. É certo que as estações privadas podem às vezes mostrar ter uma maior sensibilidade ao clima social envolvente e, por consequência, uma maior agilidade em o sintonizar (algo que talvez possa ser explicado pelo excesso de burocracia existente em algumas televisões públicas), mas isso não significa que, com o passar do tempo, todas as estações acabem por reproduzir, com mais ou menos filtros, o ambiente que as envolve. Aconteceu no passado e mostra continuar a acontecer hoje. Centremos então por isso a nossa atenção naquilo que, a certa altura, as "antenas televisivas" começaram a captar, e não tanto naquilo que possam ter tentado filtrar (em especial a televisão de serviço público).

Como já referido, a intitulada doutrina Ocidental, sustentada em Platão e teorizada depois por Agostinho de Hipona, fomentou, durante cerca de dois mil anos, uma autêntica censura do uso do riso no espaço social. E trata-se de um "não-riso" oficial que aparenta ter sido também a indumentária ideal para a atmosfera de melancolia trazida pelas promessas não cumpridas da "modernidade", durante uma parte significativa do século XX. Porém, as coisas mudaram, e mudaram drasticamente. Um clima de melancolia deu vez a um de euforia, e, com o "calor" dessa nova atmosfera social, ao qual muitos chamam de "pós-modernidade", o ideal platónico, sem riso, ficaria desatualizado. Um novo modelo, sustentado em Charles Darwin, e comunicado por Friedrich Nietzsche, dominaria então a nova tendência (facial).

Dessa nova perspetiva, de um modo geral, o riso deixou de ser um pecado grave e passou a ser a representação de uma das maiores oferendas da vida humana (em boa verdade, em pouco tempo, passou de um extremo para outro extremo). Com uma atmosfera emocional e social propícia e com um ideal base capaz de associar o riso ao poder, ao sucesso e à autogratificação, a sociedade começou, progressivamente, a rir – a rir sem peso na consciência, sem vergonha. Se o primeiro modelo, que enaltecia as ideias, demorou centenas de anos a difundir-se, o segundo, centrado nas emoções, e com um espaço especial para o riso, com a ajuda dos meios de comunicação de massas, difundir-se-ia de forma muito mais rápida.

Uma das principais e mais importantes ideias defendidas neste documento é que, em Portugal, esse "novo" modelo (repleto de riso "fácil") começou gradualmente a alcançar o seu primeiro grande e regular palco nos *talk shows* matinais da televisão generalista em sinal aberto, sobretudo depois da primeira metade dos anos noventa do século XX. Na verdade, foi nesse período que, pela primeira vez, o ideal televisivo, muitas vezes comparado com um "deus" nos tempos modernos, começou

diariamente a rir – a rir não "do" povo, mas "com" o povo, das coisas do povo. Em primeiro lugar interpretada por Manuel Luís Goucha, na RTP, essa gargalhada popular seria depois intensamente explorada por Cristina Ferreira, na TVI e na SIC. Dessa forma, o riso aparentou, também no caso em específico de Portugal, ter conseguido conquistar terreno às já enraizadas emoções negativas, ajudando a demolir crenças que tolhiam o expressar de emoções positivas (ainda que essas pudessem morar sobretudo no campo do inconsciente). E fê-lo, mais uma vez, importa que que se saliente, através dos meios de comunicação de massas.

Conforme examinado na segunda parte do capítulo 2 (intitulado "A comunicação de massas: o riso em diversos meios e encargos"), as gargalhadas ainda mudas, visíveis nos primórdios do cinema, foram capazes de mostrar às mulheres que elas também poderiam rir sem que tivessem medo de morrer. Por outras palavras, o riso do cinema foi capaz de ajudar a destruir uma crença imbecil já enraizada que privava a mulher de uma parte fundamental da sua própria natureza humana. Da mesma forma, o riso presente na televisão generalista em sinal aberto, através dos *talk shows* matinais, parece ter conseguido ajudar a mostrar, sobretudo a um Portugal mais recôndito, mais rural, que o riso não é algo assim tão desprezível como até então se havia feito crer. Mas e o que dizer de "Tina", apresentada no prólogo deste estudo?

Essa parece ter sido apenas uma das muitas pessoas que saíram com isso indiretamente beneficiadas. "Tina" foi uma doméstica que viveu culturalmente domesticada por crenças redutoras acerca das emoções, crenças essas que a privaram, durante praticamente toda a sua vida, não apenas de um acesso confortável ao mundo social, mas, sobretudo, de um acesso integral ao seu lado pessoal, ao seu mundo emocional, ao seu riso. Entende-se então neste estudo que os principais *talk shows* matinais foram – e podem continuar a ser – um importante instrumento para "democratizar" o riso, em Portugal, capaz de, indiretamente, ajudar a derrubar a interpretação melancólica da população.

8.4.2. Nos *talk shows* matinais: um "isco" para os mais distintos telespetadores

Se a televisão, outrora, como referiu Manuel Pinto (2005c), foi um impulsionador "de encontro e de convívio" (p. 64), entre familiares, amigos e vizinhos, esses tempos mudaram, e continuam a mudar drasticamente. Esse terreno, que pertenceu outrora a seres humanos, que juntos se sentavam lado a lado e com os olhos bem fixos no televisor, parece pertencer hoje, cada vez mais, ao próprio televisor. Embora presente numa grande parte da narrativa televisiva, esse papel de familiar, amigo ou vizinho parece evidenciar-se ainda mais no *daytime,* já que é normalmente nesse período que os mesmos rostos

estão mais tempo disponíveis, que se oferecerem conselhos, que se ri e que se chora.

Nesse sentido, a ser verdade que o telespetador dos *talk shows* matinais estará hoje mais perto da escolha de "um amigo" do que de um canal, então, possivelmente, a sua preferência recairá na quantidade de pontos em comum que encontra entre a sua pessoa e a pessoa (ou pessoas) que vê à sua frente, no televisor. De facto, parece existir um empenho cada vez maior, da parte dos produtores televisivos, em cultivar um relacionamento empático com os telespetadores, ou, por outras palavras, em simular cada vez melhor uma genuína amizade. Na verdade, como tão bem se sabe, na construção de uma amizade duradoura, não se trata de exercer uma constante simpatia, mas, sim, de uma demonstração ininterrupta de empatia.

No capítulo 5 (subtópico 5.6.3., intitulado "O riso e as audiências televisivas: existirá relação?"), verificou-se que os telespetadores parecem preferir uma ligação com quem lhes oferece não apenas muito riso, mas, sobretudo, muito riso empático. Servir o riso, por si só, nos *talk shows* matinais, não aparenta hoje ser suficiente. É sem dúvida preciso uma bandeja humana muito especial, muito sensível, que sustente toda e qualquer gargalhada em empatia. Mas será essa expressiva "oferenda televisiva" apenas fruto da espontaneidade?

O Dr. Pedro Lopes referiu que "na grande maioria dos casos (...) a gargalhada é [hoje] usada como uma arma"[427]. O médico de clínica geral e figura televisiva admitiu até mesmo já ter revisto uma emissão e pensado: "hoje ri-me pouco"[428]. De um modo semelhante, a apresentadora da RTP, Sónia Araújo, mencionou sentir um certo tipo de "obrigação" para com o público em se mostrar constantemente bem-disposta, animada. "Acho que as pessoas esperam isso de nós"[429], afirmou. Em sintonia com esses dois testemunhos, Bruno Rodrigues, que é o responsável pelos figurantes da *Praça da Alegria*, confidenciou durante a entrevista que coloca as pessoas que riem mais e melhor mais perto dos apresentadores e dos convidados.[430] Estes três relatos, entre certamente muitos outros, mostram que embora o riso seja quase sempre autêntico é, na maioria das vezes, fruto de um trabalho muito consciente nesse sentido.

Manuel Pinto (2005c, p. 66) intitulou aquilo que consumimos proveniente de um televisor de "dieta televisiva", comparando-a com a uma qualquer refeição que tem evidentemente as suas repercussões mediante o que se ingere. Usufruindo dessa analogia neste contexto em particular, tenhamos em mente que, num determinado período, os três canais oferecem, em alguns aspetos, uma

[427] Entrevista presencial, a 07 de agosto de 2019. Recorte aproximado da citação: 46:37-46:41.
[428] Entrevista presencial, a 07 de agosto de 2019. Recorte aproximado da citação: 47:25-47:26.
[429] Entrevista presencial, a 23 de setembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 04:25-04:26.
[430] Entrevista presencial, a 18 de setembro de 2019. Recorte aproximado do testemunho: 22:45-23:30.

"refeição" semelhante. Assim sendo, um dos pontos que pode fazer com que o telespetador decida o canal que vai ver é, não a "comida", mas, sim, as pessoas que se lhe apresentam nesse figurativo restaurante. Dessa forma, a figura do "servente amigo", atento e bem-disposto, sem margem de dúvida, terá vantagem perante os restantes.

Parece então natural que os já bem conhecidos telespetadores dos programas da manhã optem por quem, sob um rosto mais jovial, os "alimenta". E o riso, como tão bem se sabe, é uma das mais básicas formas de comunicação humana positivas, sendo capaz de ultrapassar qualquer barreira social, cultural, etária e linguística. Isso faz com que seja, também, em qualquer comunicação, uma arma poderosa, pois pode chegar onde as palavras não conseguem. Entende-se então neste estudo que os *talk shows* matinais estejam a utilizar o riso como um poderoso "isco" para os mais distintos telespetadores.

8.4.3. Na "relação" entre ambos: aspetos que merecem especial ponderação

João Costa, que tem acompanhado a transição dos programas matinais, afirmou não ter dúvidas de que "a componente de entretenimento hoje em dia é muito maior do que era antigamente"[431]. Por sua vez, Rui Gonçalves, em sintonia com esse comentário, mencionou que "dantes o programa era diferente, (...) não havia a vida que há agora"[432] (não deixa de ser interessante e elucidativo a utilização do termo "vida" neste contexto). O figurante da *Praça da Alegria* chegou a recordar que, no passado (há cerca de vinte anos), foi chamado à atenção por rir, afirmando de seguida o seguinte: "aí está, [o riso, à data,] não era [algo tão] costume [como hoje em dia] (...), [agora] eles pedem [com muita mais frequência]"[433]. Estes dois relatos, entre certamente muitos outros, apenas reforçam a ideia de que existe um novo ecossistema nos programas matinais, o qual veio não apenas dar uma nova vida à televisão, mas, de certa forma, mais vida à vida dos telespetadores.

A experiente profissional em terapia do riso, Sabrina Tacconi, mencionou que mesmo que o telespetador não ria, e apenas sorria, só isso, por si só, tem benefícios para a sua saúde. "Se a pessoa está a sorrir já está a libertar químicos positivos para o organismo"[434], afirmou. Por sua vez, Manuela Mendes, também ela profissional em terapia do riso, referiu que se trata de algo que "é libertador, faz bem ao organismo, à mente e às emoções" [435]. Conforme já considerado no capítulo 2 (subtópico

[431] Entrevista telefónica, a 05 de agosto de 2020. Recorte aproximado da citação: 33:08-33:11.
[432] Entrevista presencial, a 19 de setembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 03:24-03:29.
[433] Entrevista presencial, a 19 de setembro de 2019. Recorte aproximado da citação: 04:33-04:44.
[434] Entrevista telefónica, a 05 de agosto de 2020. Recorte aproximado da citação: 10:36-10:42.
[435] Entrevista presencial, a 26 de agosto de 2019. Recorte aproximado da citação: 01:09:38-01:09:43.

2.2.6., intitulado "O riso como fármaco: é o 'riso mecânico' a incitar à 'mecânica do riso'? (séc. XXI)), é verdade que os benefícios do riso aparentam ser muitos. E, a ser assim, trata-se de algo que pode também ser positivo para os telespetadores. Todavia, importa que não nos foquemos apenas nisso, pois se o fizermos, estaremos muito provavelmente a ignorar um aspeto muito importante nesta complexa "relação". E, se isso acontecer, os danos para o futuro serão naturalmente inevitáveis.

É evidente que até mesmo aquilo a que muitos chamam de puro entretenimento é capaz de, indiretamente, formar, isto é, moldar a realidade daqueles que o observam, o que pode acontecer de forma positiva, mas também negativa, dependendo do ponto de vista e da matéria em questão. Anthony Giddens (2001, pp. 82-84) abordou esse mesmo aspeto, aludindo ao exemplo da pornografia, por referir que a mesma é capaz de, indiretamente, continuar a suportar o conceito da mulher como um mero objeto sexual à mercê do homem. Mas como pode esse aspeto estar relacionado com o riso presente nos *talk shows* matinais, em Portugal? De igual forma, o mesmo pode também moldar prejudicialmente a realidade de alguns telespetadores por continuar a alimentar alguns dos seus risos em velhas e danosas feridas da sociedade.

Não obstante, há ainda outro aspeto negativo que pode estar associado a esse riso televisivo. O riso pode, também, de certa forma, pelas suas já discutidas capacidades, ser como que comparado ao açúcar. Porém, se não existirem cuidados na dosagem, da parte dos produtores televisivos, esse poderá tornar-se, na receita dos *talk shows* matinais, não apenas um ingrediente importante, mas simplesmente o essencial. E o que poderá esse excesso de açúcar fazer a alguns dos já bem conhecidos telespetadores? Poderá provocar neles sérios "problemas de visão", ou seja, poderá desvirtuá-los de uma parte fundamental da sua própria realidade, algo que também se espera objetivamente que não aconteça.

É verdade que, ao se "temperar" emocionalmente os assuntos, em número de audiências, a resposta é rápida. No entanto, com o tempo, é provável que alguns telespetadores, de forma inconsciente, ancorem a si emoções que não eram originalmente as suas e que podem até não se ajustar à sua realidade, desvirtuando-a. Com efeito, esse é o grande poder e ao mesmo tempo o maior perigo da linguagem emocional: queremos inconscientemente ser partícipes, ou seja, quando vemos alguém a rir queremos rir, mas quando vemos alguém a chorar somos igualmente movidos a chorar. Trata-se de uma linguagem que, uma vez contemplada, tem no telespetador os seus freios limitados. Torna-se, então, rapidamente poderosa, mas lentamente perigosa. O seu manusear, apesar de obviamente admitido, requer inevitavelmente bom senso.

Importa por isso reconhecer, ou simplesmente não esquecer, que nem todos os conteúdos

úteis conseguem ser verdadeiramente atrativos e nem todos os conteúdos atrativos conseguem ser verdadeiramente úteis. No entanto, é necessário que a televisão (pública e privada) seja, sobretudo a generalista em sinal aberto, diariamente, e para todos os seus telespetadores, mais ou menos "protegidos", não apenas um objeto de rápida atração, mas, também, inevitavelmente, um acessório de utilidade prolongada.

TÓPICOS FINAIS

E que me tolhe dizer, rindo, a verdade?

Horácio, em 35 a.C.
Satyras e Epistolas[436]

Se a Ciência é, como referem Augusto Santos Silva e José Madureira Pinto (1999, p. 11), "uma representação, intelectualmente construída, da realidade", não menos verdade é que essa representação, essa visão, está dependente dos caminhos percorridos pelo cientista. Em muitas das "viagens" científicas, como acontece com aquela que uma tese de doutoramento em Ciências Sociais proporciona, o percurso é, também, paradoxalmente, uma parte fundamental do objetivo, pois o propósito não é o destino, por si só, mas o destino e a viagem como um só. Com que finalidade? Entre seguramente outras, como tão bem se sabe, uma deles é "procurar soluções para problemas" (Silva & Pinto, 1999, p. 12).

É evidente que na intitulada ciência moderna há problemas considerados maiores e outros menores, o que faz com que, indiretamente, alguns desses sejam muitas vezes entendidos como prioritários e outros não. Será pertinente referir também que, à primeira vista, o riso mediático, como problema científico, não deixará nunca a "casa de partida", sendo rotulado de questão fundamental. Mas se, no passado, as coisas não eram bem assim, nos nossos dias, analisá-lo com a mesma legitimidade e afinco que outro qualquer assunto deve ser apenas o processo natural das coisas, e nada mais ou menos do que isso. Foi com essa convicção que partimos para este estudo e é com a mesma que agora nos preparamos para o concluir.

I. A investigação e o investigador: uma visão global

Desenvolver uma tese de doutoramento sobre um qualquer fenómeno televisivo oferece àquele que o faz uma sensação muito semelhante à de tentar tirar uma fotografia a um objeto em rápido movimento. Pressionar o botão demasiado cedo ou demasiado tarde pode fazer com que

[436] Horácio (1846, p. 2).

apenas se capte uma parte limitada do objeto. Mas deixar o obturador demasiado tempo aberto pode igualmente ser desastroso, pois a imagem ficará inevitavelmente "arrastada". Trata-se, então, sem dúvida, de um desafio.

Em Portugal, contrariamente ao que acontecia num passado não muito distante, a televisão generalista em sinal aberto move-se, hoje, a uma velocidade extraordinária. E com ela se movem também, evidentemente, os cada vez mais "prestigiados" *talk shows* matinais. Em alguns meses apenas é muitas vezes possível observar distintos cargos de chefia a serem renovados, passagens de vários profissionais de uma estação para outra, rostos praticamente desconhecidos a ganharem protagonismo e outros o perdê-lo quase totalmente. Como é então possível que a imagem captada não fique de algum modo incompreensível?

A solução encontrada passou então por, antes do simbólico momento da captação, recuar alguns passos. Embora essa ação fosse primariamente pensada tendo como base um certo temor acrescido de falhar o "enquadramento", à medida que se ia "recuando" ia ficando cada vez mais clara a importância de se observar, mais do que apenas os objetos, o papel dos objetos na paisagem que os envolve. Essa abordagem foi aplicada à análise do riso, da televisão e à articulação desses dois fenómenos no panorama geral.

É certo que vários intervenientes que deram corpo àquilo que foi redigido neste documento já foram substituídos e, sem dúvida, muitos outros o serão, em pouco tempo. Ainda assim, a consciência dessa realidade, que numa primeira análise parecia algo realmente negativo para a investigação, cedo permitiu que não se olhasse em demasia para as figuras que interpretavam as mais variadas dinâmicas, mas, sobretudo, para essas dinâmicas interpretadas. Isso fez com que, salvo raras exceções, tenham sido os papéis, mais do que as personagens, a estar em destaque no desenrolar deste trabalho.

A viagem percorrida, na primeira e na segunda parte deste documento, foi longa. Longa demais, muito provavelmente, em diferentes aspetos. Ainda assim, de um modo geral, isso permitiu adquirir uma certa "autoridade" teórica para enfrentar um terreno que, a vários níveis, se apresentava praticamente inexplorado. É sabido que, muitas vezes, a riqueza de uma viagem não está no destino, mas no trajeto. Isso parece aplicar-se com especial enfâse a este estudo que, embora não chegando a uma conclusão revolucionária, não deixou de desbravar terrenos muito pouco ou nada explorados no geral, sobretudo em contexto nacional.

No que diz respeito ao ponto de vista, convém salientar que o mesmo esteve continuamente subordinado à visão de um *designer* de comunicação. Desse modo, tratou-se sempre de um olhar incapaz

de dissociar o riso de um arranjo gráfico que, em certos aspetos, pode ser equiparado a algumas das mais famosas composições de Saul Bass, David Carson, Jean-Michel Basquiat, Jackson Pollock, entre tantos outros. Por mais distintos que sejam esses registos, quais risos dos seres humanos, encontram-se todos numa certa "harmonia desarmoniosa", aparentemente repulsiva quando isolada ou vista de muito perto, mas profundamente interessante e fascinante quando contextualizada e vista a uma certa distância. Nesse sentido, o "bastante" riso presente na primeira parte do *daytime* televisivo, em Portugal, que pode para muitos até mesmo ser considerado *kitsch*, não deixou, na visão do autor, de ser também uma expressão gráfica (e não só) legítima da cultura popular.

II. Uma breve reflexão acerca da reflexão

Foram muitas as interrogações levantadas no início deste estudo, umas mais diretas e outras nem tanto. E igualmente variadas foram as propostas de esclarecimento apresentadas no desenrolar desta tese. O não-riso oficial de "Tina", apresentada no Prólogo deste estudo, que a certa altura aparentava, aos olhos do seu neto, estar a colidir com um novo e de alguma forma "violento" riso oficial que era exibido no seu televisor todas as manhãs, transformou-se num problema científico. E "problema" (que, curiosamente, vem do grego *probállein*, "lançar para a frente") parece ser a expressão que melhor qualifica o que durante muito tempo esteve na posse do investigador, pois foi apenas quando se iniciou a análise propriamente dita, ou seja, quando nos deparámos com aquilo que tinha sido atirado para a frente, que realmente compreendemos a sua verdadeira dimensão e complexidade.

Analisar os estudos acerca do *daytime* nos EUA parece ter ajudado a desvendar um pouco daquilo que se passa na realidade nacional. Porém, se muitos aspetos são, de certa forma, comparáveis, importa referir que muitos outros não são. Por exemplo, no início deste estudo foi referido que, da mesma forma que Oprah Winfrey aparentava personificar o velho *American Dream*, era possível que Cristina Ferreira retratasse, em contexto nacional, também, uma espécie de *Sonho Português*. Mas será que depois de realizado este estudo parece ainda oportuno manter esse paralelismo? Ainda que existam várias semelhanças que mereçam continuar a ser analisadas, daquilo que foi possível apurar, essa pode ser uma comparação arriscada – e de algum modo até desmedida – se não forem levadas em conta algumas variáveis. O impacto que a televisão portuguesa e os seus intervenientes têm no panorama internacional é incomparável com aquele de que a televisão dos EUA e os seus intervenientes dispõem. E incomparáveis são também os dias em que vivemos hoje e os dias em que se iniciou o chamado "efeito Oprah".

O exemplo acima destacado, entre muitos outros, apenas mostra que embora existam semelhanças entre a realidade nacional e a internacional, e que o apurar das mesmas pode evidentemente ser proveitoso para descodificar alguns aspetos, é importante que em qualquer uma das comparações que se faça não se desconsidere um número alargado de variáveis, muitas vezes indiretas. Não é cauteloso concluir que todos os aspetos apurados em outras realidades se apliquem com precisão à realidade nacional, por mais semelhantes que essas possam parecer. Da mesma forma, é óbvio que este estudo, centrado na realidade nacional, conterá aspetos que refletem de forma singular o meio que o envolve. Centremos então a nossa total atenção naquilo que foi apurado neste estudo, em contexto nacional.

No capítulo 1 foram analisadas duas importantes questões associadas à presença do pensamento do riso na literatura tida como oficial, no passado e atualmente. Nesse sentido, primariamente, verificamos que no intitulado saber oficial clássico, desde os escritos de Platão até aos escritos medievais da Igreja, e não só, o riso foi, de um modo geral, visto como uma falta, um pecado. Todavia, posteriormente, ao analisar sobretudo os escritos evolucionistas, onde se sustentam a grande maioria das explicações do fenómeno tidas hoje como oficiais, ficou claro que o riso usufrui, nesse "novo" campo do saber, um muito privilegiado espaço.

No capítulo 2, o objetivo foi o de interrogar que aspetos externos podem ser capazes de moldar a "leitura" do riso no palco social. Averiguámos ainda que parecemos estar não apenas diante de um modelo que aprova o riso de "dentro para fora" (conforme foi apurado no desenrolar do capítulo 1), mas também perante um clima social e tecnológico que o atiça de "fora para dentro", criando assim um certo sincronismo entre o modelo pensado/proposto e as "condições atmosféricas" que se fazem realmente sentir.

No capítulo 3, já na temática da televisão, mas ainda dentro da revisão de literatura, enxergámos com clareza que se trata de um fenómeno extremamente moldável à realidade social e tecnológica envolvente. Não permaneceram também dúvidas de que as "fronteiras" entre televisão privada e pública são, desde há muito, conhecidas, ainda que a história mostre que nem sempre foram "observadas" com clareza. Quanto à "televisão fragmentada" e à "televisão generalista", sobre as quais se chegou a ponderar que iriam embater uma na outra, o que conferimos é que existe hoje uma convivência bastante pacífica e muitas vezes até simbiótica entre ambas. Contudo, se outrora aparentávamos estar diante de uma "janela aberta" para o mundo, a convicção com que ficamos é que estamos cada vez mais perante um "espelho fechado" em si mesmo, com um espírito muitas vezes subserviente para com aqueles que o observam. Mais adiante, apurámos ainda que a

"força" que a televisão exerce sobre cada um dos seus telespetadores depende, entre outros aspetos, de um elemento fundamental: o próprio telespetador e aquilo que ele, de forma consciente ou não, permite. Ainda assim, a relação entre os telespetadores e o televisor aparenta, em alguns aspetos, ser apenas uma roupagem nova de uma já bastante velha carência da sociedade: a de ajuntamento e de partilha de crenças em comum.

No capítulo 4, centrado numa análise geral ao *daytime* televisivo nacional e internacional, enxergámos com nitidez que, embora muitas vezes os seus programas sejam intitulados e tratados como algo menor, estamos perante uma realidade que, de modo algum, deve ser vista como "excedente" da restante programação televisiva. Mas o que também verificámos, por experiência própria, é que aparenta realmente muito fácil cair nesse sinuoso ardil, de inconscientemente olhar o *daytime* como algo "à parte". Todavia, se essa perspetiva não for corrigida, como deveras não aconteceu, isso significa não ser capaz de contemplar uma parte fundamental do fenómeno televisivo atual, não descodificar também a companhia e a fonte de inúmeros saberes de milhões de pessoas nos nossos dias, e, entre tantas outras coisas, especialmente, não compreender e, por consequência, não ter como "espicaçar" aquela que pode ser uma poderosíssima ferramenta social na atualidade. Analisamos ainda, mais para o final, que a primeira parte do *daytime* televisivo em Portugal, não tendo uma vida longa, já não é mais possível referir que se trata de um fenómeno recente: são cerca de duas décadas nos canais privados e mais de três no canal público. Por fim, observámos que embora existam pontos que distingam os *talk shows* matinais analisados são muito mais os aspetos que os unem.

No capítulo 5, o primeiro da "parte empírica", tendo como base a análise estatística, primariamente, foi conferido que o número de risos do programa de serviço público foi inferior aos restantes dois programas das estações privadas, os quais mostraram ter uma retórica emocionalmente mais ativa em praticamente todos os campos. Na análise à "fonte do riso" desses programas chegou-se à conclusão de que a mesma pode ser decifrada através de uma decomposição dessa realidade em quatro camadas. O riso (1) surgiu especialmente das temáticas ligeiras e debaixo dos climas mais relaxados; (2) apareceu sobretudo nos programas oriundos da televisão privada; (3) mostrou ser mais frequente nos minutos iniciais e finais; e (4) Cristina Ferreira foi quem mais lhe deu morada. Quando, em tom conclusivo, questionámos se é viável ponderar a existência de uma relação entre o riso e o número de audiências no contexto em análise, a conclusão foi intrigante: existe, sim, uma relação entre o riso e o número de audiências, porém, aparentemente, não se trata de um riso qualquer, mas de um riso empático, isto é, oriundo de alguém que mostra ser continuamente capaz de rir – e,

evidentemente, também, por vezes, de chorar – das mesmas coisas que os seus telespetadores; trata-se assim de um "riso espelho".

No capítulo 6, sustentado na observação do autor, ficou claro que, de um modo geral, existe uma diferença entre a realidade vista no televisor e aquela que existe no local das emissões, e não apenas ao nível da quantidade de riso. Ainda assim, a conclusão a que se chegou é que aquilo que é observado nas emissões evidencia ser um reflexo ampliado da realidade não vista nas emissões (o ambiente, as relações, as conversas, as brincadeiras, etc.). Tal como foi a esse respeito referido, embora esses distintos programas (a *Praça da Alegria*, na RTP1, e *O Programa da Cristina*, na SIC) tenham mostrado ser "mentirosos", a verdade é que não o mostraram ser assim tanto quanto inicialmente se acreditava que fossem.

No capítulo 7, que teve como principal base a realização das entrevistas, primeiro, averiguámos que o *daytime* pode realmente ser um instrumento proveitoso para os seus telespetadores, todavia, dificilmente abdicará da sua já antiga e "natural" retórica emocional; segundo, reforçámos ainda mais a crença de que na parte da manhã as "emoções positivas" tendem a ser mais exploradas do que na parte da tarde, onde por norma acontece o oposto; terceiro, ficou evidente que o *daytime* "impõe" aos seus profissionais, principalmente aos mais expostos, a necessidade de também exporem uma parte significativa da sua "nudez emocional"; quarto, verificámos que esses ambientes direta ou indiretamente têm como objetivo simular espaços e dinâmicas reais; quinto, percebemos que as redes sociais desses programas – assim como as suas várias imagens de risos – têm o papel importante de comunicar aos (potenciais) telespetadores o que foi intitulado como "alegria"; sexto, confirmámos que a atuação de Cristina Ferreira aparenta a vários níveis destacar-se dos demais profissionais atualmente; sétimo, ponderámos sobre aquilo que mostra cada vez mais ser uma realidade: o *daytime* televisivo como palco político; por fim, oitavo, comprovámos que o *talk show* matinal da RTP1, embora navegue no mesmo mar dos privados, fá-lo (conscientemente) com ferramentas e atuações distintas. No mesmo capítulo, foi ainda exposto que: (1) embora os profissionais da estação pública tenham aparentado, para se nortear, estar focados na realidade nacional, os da estação privada mostraram estar mais na realidade internacional; (2) Cristina Ferreira mostrou granjear um destaque singular no meio em análise, todavia, a apresentadora não deve ser vista como um "molde sólido" a seguir em nome do próprio progresso do *daytime* nacional; e (3) o riso, nos *talk shows* matinais, por norma, não pareceu ser entendido como um "produto final", mas como o mais importante produto dentro de um produto: a "autenticidade".

No capítulo 8, que foi intitulado "mesa de discussão", destacam-se principalmente três áreas. Na primeira, dedicada ao riso, foi defendido que os *talk shows* matinais não apenas espelham um

conceito e um clima social e tecnológico que promove o riso, como, e acima de tudo, de forma mais ou menos direta, continuam a alimentar essa realidade. Na segunda, focada no *daytime* televisivo nacional, concluímos que embora não aparente sensato esperar que a sua programação se transforme em algo completamente diferente, torná-la mais útil depende, em muito, da vontade dos produtores televisivos. Por fim, na terceira parte, centrada especificamente no papel do riso dos *talk shows* matinais, justificámos que o mesmo pode ser ponderado sob três prismas. Primeiro, os telespetadores, onde esse muito particular riso televisivo parece ter levado e continuar a levar riso a mais e mais pessoas (inclusive a "Tina", apresentada no Prólogo). Segundo, os próprios programas, onde esse riso é visto como um "isco" capaz de agarrar os telespetadores ao ecrã. E terceiro, a "relação" entre os telespetadores e os programas, em que, na mesma medida em que o riso pode ter benefícios para ambos, pode, também, ter malefícios, sobretudo para os telespetadores, basta para isso, por exemplo, que o riso seja pensado/construído tendo apenas em vista resultados a curto prazo.

Conforme referido na parte introdutória deste documento, qual pirâmide, o objetivo primário desta investigação esteve na edificação de uma base sólida, seguindo-se, depois, por distintos e sucessivos revestimentos, até que nos sentíssemos "seguros" o bastante para encarar o verdadeiro obstáculo a que nos propusemos. Mas e o que dizer agora, em síntese, da tentativa de ultrapassar esse "obstáculo"? Dividido em três, foi defendido: (I) que o riso dos principais *talk shows* matinais pode realmente ter ajudado a "democratizar" o ato de rir em solo nacional; (II) que esse riso está hoje a ser usado como "uma arma" para, tanto quanto possível, "aprisionar" os telespetadores aos ecrãs; e (III) que existem aspetos específicos em que esse riso pode colocar problemas que despertem a atenção de quem o estuda.

III. Importantes aspetos finais

Apesar das muitas "profecias" negativas, no passado, referentes ao futuro da televisão, a verdade é que não apenas como objeto, mas como parte de um relacionamento social, ela continua bem viva entre nós. Isso faz com que os estudos acerca do fenómeno continuem a ser oportunos, assim como um contributo válido para uma mais ampla compreensão da sociedade e da sua cada vez mais próxima relação com os meios de comunicação de massas. Todavia, o que presenciamos hoje, conforme examinado, é uma das suas maiores transformações, o que faz com que o simples facto de a tentar entender seja, por si só, um desafio.

Ainda que, no panorama internacional, a respeito do *daytime* televisivo, os estudos, de certa forma, existam com abundância, na realidade nacional isso não acontece, o que em vários momentos

acarretou um esforço acrescido por parte do investigador. E algo semelhante aconteceu também naquilo que diz respeito à presença do riso – e não do humor – na televisão nacional. Entre inúmeros outros desafios associados a essas tarefas, destaca-se um de forma bastante evidente: um consumo alargado de tempo (na revisão de literatura, nas mais de 120 horas de análise aos *talk shows* matinais, na realização das 28 entrevistas, etc.). Nesse sentido, não há dúvida que se partíssemos de uma base mais estável, no que diz respeito às temáticas em análise nesta investigação, muito do tempo despendido a "localizar" determinados aspetos poderia ser utilizado a descodificá-los melhor.

As muitas reações emocionais são – e é cada vez mais notável – um combustível mediático, todavia, o desafio central desta reflexão focou-se no uso, em particular, do ato de rir na primeira parte *daytime* televisivo nacional. Dentro desse quadro limitado, um dos grandes desafios reflexivos com que nos deparámos, de forma mais ou menos direta, não teve propriamente que ver com o facto de um programa ou alguém de um programa, em determinadas ocasiões, rir muito ou pouco, mas do facto de esse riso, sendo muito ou pouco, em certas circunstâncias, poder ser ou não capaz de moldar a realidade daqueles que o contemplam, e em que sentido isso poderia ocorrer.

Tal como ficou claro, o riso é uma arma muito poderosa e bastante versátil, porém, no contexto dos *talk shows* matinais, a grande complexidade do seu orquestrar aparenta estar em não o usar apenas para benefício das estações televisivas, mas também dos muitos telespetadores que o visualizam diariamente. Se essa é uma empreitada possível? Sem dúvida, pois de certa forma é isso que já está a acontecer. Mas existirá ainda margem para melhoria? Obviamente que sim. Quais são, então, os passos a dar nesse sentido? Entre certamente muito outros, torna-se indispensável uma maior reflexão acerca do manejar das emoções e das reações emocionais nessa tão singular realidade televisiva.

Conforme analisado, os *daytime talk shows*, não somente em Portugal, mas um pouco por todo o mundo, pelo horário em que se encaixam, o público que convocam e a realidade social que os envolve, por norma, são muito mais do que meros *talk shows* sobre um assunto qualquer, são *talk shows* sobre todos os assuntos. E não é necessária a visualização de muitos episódios para nos apercebermos que, embora exista nesses programas muita conversação sem um propósito bem definido, a não ser o de passar tempo, diluído nesse passar do tempo está um conjunto variado de ingredientes que, de forma mais ou menos consciente, toca em assuntos fundamentais da construção social e pessoal dos telespetadores. Trata-se, por isso, de um enorme combinado de aspetos que, embora diluídos na muitas vezes intitulada "conversa fiada", a ultrapassam largamente, pois visam ter um efeito prático e modelador na vida dos telespetadores. Nesse sentido,

talvez seja oportuno analisar, no campo em particular de Portugal, que temáticas concretas está o *daytime* televisivo de forma repetida a explorar e de que forma o está a fazer. Entre uma enorme e bastante visível exposição emocional, está uma não tão grande e não tão visível partilha de "saberes" que seria bastante proveitoso considerar.

Não há dúvida que muita informação útil é oferecida aos telespetadores nesses programas, como datas de acontecimentos importantes, ajuda prática para tarefas domésticas e até a partilha de diferentes perspetivas acerca de assuntos de saúde, acontecimentos na atualidade, etc. E, ainda que muito desse conteúdo esteja envolto em riso ou em choro, isso, por si só, não o descredibiliza, pois, conforme já referido, mesmo que o telespetador decidisse ver esses programas apenas para rir ou chorar não seria necessariamente negativo, tendo em conta os benefícios terapêuticos do riso e do choro. Se o proveito de muito desse conteúdo pode, de certa forma, ser hoje visto como uma evidência, a dimensão desse proveito, em contexto nacional, está por apurar. Assim sendo, talvez seja oportuno, através, por exemplo, de entrevistas e/ou questionários, medir a utilidade – isto é, o grau de proveito – do conteúdo desses *talk shows* e desses mesmos *talk shows* na vida dos portugueses, a curto, médio e longo prazo. Uma vez que é já há mais de 30 anos que, em contexto nacional, existem esses programas, serão certamente muito poucos aqueles que não tiveram contacto algum com essa realidade.

Neil Postman (2006, p. 87) mencionou que "o problema não é o da televisão apresentar-nos matéria de entretenimento, mas que toda a matéria seja apresentada como divertimento, o que é uma questão completamente distinta"[437]. Assim, ainda que o riso e o choro não sejam de algum modo negativos, conforme já referido, vulgarizar questões realmente importantes da vida dos telespetadores entre riso e o choro, como que de uma história ficcional se tratasse, pode ser o primeiro passo para os desvirtuar da sua realidade. Expressões como "ligue já!", "o investimento é mínimo para o prémio que pode receber", ou outras semelhantes, referentes aos concursos que diariamente são promovidos nesses programas em grande êxtase (nas televisões privadas), podem sem dúvida provocar danos reais na vida de alguns telespetadores, caso eles cedam, diariamente, a tais repetidos e enérgicos estímulos. Tendo em conta que parte do público em questão pode, de certa forma, como já analisado, ser considerado "desprotegido" ou "carenciado", não seria útil limitar algumas dessas expressões ou até mesmo a sua frequência, uma vez que é algo que pode realmente ter reproduções negativas na vida de algumas dessas pessoas? Refletir sobre esses concursos, a forma como são promovidos e, sobretudo, o impacto que podem ter no orçamento daqueles a quem se direcionam aparenta ser algo que também carece de ponderação e de respostas em contexto nacional.

[437] A tradução foi realizada pelo autor da tese.

Uma vez que este estudo se centrou, sobretudo, na primeira parte do *daytime* em contexto nacional, vários aspetos da segunda parte ficaram naturalmente por apurar. O que dizer dos muitos programas e intervenientes que nas últimas décadas preencheram as tardes da televisão generalista em sinal aberto? Que evolução aparentam ter tido esses *talk shows* ao nível de cenário, discurso, etc.? Responder a essas questões, entre certamente muitas outras, seria proveitoso para uma mais ampla compreensão do fenómeno em contexto nacional.

Seria também oportuno, em futuras investigações, confrontar, mediante determinadas categorias, o *daytime* televisivo nacional com o de outros países, pois isso permitira, entre muitos outros aspetos, ver em que "ponto exato" nos localizamos. Ainda que essa análise tivesse sido feita de forma exploratória, não passou disso. Mas mesmo assim, daquilo que foi possível observar, ainda que sejam muitas as semelhanças, parecem existir algumas dissemelhanças intrigantes dentro dessas distintas realidades.

Não há dúvida que o *daytime* televisivo, no geral, e também em Portugal, é muito mais do que um conjunto de meros programas com orçamento baixo recheados de conversas ligeiras envoltas numa retórica emocional. Assim, não o subestimar enquanto objeto científico é um passo importante, mas são realmente muitos os passos que se seguem, tal como se tem vindo a tentar demonstrar. As "incitações" que aqui foram expostas representam obviamente uma parte muito limitada de um vasto universo de opções ainda por explorar, as quais de algum modo estão apenas limitadas ao olhar do investigador.

IV. Para (não) concluir

Foi descrito que a televisão, que no passado teve como principal objetivo mostrar o mundo, qual janela aberta, nos nossos dias parece estar cada vez mais focada em espelhar os muitos telespetadores através dos seus programas e personagens. O propósito é também cada vez mais claro: criar um relacionamento empático, não sustentado numa razão, seja essa qual for, mas numa emoção, independentemente de qual seja. Assim, grosso modo, a televisão não aparenta mais estar centrada em dar instrução, mas sim em conhecer e em sintonizar as mesmas emoções do seu público. De um modo geral, não nos é apresentado mais um "professor" numa área em particular, com uma postura estável e séria, como acontecia na outrora denominada PaleoTV, mas um "leigo", pronto para falar de tudo e de todos. Não se trata da utilização depreciativa do termo "leigo", mas de uma demostração da postura não hierárquica que a televisão mostra ter assumido nas suas mais diversas facetas hoje.

Isso faz com que presenciemos, muitas vezes, para lá do "rito" a que assistimos – por exemplo, focado em comentar a atualidade ou em debater um assunto político – algo bastante mais profundo e de muito maior dimensão: um culto às reações emocionais. Culto esse que, mediado pela televisão, tem não apenas como objetivo sintonizar, mas, acima de tudo, esvaziar uma qualquer emoção sentida em uníssono (entre os telespetadores e aqueles que é possível observar no televisor). Presenciámos, por isso, cada vez mais, não apenas conflitos de ideias, mas conflitos de ideias envoltos em conflitos emocionais. Mas o que podemos esperar de uma televisão centrada em refletir o lado mais sensível daqueles que a observam? Embora essa questão seja pertinente, outra aparenta mais: não será essa uma utilização redutora de uma "ferramenta" que, conforme analisado, pode ser tão mais proveitosa?

Ainda que as televisões privadas devam esforçar-se em ser, mais que um mero espelho fechado em si mesmo, também uma contínua janela aberta para o mundo, exige-se naturalmente à do serviço público que o seja mais percetivelmente. No caso em particular de Portugal, à RTP, e no caso em particular dos *talk shows* matinais, à *Praça da Alegria*, com Jorge Gabriel e Sónia Araújo. Isso significa, para essa realidade em especial, não somente resistir à tendência acima descrita, mas, também, continuar ininterruptamente a trabalhar em novas soluções, ao nível de programas e de conteúdos, como parece estar a acontecer. Entre certamente outros aspetos, é importante que a RTP não deixe de tentar inovar, ou seja, arriscar, quebrar com aquilo que está preestabelecido, sem que o faça naturalmente desligada dos seus muitos e variados "compromissos". Porquê? Porque, conforme já foi referido, servir o público é muito mais do que um espelhar. Servir o público continuamente não é, ou não deveria de ser, também, apresentar perante ele uma postura continuamente subserviente.

O período da manhã, durante vários anos, foi preenchido com televendas focadas nos mais idosos ou com desenhos animados que tinham como objetivo saciar os públicos mais jovens. No caso específico de Portugal, por exemplo, no passado, nas férias escolares, o intervalo de desenhos animados aumentava e depois diminuía no período de aulas. Porém, à medida que os anos passaram e a própria realidade social e televisiva se alterou um pouco por todo o mundo, as manhãs, muito gradualmente, começaram a ser preenchidas com diversificados programas de entretenimento. No início, apareceram em formatos mais pequenos e modestos, começando posteriormente a crescer, não apenas em duração e em elenco, mas também em atividades, audiências e protagonismo. É certo que mais de trinta anos se passaram, e muitas coisas se alteraram nesses muitos e variados programas da televisão portuguesa, mas o foco, esse, aparenta continuar o mesmo: transmitir aos telespetadores, sobretudo, motivos para (sor)rir. Contudo, esse objetivo foi, com o passar do tempo, tendo cada vez mais disponibilidade financeira, mais ferramentas e mais impacto mediático. Com que resultado? Nos

nossos dias, tal como apurado neste estudo, a "dieta" dos portugueses que assistem diariamente a esses *talk shows* matinais, sobretudo nas estações privadas, sustenta-se, principalmente, em reações emocionais, e o principal ingrediente dessa refeição parece ser o riso.

Quanto ao riso em particular, conforme já referido, trata-se de um fenómeno social e humano, o que faz com que se exprima na cultura e, assim sendo, numa sociedade mediatizada, nos média (Santos & Rossetti, 2012, p. 15). Se, antes desta análise, havia a convicção de que, hoje em dia, é praticamente impossível ponderar acerca da temática do riso sem que se aborde também a dos média, o que depois deste estudo ficou evidente é que é igualmente muito difícil falar da primeira parte do *daytime* televisivo, em Portugal, sem que se aborde também o papel do riso nesses programas. E se incertezas houvesse, quanto à possibilidade de se tratar de uma mera "ilusão de ótica", o capítulo 5 "destruiu-as" por completo.

As *Laff boxs,* aparelhos hoje completamente obsoletos, apesar de sofisticados à data em que foram criados, nunca deixaram de ser máquinas, máquinas feitas para servir os interesses de terceiros – de terceiros não vistos. Nas mãos desses, as máquinas riam quando e o quanto eles quisessem. Porém, havia enganos, e muitos. Será que em alguns momentos poderiam rir de mais? Poderiam, certamente. Será que poderiam rir em sítios indesejados? Também, sim. As teclas muitas vezes encravavam, prolongando um riso por demasiados segundos e o *Laff boy*, muitas vezes distraído, enganava-se nas teclas, colocando riso onde não deveria aparecer de forma alguma. Mas, curiosamente, no início, poucos pareciam ser os telespetadores que reclamavam dessa solução. Contudo, com o passar do tempo, talvez devido a uma maior convivência e exposição a essa "mentira", o telespetador parece ter ficado mais atento aos seus defeitos e, por consequência, mais crítico e mais insatisfeito. O telespetador passou assim a exigir mais e melhores "invenções", onde as tradicionais *Laff boxs* não mais tinham lugar.

Se hoje pode ser surpreendente vermos seres humanos a rirem como máquinas (tendo em mente, por exemplo, os 3 099 risos de Cristina Ferreira e os 1 884 risos de Manuel Luís Goucha apurados no capítulo 5), há pouco mais de cem anos a surpresa era outra, eram as máquinas que riam como seres humanos, como vimos na segunda parte do capítulo 2. Conforme considerado, cerca de um século de análise foi o suficiente para, numa apreciação aos meios de comunicações de massas, notarmos que não apenas a natureza humana reage verdadeiramente às emoções fabricadas, mas que, sobretudo, nos tempos modernos, o ser humano também se tornou dependente desse tipo de arranjo para fazer despoletar as suas emoções. Todavia, há aspetos que a produção quantitativa do riso deixa a nu.

Ainda que no século XXI o riso mecanizado tradicional tenha desaparecido quase por completo, foi apenas um desaparecer da carcaça, pois a lógica, ao que parece, segundo este estudo, manteve-se. Assim, em termos figurativos, é de certa forma possível afirmar que a *Laff box* não morreu totalmente, como muitos pensam, mas parece apenas ter evoluído para outra coisa, e está cada mais parecida com o ser humano. De tão parecida que está podemos até mesmo chegar a pensar que é um ser humano completamente genuíno, somente mais vivaço do que o normal, mas não é. Trata-se de uma "moderna" *Laff box,* disfarçada, bem disfarçada.

Todavia, se o bobo (que, conforme já referido, foi uma espécie de parvo oficial) era conhecido por dizer, rindo, duras verdades, as "modernas" *Laff boxs* são conhecidas hoje por, rindo, dizer leves mentiras. Não mais disfarçam a verdade de loucura, rindo, mas rindo disfarçam a loucura de "verdade", de "felicidade", de "alegria". Desse modo, estamos perante uma interpretação de felicidade que se esvazia, cada vez mais, numa foto ou numa gargalhada, e que necessita de ser bem audível ou bem visível para os outros. Tal aspeto significa que se essa "felicidade" não for percecionada por terceiros, isto é, se não for comunicada, para muitos, ao que parece, não chega sequer a dar-se.

Tal como ficou evidente nas entrevistas realizadas (e em especial no subtópico 7.2.5.) o riso também está a ser usado para transmitir "felicidade" ao público que o observa nos *talk shows* matinais em contexto nacional. Mas talvez nos perguntemos: não será essa uma interpretação demasiado redutora e superficial de um conceito tão complexo? Embora a pergunta seja legítima, a verdade é que é já há mais de um século que o "riso mecânico" incita à "mecânica do riso", a qual é realmente tida e intitulada por muitos como "felicidade", "alegria" ou outro termo semelhante. E agora, o que é possível fazer a esse respeito?

Não tendo nas nossas mãos um remédio para isso – e sendo o riso cada vez mais visto como um remédio (conforme analisado no subtópico 2.2.6.) – então, daquilo que foi possível concluir neste estudo, tendo em conta cada um dos aspetos analisados, o melhor é que nós nos ríamos juntos, sempre que possível, antes que esses dias, por algum motivo, se esgotem e, então, choremos, de novo, igualmente juntos.

Ficou deveras claro, ao longo deste estudo, que um Ocidente profundamente influenciado pelo platonismo acabou por trazer para o palco social a interpretação de uma "verdade" inatingível para o próprio ser humano, pois incitava-o a um incessante não-sentir do presente mundo terreno, tendo em vista a vivência plena de um futuro mundo divino. Embora essa fosse uma "verdade", evidentemente invisível, não deixou de se fazer sentir no palco social, como tantas outras, de forma bem visível. Tratava-se de uma interpretação que, idealmente, se exprimia em público

através de uma cara austera, sem expressar emoções, isto é, sem a demonstração do sentir o mundo à sua volta. Construída na mente de Platão, essa ideia foi depois "comprada" por inúmeros pensadores no período medieval, mas não só.

A certa altura, porém, ficou evidente, neste estudo, que as pessoas riam no período medieval. Aliás, segundo Norbert Elias (1994, p. 198), elas não só não andavam "sempre de cara feia", como "os instintos, as emoções, eram liberados de forma mais livre, mais direta, mais aberta". Ainda assim, não restam dúvidas que, durante muito tempo, a "cara de mau" era a única oficial, tudo o que fosse para além disso era oficioso. O riso, uma das maiores formas de quebrar a rigidez facial, era visto como algo oriundo do considerado parvo, do comum popular, do leigo. Como assegurou Mikhail Bakhtin (1987, p. 81), "ninguém conseguiu jamais torná-lo inteiramente oficial". Tratava-se, ainda que de forma indireta, da edificação do belo, ou seja, da construção gráfica de um ideal, que tinha também uma "verdade" específica quanto ao rosto humano, e quem a quisesse simbolicamente vestir, sobretudo nos ambientes formais (como nas igrejas, nos tribunais, etc.), teria de submeter o seu semblante e (não só) a tal regime.

No entanto, o ideal de belo e a sua forma, uma variável no tempo e do tempo, que outrora tinha ensinado que o parvo – e tudo o que dele se originava – não era belo, na modernidade, alterar-se-ia, como ficou claro. De um modo geral, o que era visto como feio, passaria a ser então considerado belo, e o que era belo seria agora feio. O *Almoço na Relva*, uma pintura de Édouard Manet, (1863, óleo sobre tela, 208x265cm, Museu de Orsay, Paris), conforme referido, parece ilustrar bem o que a certa altura aconteceu com o belo, mas aparenta também esclarecer o que aconteceu com o parvo. Na modernidade, não só ocorreu figurativamente o "triunfo do feio" (Eco, 2015, p. 365), mas ainda, conforme defendido neste documento, o "triunfo do parvo".

Em vista disso, será prudente ponderar que esta nova tendência facial, que se inspira no rosto do parvo, reconhecido por "gozar dos prazeres" (Vicente, 2017, p. 31) e andar "com a boca cheia de riso" (Branco, 2000, p. 99), possa ser, também ela, uma vez mais, uma interpretação rígida do belo? Sim, esse é um dos mais importantes pensamentos defendidos neste estudo que, edificado sobretudo na primeira parte, alega que o riso é hoje uma nova obrigatoriedade geral, social, e que, embora atinja todos, se espelha naturalmente de forma mais evidente nas mais visíveis personagens da sociedade, as muitas vezes intituladas "celebridades".

Dessa forma, argumentamos de distintos modos que se tratava de uma "nova" necessidade social, que incitava todos a alimentarem uma imagem pública sustentada em muitos pequenos "risinhos", em muitas pequenas mentiras que preservam viva a ideia e, sobretudo, a imagem de

"felicidade moderna". Poderia, de algum modo, o fenómeno televisivo dissociar-se por completo desta nova realidade? Com toda a certeza, não, pois, conforme ficou também evidente nesta análise, sobretudo na segunda parte, o televisor não é nada mais do que "apenas" um espelho que mostra o corpo social que o observa. Assim, mesmo antes da chegada à terceira e última parte deste trabalho, a análise empírica propriamente dita, existia já uma convicção: o muito riso visível hoje nos *talk shows* matinais não se pode tratar de um fenómeno exclusivo da televisão, nem tampouco do *daytime* televisivo, em Portugal.

O atual clima social emocional, como tantos outros no passado, conforme também foi examinado neste estudo, especialmente no capítulo 2, não parece ter um escape muito visível ou acessível à sua população no geral. Desse modo, o riso aparenta ser uma das "formas" mais convenientes para o ser humano se vestir naquele que é hoje um colossal culto dionisíaco, em que o corpo social, de forma bastante distraída, mas profundamente enérgica, baila, e onde a maior das "dádivas" mostra ser o prazer, a autogratificação. Quanto ao televisor, no geral, é apenas um dos muitos espelhos de fundo dessa cada vez maior e mais intensa "festa social". A ser assim, a primeira parte do *daytime* televisivo, em contexto nacional, não pode ser nada mais do que um reflexo singular e regular desse espelho maior.

Por outro lado, muitos fazem suas as palavras de Horácio (1846, p. 2) (que viveu entre 65 a.C. e 8 a.C.): "e que me tolhe dizer, rindo, a verdade?" A verdade, essa, é sempre bem-vinda, e isso é um facto inabalável, porém, o bom senso deve ser aquilo que impede alguém de, por vezes, a dizer, rindo. Mas, com base nos parâmetros modernos, o que é, onde começa e onde acaba o bom senso? Essa é, sem dúvida, uma questão muito mais complexa que, se não nos assusta nem um pouco, é apenas sinal que nela não refletimos nem um pouco.

Distanciando-nos, uma vez mais, dos possíveis – e tantas vezes controversos – limites do risível, utilizaremos as últimas palavras para, de novo, mas agora de forma bastante mais resumida, referir em que pontos específicos acreditamos que este estudo possa ser um contributo para uma mais ampla "leitura" da atualidade social e televisiva, sobretudo em contexto nacional. E, entre outros aspetos, salientaremos de seguida os três que nos parecem fundamentais.

Primeiro, propusemos que os principais *talk shows* matinais foram – e podem continuar a ser – um meio para "democratizar" o riso, em Portugal, capaz de, indiretamente, ajudar a demolir uma certa interpretação melancólica de uma parte da população. Segundo, verificamos que, de forma mais ou menos consciente, e mais ou menos assumida, os principais intervenientes desses programas estão atualmente a utilizar o riso como "isco" para atrair os telespetadores. E, terceiro,

comprovamos que o riso é uma parte significativa da "dieta" dos portugueses que assistem diariamente aos principais *talk shows* matinais, sobretudo nas estações privadas. Ou seja, ao mesmo tempo que esse riso televisivo espelha um clima de riso, também o alimenta. Nesse sentido, apesar dos benefícios atribuídos ao riso e ao ato de o contemplar, é importante não deixar de ponderar em que medida esse riso pode, também, em determinados contextos, colocar problemas que despertem a atenção daqueles que o examinam.

Referências bibliográficas

Adorno, T. (2003). Prólogo sobre a televisão (M. Resende, Trans.). In *Sobre a indústria da cultura* (pp. 161-171). Coimbra: Angelus Novus.

Aladro, E. (2000). De la telenovela a lo televigilancia. "GranHermano" y la nueva era del perspectivismo relacional en la televisión. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, 5,* 291-300. Retirado de http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC0000110291A

Alberti, V. (1999). *O riso e o risível: na história do pensamento*. Rio de Janeiro: Zahar.

Alpalhão, M. (2015). O riso e os textos enciclopédicos medievais. In E. Esteves, I. Dias, & M. Reffóios (Eds.), *O Riso. Teorizações, leituras, realizações* (pp. 161-170). Casal de Cambra: Caleidoscópio.

Ambrósio, A. (2010). *Examerão: os seis dias da criação* (C. d. Silva, Trans. 2.ª ed. Vol. 26). São Paulo: Paulus.

Andrade, M. (2014). O autoconhecimento da alma em Tomás de Aquino. In F. Miranda, J. Sequeira, & D. Faria (Eds.), *Incipit 2. Workshop de Estudos Medievais da Universidade do Porto, 2011-12* (pp. 185-190). Porto: Universidade do Porto, Faculdade de Letras, Biblioteca Digital.

Angrosino, M. (2012). Observation-based research. In J. Arthur, M. Waring, R. Coe, & L. Hedges (Eds.), *Research methods & methodologies in education* (pp. 165-169). London: Sage [ebook]. Retirado de https://books.google.pt/books?id=02xEAgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-PT&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Aristóteles. (1987). Poética (E. d. Souza, Trans.). In J. Pessanha (Ed.), *Aristóteles: Ética a Nicômaco e Poética* (Vol. II, pp. 197-229). São Paulo: Nova Cultural.

Aristóteles. (1991). Ética a Nicômaco (L. Vallandro & G. Bornheim, Trans.). In J. Pessanha (Ed.), *Os pensadores: Aristóteles* (Vol. 2). São Paulo: Nova Cultural.

Aristóteles. (2010). *Partes dos animais* (M. Silva, Trans.). Lisboa: Centro de Filosofia das Ciências da Universidade de Lisboa – Imprensa Nacional-Casa da Moeda.

Atenas, A. d. (1995). Petição em favor dos cristãos (I. Storniolo & E. Balancin, Trans.). In M. Quinta (Ed.), *Padres Apologistas: Carta a Diogneto; Aristides de Atenas; Taciano, o Sírio; Atenágoras de Atenas; Teófilo de Antioquia; Hermias, o filósofo* (Vol. 2). São Paulo: Paulus.

Bakhtin, M. (1987). *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais* (Y. Vieira, Trans.). São Paulo: Editora Hucitec.

Bakhtin, M. (2002). *Questões de literatura e de estética: a teoria do romance* (A. Bernardini, J. Júnior, A. Júnior, H. Nazário, & H. Andrade, Trans. 5.ª ed.). São Paulo: Editora Hucitec/Annablume.

Barreto, A. (2007). Prólogo de António Barreto. In V. H. Teves (Ed.), *RTP: 50 anos de história* (pp. 1-7): RTP [ebook]. Retirado de https://museu.rtp.pt/livro/50Anos/Prefacio/Pag1/default.htm

Bataille, G. (1980). *O erotismo* (J. Costa, Trans. 2.ª ed.). Lisboa: Moraes Editores.

Bataille, G. (1989). *A literatura e o mal* (S. Bastos, Trans.). Porto Alegre: L&PM.

Baudelaire, C. (1998). Da essência do riso e, de um modo geral, do cômico nas artes plásticas (P. Coelho, Trans.). In P. Coelho (Ed.), *Escritos Sobre Arte* (pp. 7-28). São Paulo: Editora Imaginário.

Baudrillard, J. (1991). *Simulacros e simulação* (M. Pereira, Trans.). Lisboa: Relógio D'Água.

Bauer, M., Gaskell, G., & Allum, N. (2008). Qualidade, quantidade e interesses do conhecimento – evitando confusões (P. Guareschi, Trans.). In M. Bauer & G. Gaskell (Eds.), *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático* (7.ª ed., pp. 17-36). Petrópolis: Editora Vozes.

Baum, M. (2005). Talking the vote: why presidential candidates hit the talk show circuit. *American Journal of Political Science, 49*(2), 213-234. doi: https://doi.org/10.1111/j.0092-5853.2005.t01-1-00119.x

Benedict, R. (1972). *O crisântemo e a espada: padrões da cultura japonesa* (C. Tozzi, Trans.). São Paulo: Editora Perspectiva.

Bergson, H. (1993). *O riso: ensaio sobre o significado do cómico* (G. d. Castilho, Trans. 2.ª ed.). Lisboa: Guimarães Editores.

Bourdieu, P. (1997). *Razões práticas: sobre a teoria da acção* (M. Pereira, Trans.). Oeiras: Celta Editora.

Bourdieu, P. (2001). *Sobre a televisão* (M. Pereira, Trans.). Oeiras: Celta Editora.

Branco, C. C. (2000). *O sangue*. Lisboa: Círculo de Leitores.

Brandão, N. (2006). *Prime time: do que falam as notícias dos telejornais*. Cruz Quebrada: Casa das Letras.

Brants, K. (1998). Who's afraid of infotainment? *European Journal of Communication, 13*(3), 315-335. doi: https://doi.org/10.1177/0267323198013003002

Burton, R. (2017). *A anatomia da melancolia* (G. G. Flores, Trans. Vol. 1 – Demócrito Júnior ao leitor). Curitiba: Editora UFPR.

Bustamante, E. (2003). *A economia da televisão: as estratégias de gestão de um media* (L. Calapez, Trans.). Porto: Campo das Letras.

Cabanas, E., & Illouz, E. (2019). *A ditadura da felicidade: como a ciência da felicidade controla as nossas vidas* (A. P. Mendes, Trans.). Lisboa: Temas e Debates.

CAEM/MediaMonitor. (2021). *Total TV 2020 (dados retirados da YUMI Analytics Desktop)*.

Cantril, H., & Allport, G. (1935). *The psychology of radio* (Second edition ed.). New York: Harper & Brothers [ebook]. Retirado de https://archive.org/details/psychologyofradi00hadl/page/222

Carey, J. W. (1988). Mass communication and cultural studies. In *Communication as culture: essays on media and society* (pp. 37-68). London: Routledge [ebook]. Retirado de https://books.google.pt/books?id=AcSufbsE7TwC&pg=PR7&hl=pt-PT&source=gbs_selected_pages&cad=3#v=onepage&q&f=false

Carmo, H., & Ferreira, M. M. (2008). *Metodologia da investigação: guia para auto-aprendizagem* (2.ª ed.). Lisboa: Universidade Aberta.

Carvalho, R. d. (1931). *Rabelais e o riso do renascimento*. Rio de Janeiro: Briguiet & Cia.

Casetti, F., & Odin, R. (1990). De la paléo- à la néo-télévision. Approche sémio-pragmatique. *Communications, 51*, 9-26. doi: https://doi.org/10.3406/comm.1990.1767

Casetti, F., & Odin, R. (2012). Da Paleo à Neotelevisão: abordagem semiopragmática. *Ciberlegenda, 27,* 8-22. Retirado de http://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/36925/21500

Castoriadis, C. (1982). *A Instituição imaginária da sociedade* (G. Reynaud & L. Fortes, Trans.). Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Cersch, B. (1999). Class in daytime talk television. *Peace Review, 11*(2), 275-281. doi: https://doi.org/10.1080/10402659908426264

Challoner, J. (Ed.) (2010). *1001 invenções que mudaram o mundo*. Rio de Janeiro: Sextante.

Charaudeau, P., & Ghiglione, R. (2000). *A palavra confiscada – um género televisivo: o talk show* (S. Azevedo, Trans.). Lisboa: Instituto Piaget.

Cícero. (2004). *Da natureza dos deuses* (P. Falcão, Trans.). Lisboa: Vega.

Clausse, R. (1968). The mass public at grips with mass communications. *International Social Science Journal, 20(4),* 625-643. Retirado de https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000024595

Corner, J. (2003). Finding data, reading patterns, telling stories: issues in the historiography of television. *Media, Culture & Society, 25*(2), 273-280. doi: https://doi.org/10.1177/01634437030252006

Correia, J. C. (2015). Ubiquidade: a próxima revolução televisiva. In P. Serra, S. Sá, & W. S. Filho (Eds.), *A Televisão Ubíqua* (pp. 39-52). Covilhã: Livros LabCom [ebook]. Retirado de http://www.labcom-ifp.ubi.pt/livro/136

Cousins, N. (1976). Anatomy of an illness (as perceived by the patient). *The New England Journal of Medicine, 295*(26), 1458-1463. doi: https://doi.org/10.1056/NEJM197612232952605

Coutinho, C. (2015). *Metodologia de investigação em ciências sociais e humanas: teoria e prática* (2.ª ed.). Coimbra: Almedina.

Crisóstomo, J. (2013a). Homilias sobre a carta aos Hebreus (M. d. Cristo, Trans.). In C. d. Santos (Ed.), *São João Crisóstomo – Comentário às cartas de São Paulo/3: Homilias sobre as cartas: Primeira e Segunda a Timóteo, a Tito, aos Filipenses, aos Colossenses, Primeira e Segunda aos Tessalonicenses, a Filemon, aos Hebreus* (Vol. 27/3, pp. 891-1244). São Paulo: Paulus.

Crisóstomo, J. (2013b). Homilias sobre a segunda carta a Timóteo (M. d. Cristo, Trans.). In C. d. Santos (Ed.), *São João Crisóstomo – Comentário às cartas de São Paulo/3: Homilias sobre as cartas: Primeira e Segunda a Timóteo, a Tito, aos Filipenses, aos Colossenses, Primeira e Segunda aos Tessalonicenses, a Filemon, aos Hebreus* (Vol. 27/3, pp. 169-271). São Paulo: Paulus.

D'Almeida, G. (1900). *O riso*. Porto: Typographia do «Diário da Tarde».

Damásio, A. (2003). *O erro de Descartes: emoção, razão e cérebro humano* (D. Vicente & G. Segurado, Trans. 23.ª ed.). Mem Martins: Publicações Europa-América.

Damásio, A. (2013). *O sentimento de si: corpo, emoção e consciência*. Lisboa: Temas e Debates.

Darwin, C. (1974). *A origem do homem e a seleção sexual* (A. Cancian & E. Fonseca, Trans.). São Paulo: Hemus.

Darwin, C. (2005). *A Origem das espécies* (D. Batista, Trans.). Mem Martins: Publicações Europa-América.

Darwin, C. (2012). *A expressão das emoções no homem e nos animais* (J. Silva, Trans. 2.ª ed.). Lisboa: Relógio D'Água.

Deleuze, G. (2017). *Espinosa e o problema da expressão* (L. Orlandi, Trans.). São Paulo: Editora 34.

Delumeau, J. (2009). *História do medo no ocidente 1300-1800: uma cidade sitiada* (M. Machado & H. Jahn, Trans.). São Paulo: Companhia de Bolso.

Denscombe, M. (2003). *The good research guide: for small-scale social research projects* (Second edition ed.). Maidenhead: Open University Press.

Descartes, R. (1983a). As paixões da alma (J. Guinsburg & B. Júnior, Trans.). In V. Civita (Ed.), *Descartes: vida e obra* (3.ª ed., pp. 213-294). São Paulo: Abril Cultural.

Descartes, R. (1983b). Discurso do método (J. Guinsburg & B. Júnior, Trans.). In V. Civita (Ed.), *Descartes: vida e obra* (3.ª ed., pp. 23-71). São Paulo: Abril Cultural.

Dewey, J. (1894). The theory of emotion. (I) Emotional attitudes. *Psychological Review, 1,* 553-569. Retirado de https://brocku.ca/MeadProject/Dewey/Dewey_1894a.html

Durkheim, É. (2000). *O suicídio: estudo de sociologia* (M. Stahel, Trans.). São Paulo: Martins Fontes.

Durkheim, É. (2002). *As formas elementares da vida religiosa: o sistema totémico na Austrália* (M. Pereira, Trans.). Oeiras: Celta Editora.

Eco, U. (1986). *Viagem na irrealidade quotidiana* (M. Pinto, Trans.). Lisboa: Difel.

Eco, U. (2012). *O nome da rosa* (A. F. Bernardini & H. F. d. Andrade, Trans. 4.ª ed.). Rio de Janeiro: Editora Record

Eco, U. (2015). *História da feiura* (E. Aguiar, Trans. 4.ª ed.). Rio de Janeiro: Editora Record.

Ekman, P. (2011). *A Linguagem das emoções* (C. Szlak, Trans.). São Paulo: Lua de Papel.

Elias, N. (1994). *O processo civilizador: uma história dos costumes* (R. Jungmann, Trans. Vol. 1). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.

ERC (Ed.) (2016). *As novas dinâmicas do consumo audiovisual em Portugal*. Lisboa: ERC [ebook]. Retirado de http://www.erc.pt/documentos/Estudos/ConsumoAVemPT/ERC2016_AsNovasDinamicasConsumoAudioVisuais_web/assets/downloads/ERC2016_AsNovasDinamicasConsumoAudioVisuais.pdf

Espinosa, B. d. (2012). *Tratado político* (D. P. Aurélio, Trans.). Lisboa: Temas e Debates.

Estridão, J. d. (2013). *Apologia contra os livros de Rufino* (L. Carpinetti & L. d. Mello, Trans. Vol. 31). São Paulo: Paulus.

Fidalgo, J. (2005). De que é que se fala quando se fala em Serviço Público de Televisão? In M. Pinto (Ed.), *Televisão e cidadania: contributos para o debate sobre o serviço público* (2.ª ed., pp. 23-40). Porto: Campo das Letras.

Filho, W. S. (2015). A influência da tecnologia na transformacão da televisão no século XXI. In P. Serra, S. Sá, & W. S. Filho (Eds.), *A Televisão Ubíqua* (pp. 83-104). Covilhã: Livros LabCom [ebook]. Retirado de http://www.labcom-ifp.ubi.pt/livro/136

Fortin, M.-F. (2009). *Fundamentos e etapas do processo de investigação* (N. Salgueiro, Trans.). Loures: Lusodidacta.

Foucault, M. (1995). *As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas* (S. Muchail, Trans. 7.ª ed.). São Paulo: Martins Fontes.

Freud, S. (1995a). Caso 5: Srta. Elisabeth von R. (J. Salomão & C. Oiticica, Trans.). In J. Breuer & S. Freud (Eds.), *Edição standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud* (3.ª ed., Vol. II – Estudos sobre a histeria, pp. 161-206). Rio de Janeiro: Imago Editora.

Freud, S. (1995b). *Edição standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud* (M. Salomão, Trans. 2.ª ed. Vol. VIII – Os chistes e sua relação com o inconsciente). Rio de Janeiro: Imago Editora.

Funes, M. (2001). *O poder do riso: um antídoto contra a doença* (I. Lohbauer, Trans.). São Paulo: Editora Ground.

Gaisberg, F. W. (1942). *The music goes round*. New York: The Macmillan Company [ebook]. Retirado de https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.156851/page/n7

Gaskell, G. (2008). Entrevistas individuais e grupais (P. Guareschi, Trans.). In M. Bauer & G. Gaskell (Eds.), *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático* (7.ª ed., pp. 64-89). Petrópolis: Editora Vozes.

GfK. (2019a). *Manhãs: canais. Período analisado: janeiro a abril 2019 (dias úteis excluindo feriados) [documento interno da empresa]*. GfK, Lisboa.

GfK. (2019b). *Metodologia – Sistema de medição de audiências*. GfK, Lisboa.

Giddens, A. (2001). *Transformações da intimidade: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas* (R. M. Perez, Trans. 2.ª ed.). Oeiras: Celta Editora.

Giddens, A. (2008). *Sociologia* (A. Figueiredo, A. Baltazar, C. d. Silva, P. Matos, & V. Gil, Trans. 6.ª ed.). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Gilhus, I. (1997). *Laughing gods, weeping virgins: laughter in the history of religion*. London: Routledge.

Giotta, G. (2017). Sounding live: an institutional history of the television laugh track. *Journal of Communication Inquiry, 41*(4), 331-348. doi: https://doi.org/10.1177/0196859917713760

Glynn, C., Huge, M., Reineke, J., Hardy, B., & Shanahan, J. (2007). When Oprah intervenes: political correlates of daytime talk show viewing. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 51*(2), 228-244. doi: https://doi.org/10.1080/08838150701304662

Goff, J. L. (2000). O riso na Idade Média (C. Azevedo & P. Soares, Trans.). In J. Bremmer & H. Roodenburg (Eds.), *Uma história cultural do humor* (pp. 65-82). Rio de Janeiro: Editora Record.

Gomes, C. (2012). *Caminhos do riso*. São Paulo: Claridade.

Gonçalves, H., & Pires, H. (2005). A publicidade e o serviço público de televisão (o caso RTP). Contributos para uma reflexão. In M. Pinto (Ed.), *Televisão e cidadania: contributos para o debate sobre o serviço público* (2.ª ed., pp. 115-131). Porto: Campo das Letras.

Gougenheim, I., & d'Hérouville, Y. (2003). *A Televisão* (A. Rodrigues, Trans.). Mem Martins: Editorial Inquérito.

Gradim, A. (2015). A televisão no seu labirinto. In P. Serra, S. Sá, & W. S. Filho (Eds.), *A Televisão Ubíqua* (pp. 69-82). Covilhã: Livros LabCom [ebook]. Retirado de http://www.labcom-ifp.ubi.pt/livro/136

Greenberg, B., Sherry, J., Busselle, R., Hnilo, L., & Smith, S. (1997). Daytime television talk shows: guests, content and interactions. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 41*(3), 412-426. doi: https://doi.org/10.1080/08838159709364416

Haarman, L. (2001). Performing talk. In A. Tolson (Ed.), *Television talk shows: discourse, performance, spectacle* (pp. 31-64). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Harel, F. (1999). Análise estatística dos dados (N. Salgueiro, Trans.). In M.-F. Fortin (Ed.), *O processo de investigação: da concepção à realização* (pp. 269-304). Loures: Lusociência.

Hayashi, K., Kawachi, I., Ohira, T., Kondo, K., Shirai, K., & Kondo, N. (2016). Laughter is the best medicine? A cross-sectional study of cardiovascular disease among older japanese adults. *Journal of epidemiology, 26*(10), 546-552. doi: https://doi.org/10.2188/jea.JE20150196

Hennefeld, M. (2016). Death from laughter, female hysteria, and early cinema. *differences, 27*(3), 45-92. doi: https://doi.org/10.1215/10407391-3696631

Herzog, H. (1944). What do we really know about daytime serial listeners? In P. Lazarsfeld & F. Stanton (Eds.), *Radio Research (1942-1943)* (pp. 3-33). New York: Duell, Sloan and Pearce.

Hipona, A. d. (2012). *A verdadeira religião/De uera religione* (P. Silva & M. Ramos, Trans.). Porto: Edições Afrontamento.

Hipona, A. d. (2017). *A doutrina Cristã: manual de exegese e formação cristã* (N. Oliveira, Trans. Vol. 17). São Paulo: Paulus.

Hixson, D. (2000). Daytime talk shows. In T. Pendergast & S. Pendergast (Eds.), *St. James Encyclopedia of Popular Culture* (Vol. 1: A-D, pp. 667-670). Detroit: St. James Press.

Hoare, J. (2004). The best medicine. *Nursing Standard, 19*(16), 18-19. doi: https://doi.org/10.7748/ns.19.16.18.s28

Hochschild, A. R. (2012). *The managed heart: commercialization of human feeling*. Berkeley: University of California Press.

Hollingdale, R. J. (1999). *Nietzsche: the man and his philosophy (Revised Edition)*. Cambridge: Cambridge University Press.

Horácio. (1846). *Satyras e epistolas* (A. Seabra, Trans. Vol. I). Porto: Casa de Cruz Coutinho.

Hume, D. (2001). Das paixões (Livro II) (S. Fontes, Trans.). In J. Monteiro (Ed.), *Tratado da natureza humana* (pp. 327-526). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Hyatt, W. (1997). *The encyclopedia of daytime television*. New York: Billboard Books.

Illouz, E. (2003). *Oprah Winfrey and the glamour of misery: an essay on popular culture*. New York: Columbia University Press.

James, W. (1884). What is an emotion? *Mind, 9,* 188-205. Retirado de http://psychclassics.yorku.ca/James/emotion.htm

Kant, I. (1986). *Fundamentação da metafísica dos costumes* (P. Quintela, Trans.). Lisboa: Edições 70.

Kant, I. (2009). Resposta à pergunta: que é o Iluminismo? (1784) (3 Dez. 1783, p. 516) (A. Morão, Trans.). In *A paz perpétua e outros opúsculos*. Lisboa: Edições 70.

Kant, I. (2017). *Crítica da faculdade do juízo* (3.ª ed.). Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda.

Latour, B. (2016). *Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica* (C. d. Costa, Trans. 3.ª ed.). São Paulo: Editora 34.

LeDoux, J. (2000). *O cérebro emocional: as misteriosas estruturas da vida emocional* (F. Antunes, Trans.). Cascais: Pergaminho.

Liddell, H., & Scott, R. (2010). *An intermediate Greek-English lexicon* (7.ª ed.). Oxford: Benediction Classics.

Lins, A., Oliveira, M., & Santos, L. (2017). Figurações de corpo no espontâneo do fotojornalismo digital: a não-pose e a desfiguração. *Comunicação e Sociedade, 32*, 399-417. doi: https://doi.org/10.17231/comsoc.32(2017).2769

Lipovetsky, G. (2007). *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo* (M. Machado, Trans.). São Paulo: Companhia das Letras.

Lipovetsky, G. (2014). *A era do vazio* (M. Pereira & A. Faria, Trans.). Lisboa: Edições 70.

Lopes, F. (1999, março). *Serviço Público de Televisão: a crise, a identidade e os desafios*. Comunicação apresentada no I Congresso das Ciências da Comunicação, Lisboa.

Lopes, F. (2000). Estratégias e rumos no panorama do audiovisual português. In M. Pinto (Ed.), *A comunicação e os media em Portugal (1995-1999): cronologia e leituras de tendências* (pp. 77-97). Braga: Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho.

Lopes, F. (2005). Os conteúdos do serviço público de televisão: pistas para a elaboração de uma grelha de programação. In M. Pinto (Ed.), *Televisão e cidadania: contributos para o debate sobre o serviço público* (2.ª ed., pp. 81-114). Porto: Campo das Letras.

Lopes, F. (2008). Da pós-neotelevisão: a reconfiguração do prime-time nos canais generalistas portugueses. In M. Pinto & S. Marinho (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*, 7-27. doi: https://doi.org/10.17231/comsoc.15(2009).1042

Lopes, F., & Vieira, P. (2011). Quando a TV ignora a regulação. *Comunicação e Sociedade, 19*, 337-354. doi: https://doi.org/10.17231/comsoc.19(2011).915

Lopes, F., Vieira, P., & Loureiro, L. (2011). A TV do Mundial. *Observatorio (OBS*) Journal, 5*(2), 23-39. doi: https://doi.org/10.15847/obsOBS522011485

Lopes, S. (2012). *«Duas horas vivas numa TV morta»: Zip-Zip, Música e Televisão no preâmbulo da democracia em Portugal.* Dissertação de Mestrado, Universidade Nova, Lisboa, Portugal. Retirado de https://www.researchgate.net/publication/277239457_Duas_horas_vivas_numa_TV_morta_Zip-Zip_Musica_e_Televisao_no_preambulo_da_democracia_em_Portugal

Lourenço, E. (2006). À sombra de Nietzsche. In C. d. Sousa & J. d. Lima (Eds.), *Heterodoxias* (Vol. 1). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Lourenço, E. (2011). Da filosofia e da sua relação com a ideologia. In J. d. Lima (Ed.), *Heterodoxias* (Vol. 1, pp. 487-489). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Lourenço, F. (2017). *A produção de conteúdos informativos em programas de entretenimento: o caso de um programa de daytime da televisão portuguesa.* Dissertação de Mestrado, Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, Portugal. Retirado de https://repositorio.ucp.pt/handle/10400.14/22789

Ludovici, A. M. (1932). *The secret of laughter*. London: Constable & Co Ltd [ebook]. Retirado de http://www.anthonymludovici.com/sl_pre.htm

Machado, A. (2011). Fim da televisão? *Revista FAMECOS, 18*(1), 86-97. doi: http://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2011.1.8799

Maffesoli, M. (1995). *A contemplação do mundo* (F. Settineri, Trans.). Porto Alegre: Artes e Ofícios.

Maffesoli, M. (1998). *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa* (M. Menezes, Trans. 2.ª ed.). Rio de Janeiro: Forense Universitára.

Maffesoli, M. (2001). *O eterno instante: o retorno do trágico nas sociedades pós-modernas* (M. Figueiredo, Trans.). Lisboa: Instituto Piaget.

Maffesoli, M. (2014). *Homo eroticus: comunhões emocionais* (A. Chiquieri, Trans.). Rio de Janeiro: Forense.

Magalhães, F. (2009). *A psicologia do sorriso humano* (2.ª ed.). Porto: Universidade Fernando Pessoa.

Magno, G. (2014). *Regra Pastoral* (S. Pascoalato, Trans. Vol. 28). São Paulo: Paulus.

Manga, J. (2003). *Talking trash: the cultural politics of daytime TV talk shows*. New York: New York University Press.

Marcuse, H. (1973). *A ideologia da sociedade industrial: o homem unidimensional* (G. Rebuá, Trans. 4.ª ed.). Rio de Janeiro: Zahar Editores.

Marrucchi, G., & Belcari, R. (2006). *A grande história da arte: Impressionismo* (Linguagest, Trans.). Lisboa: Público.

Martin, J. (2012). *Deus ri – alegria, humor e riso na vida espiritual* (J. Lima, Trans.). Lisboa: Sinais de Fogo.

Martins, M. (2005). Por uma democracia a vir. A televisão de serviço público e a sociedade civil. In M. Pinto (Ed.), *Televisão e cidadania: contributos para o debate sobre o serviço público* (2.ª ed., pp. 7-10). Porto: Campo das Letras.

Martins, M. (2011). *Crise no castelo da cultura. Das estrelas para os ecrãs*. Coimbra: Grácio Editor.

McGuire, M. R. P. (2003). Pagan. In T. Carson & J. Cerrito (Eds.), *New Catholic Encyclopedia* (Second ed., Vol. 10 (Mos-Pat), pp. 752). Washington, D.C.: Thomson Gale.

McQuail, D. (2003). *Teoria da comunicação de massas* (C. Jesus, Trans.). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

McQuail, D., & Windahl, S. (2003). *Modelos de comunicação: para o estudo da comunicação de massas* (F. Cascais, Trans.). Lisboa: Editorial Notícias.

Mead, M. (1979). Primitive peoples. Do very primitive societies have humor? What forms does it take? (March 1963). In R. Metraux (Ed.), *Margaret Mead – Some personal views*. New York: Walker Publishing Company.

Meneses, E. (2014). Melancolia como dimensão espacial da modernidade? *Anamorfose – Revista de estudos modernos, 2(1),* 119-125. Retirado de http://www.anamorfose.ridem.net/index.php/anamorfose/article/view/24/19

Miller, M., & Fry, W. F. (2009). The effect of mirthful laughter on the human cardiovascular system. *Medical hypotheses, 73*(5), 636-639. doi: https://doi.org/10.1016/j.mehy.2009.02.044

Miller, T. (2009). A televisão acabou, a televisão virou coisa do passado, a televisão já era (V. Purper, Trans.). In J. F. Filho (Ed.), *A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo* (pp. 9-25). Porto Alegre: Sulina [ebook]. Retirado de

https://media.tobymiller.org/images/espanol/A%20TV%20em%20trans%20NOTAS%20AJUSTADAS.pdf

Minois, G. (2003a). A diabolização do riso na alta idade média: jesus nunca riu (M. Assumpção, Trans.). In *História do riso e do escárnio* (pp. 111-154). São Paulo: Editora Unesp.

Minois, G. (2003b). A gargalhada ensurdecedora da renascença: o mundo rabelaisiano e suas ambigüidades (M. Assumpção, Trans.). In *História do riso e do escárnio* (pp. 271-316). São Paulo: Editora Unesp.

Mittell, J. (2004). *Genre and television: from cop shows to cartoons in American culture*. New York: Routledge.

Morazzo, L. (1975). Televisão. In *Enciclopedia Luso Brasileira Da Cultura* (1.ª ed., Vol. 17 (Sfax-Travancore), pp. 1232-1239). Lisboa: Verbo.

Moreira, S. V. (2005). Análise documental como método e como técnica. In J. Duarte & A. Barros (Eds.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação* (pp. 269-279). São Paulo: Editora Atlas.

Murphy, F. X. (2003a). Passio. In T. Carson & J. Cerrito (Eds.), *New Catholic Encyclopedia* (Second ed., Vol. 10 (Mos-Pat), pp. 919). Washington, D.C.: Thomson Gale.

Murphy, F. X. (2003b). Patristic Theology. In T. Carson & J. Cerrito (Eds.), *New Catholic Encyclopedia* (Second ed., Vol. 10 (Mos-Pat), pp. 964-969). Washington, D.C.: Thomson Gale.

Nabi, R., & Hendriks, A. (2003). The persuasive effect of host and audience reaction shots in television talk shows. *Journal of Communication, 53*(3), 527-543. doi: https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2003.tb02606.x

Nascimento, A. (2015). O riso do homem medieval. In E. Esteves, I. Dias, & M. Reffóios (Eds.), *O Riso. Teorizações, leituras, realizações* (pp. 13-43). Casal de Cambra: Caleidoscópio.

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.* Tese de Doutoramento, Universidade do Porto, Porto, Portugal. Retirado de https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/90621

Nietzsche, F. (1996). *Humano, demasiado humano – um livro para espíritos livres* (P. Castro, Trans.). Lisboa: Círculo de Leitores.

Nietzsche, F. (1999). Crepúsculo dos ídolos, ou como filosofar com o martelo (1888) (R. Filho, Trans.). In G. Lebrun & A. Cândido (Eds.), *Friedrich Nietzsche – Obras incompletas* (pp. 371-389). São Paulo: Nova Cultural.

Nietzsche, F. (2000). *A gaia ciência* (A. Margarido, Trans. 6.ª ed.). Lisboa: Guimarães Editores.

Nietzsche, F. (2004). *Assim falava Zaratustra: livro para todos e para ninguém* (A. Margarido, Trans. 13.ª ed.). Lisboa: Guimarães Editores.

Nosanchuk, T. A., & Lightstone, J. (1974). Canned laughter and public and private conformity. *Journal of Personality and Social Psychology, 29*(1), 153-156. doi: https://doi.org/10.1037/h0035737

Núrsia, B. d. (1992). *A regra de São Bento (latim/português)* (J. E. Enout, Trans. 2.ª ed.). Rio de Janeiro: Lumen Christi.

Pardal, L., & Lopes, E. (2011). *Métodos e técnicas de investigação social*. Porto: Areal.

Parkin, M. (2014). *Talk show campaigns: presidential candidates on daytime and late night television*. New York: Routledge [ebook]. Retirado de https://books.google.pt/books?id=IG_MAgAAQBAJ&pg=PA1&hl=pt-PT&source=gbs_toc_r&cad=3#v=onepage&q&f=false

Parrent, J. (2003). Talk shows, radio and television. In S. Kutler (Ed.), *Dictionary of american history* (Third Edition ed., Vol. 8 (Subversion to Zuni), pp. 44-45). New York: Thomson Gale.

Paul, J. (1804). Untersuchung des Lächerlichen. In Zeno.org (Ed.), *Vorschule der Ästhetik*. Heidelberg: Erstdruck. [ebook] Retirado de http://www.zeno.org/Literatur/M/Jean+Paul/Schriften/Vorschule+der+%C3%84sthetik/Erste+Abteilung/6.+Programm.+%C3%9Cber+das+L%C3%A4cherliche/%C2%A7+28.+Untersuchung+des+L%C3%A4cherlichen

Peck, J. (2010). The secret of her success: Oprah Winfrey and the seductions of self-transformation. *Journal of Communication Inquiry, 34*(1), 7-14. doi: https://doi.org/10.1177/0196859909351145

Pereira, J. S. (2016). *Política e entretenimento*. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos.

Pessoa, F. (1990). Os americanos tratam tudo a brincar, porque tratam tudo a sério. In T. Lopes (Ed.), *Pessoa por Conhecer – Textos para um Novo Mapa* (pp. 164). Retrieved from http://arquivopessoa.net/textos/433

Peters, F. (1967). *Greek philosophical terms: a historical lexicon*. New York: New York University Press.

Pinto, M. (2000). *A televisão no quotidiano das crianças*. Porto: Edições Afrontamento.

Pinto, M. (2005a). Pensar e projectar o serviço público com a participação do público. In M. Pinto (Ed.), *Televisão e cidadania: contributos para o debate sobre o serviço público* (2.ª ed., pp. 41-59). Porto: Campo das Letras.

Pinto, M. (2005b). Serviço público – uma perspectiva. In M. Pinto (Ed.), *Televisão e cidadania: contributos para o debate sobre o serviço público* (2.ª ed., pp. 11-21). Porto: Campo das Letras.

Pinto, M. (2005c). A televisão e a família: cruzamento de dois campos movediços. *Comunicar, 24*, 59-67. doi: https://doi.org/10.3916/C24-2005-10

Platão. (1980). Apologia de Sócrates (C. A. Nunes, Trans.). In *Diálogos: Apologia de Sócrates - Critão - Menão - Hípias Maior e outros* (Vol. I-II, pp. 41-73). Pará: Universidade Federal do Pará.

Platão. (1981). *Fedro* (P. Gomes, Trans. 2.ª ed.). Lisboa: Guimarães Editores.

Platão. (1999a). Filebo (M. d. Bragança, Trans.). In F. d. Castro (Ed.), *Diálogos IV: Sofista - Político - Filebo - Timeu - Crítias* (2.ª ed., pp. 177-235). Mem Martins: Publicações Europa-América.

Platão. (1999b). O Sofista (M. d. Bragança, Trans.). In F. d. Castro (Ed.), *Diálogos IV: Sofista - Político - Filebo - Timeu - Crítias* (2.ª ed., pp. 36-96). Mem Martins: Publicações Europa-América.

Platão. (2008). *Ménon* (E. Gomes, Trans.). Lisboa: Edições Colibri.

Platão. (2017). *A República* (M. Pereira, Trans. 15.ª ed.). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Popper, K. (1999). Uma lei para a televisão (M. Carvalho, Trans.). In G. Bosetti & J. Baudouin (Eds.), *Televisão: um perigo para a democracia* (2.ª ed., pp. 15-31). Lisboa: Gradiva.

Postman, N. (2006). *Amusing ourselves to death: public discourse in the age of show business*. New York: Penguin Books.

Price, A. (2010). Emotions in Plato and Aristotle. In P. Goldie (Ed.), *The Oxford Handbook of Philosophy of Emotion* (pp. 121-142). Oxford: Oxford University Press.

Propp, V. (1992). *Comicidade e riso* (A. Bernardini & H. d. Andrade, Trans.). São Paulo: Editora Ática.

Provine, R. (2001). *Laughter: a scientific investigation*. New York: Penguin Books.

Provine, R. (2012). Laughing. In *Curious behavior: yawning, laughing, hiccupping, and beyond* (pp. 39-64). Cambridge: Harvard University Press.

Queiroz, E. d. (2008). A Joaquim de Araújo. In A. C. Matos (Ed.), *Eça de Queiroz – Correspondência* (Vol. 1, pp. 165-180). Lisboa: Caminho.

Resnick, I. (1987). 'Risus monasticus'. Laughter and medieval monastic culture. *Revue Bénédictine, 97*(1-2), 90-100. doi: https://doi.org/10.1484/J.RB.4.01173

Rössler, P., & Brosius, H.-B. (2001). Do talk shows cultivate adolescents' views of the world? A prolonged-exposure experiment. *Journal of Communication, 51*(1), 143-163. doi: https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2001.tb02876.x

RTP. (1969). *Anuário RTP 1969*. Lisboa: RTP.

RTP. (1990). *Anuário RTP 1990*. Lisboa: RTP.

Rubin, A., Haridakis, P., & Eyal, K. (2003). Viewer aggression and attraction to television talk shows. *Media Psychology, 5*(4), 331-362. doi: https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0504_02

Rubin, A., & Step, M. (1997). Viewing television talk shows. *Communication Research Reports, 14*(1), 106-115. doi: https://doi.org/10.1080/08824099709388651

Russell, B. (2017). *História da filosofia ocidental* (V. d. Almeida, Trans.). Lisboa: Relógio D'Água.

Sá, A., Pereira, L., Santos, L. A., Portela, P., & Marinho, S. (Eds.). (2013). *+112i - Dicas para investigar em Ciências Sociais e Humanas*. Vila Nova de Famalicão: Húmus.

Sacks, M. (2010, 20 de julho). Canned laughter: Ben Glenn II, television historian [interview]. *The Paris Review*. Retirado de https://www.theparisreview.org/blog/2010/07/20/canned-laughter-ben-glenn-ii-television-historian/

Saint-Exupéry, A. d. (2008). *O principezinho* (J. M. Varela, Trans. 29.ª ed.). Barcarena: Editorial Presença.

Santos, R. d., & Rossetti, R. (Eds.). (2012). *Humor e riso na cultura midiática: variações e permanências*. São Paulo: Paulinas.

Schopenhauer, A. (2005). *O Mundo como vontade e como representação* (J. Barboza, Trans. Vol. 1.º tomo). São Paulo: Editora Unesp [ebook]. Retirado de https://books.google.pt/books?redir_esc=y&hl=pt-BR&id=tVTHZt0guKIC&q=uma+subsun%C3%A7%C3%A3o+paradoxal#v=snippet&q=uma%20subsun%C3%A7%C3%A3o%20paradoxal&f=false

Scolari, C. A. (2008). Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo. *Diálogos de la comunicación(77)*. Retirado de http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2015/77/77-revista-dialogos-hacia-la-hipertelevision.pdf

Silva, A. S., & Pinto, J. M. (1999). Uma visão global sobre as Ciências Sociais. In A. S. Silva & J. M. Pinto (Eds.), *Metodologia das Ciências Sociais* (10.ª ed., pp. 9-27). Porto: Edições Afrontamento.

Singer, L. P., & Leite, L. A. (2003). Jesus Christ, Iconography of. In T. Carson & J. Cerrito (Eds.), *New Catholic Encyclopedia* (Second ed., Vol. 7 (Hol-Jub), pp. 853-861). Washington, D.C.: Thomson Gale.

Smith, J. (2005). The frenzy of the audible: pleasure, authenticity, and recorded laughter. *Television & New Media, 6*(1), 23-47. doi: https://doi.org/10.1177/1527476404268114

Sousa, H. (1999). Serviço público, televisão comercial e a implementação da lei: alguns elementos para o debate. *Comunicação e Sociedade, 1*, 121-130. doi: https://doi.org/10.17231/comsoc.1(1999).1441

Sousa, H., & Santos, L. A. (2005). RTP e serviço público: um percurso de inultrapassável dependência e contradição. In M. Pinto (Ed.), *Televisão e cidadania: contributos para o debate sobre o serviço público* (2.ª ed., pp. 61-80). Porto: Campo das Letras.

Spencer, H. (2018a). On the origin and function of music. In *Essays on education and kindred subjects* (pp. 274-292). Middletown: The Best Books Publishing.

Spencer, H. (2018b). On the physiology of laughter. In *Essays on education and kindred subjects* (pp. 264-274). Middletown: The Best Books Publishing.

Squire, C. (1994). Empowering women? The Oprah Winfrey Show. *Feminism & Psychology, 4*(1), 63-79. doi: https://doi.org/10.1177/0959353594041004

Stockwell, S. (2004, setembro/outubro). *Reconsidering the fourth estate: the functions of infotainment*. Comunicação apresentada na APSA (Australian Political Studies Association) Conference, Adelaide.

Stole, I. (2003). Televised consumption: women, advertisers and the early daytime television industry. *Consumption Markets & Culture, 6*(1), 65-80. doi: https://doi.org/10.1080/10253860302700

Strean, W. B. (2009). Laughter prescription. *Canadian family physician / Le médecin de famille canadien, 55(10),* 965-967. Retirado de https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2762283/

Subtil, F. (2014). A abordagem cultural da comunicação de James W. Carey. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, 37*(1), 19-44. doi: http://dx.doi.org/10.1590/S1809-58442014000100002

Taciano. (1995). Discurso contra os gregos (I. Storniolo & E. Balancin, Trans.). In M. Quinta (Ed.), *Padres Apologistas: carta a Diogneto; Aristides de Atenas; Taciano, o Sírio; Atenágoras de Atenas; Teófilo de Antioquia; Hermias, o filósofo* (Vol. 2, pp. 65-109). São Paulo: Paulus.

Teves, V. H. (2007a). Anos 00. Entretanto... muita determinação na conquista de objectivos. In *RTP: 50 anos de história* (pp. 1-27): RTP [ebook]. Retirado de https://museu.rtp.pt/livro/50Anos/Livro/DecadaDe00/EntretantomuitaDeterminacaoNaConquistaDeObjectivos/Pag1/default.htm

Teves, V. H. (2007b). Anos 60. Do 2.º Programa à Lua e ao "Zip-Zip". In *RTP: 50 anos de história* (pp. 1-26): RTP [ebook]. Retirado de https://museu.rtp.pt/livro/50Anos/Livro/DecadaDe60/Do2ProgramaALuaEAo/Pag1/default.htm

Teves, V. H. (2007c). Anos 60. No reino do "Directo". In *RTP: 50 anos de história* (pp. 1-22): RTP [ebook]. Retirado de https://museu.rtp.pt/livro/50Anos/Livro/DecadaDe60/NoReinoDo/default.htm

Teves, V. H. (2007d). Anos 80. Grandes acontecimentos na informação e no desporto. In *RTP: 50 anos de história* (pp. 1-13): RTP [ebook]. Retirado de https://museu.rtp.pt/livro/50Anos/Livro/DecadaDe80/GrandesAcontecimentosNaInformacaoENoDesporto/Pag1/default.htm.

Teves, V. H. (2007e). Anos 80. Grandes projectos, novos desafios. In *RTP: 50 anos de história* (pp. 1-20): RTP [ebook]. Retirado de https://museu.rtp.pt/livro/50Anos/Livro/DecadaDe80/GrandesProjectosNovosDesafios/Pag1/default.htm

Teves, V. H. (2007f). Anos 80. Produção Nacional, uma aposta ganha. In *RTP: 50 anos de história* (pp. 1-23): RTP [ebook]. Retirado de https://museu.rtp.pt/livro/50Anos/Livro/DecadaDe80/ProducaoNacionalUmaApostaGanha/default.htm

Teves, V. H. (2007g). Anos 90. Entre a mudança e a reestruturação. In *RTP: 50 anos de história* (pp. 1-26): RTP [ebook]. Retirado de https://museu.rtp.pt/livro/50Anos/Livro/DecadaDe90/EntreAMudancaEAReestruturacao/Pag1/default.htm

Timberg, B. (2002). *Television talk: a history of the TV talk show*. Austin: University of Texas Press.

Torres, E. C. (2011). *A televisão e o serviço público*. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos.

Trevisan, A. (2003). *O rosto de cristo: a formação do imaginário e da arte cristã* (2.ª ed.). Porto Alegre: AGE Editora.

Vale, P. d. (2013). Os amigos do noivo. O riso na tradição judaico-cristã. In N. Crespo (Ed.), *Prontuário do riso* (pp. 203-222). Lisboa: Edições Tinta-da-china.

Vasconcelos, A. (2003). *Serviço público, interesses privados: o que está em causa na polémica da RTP*. Lisboa: Oficina do Livro.

Verón, E. (2009). Os públicos entre produção e recepção: problemas para uma teoria do reconhecimento. *ECO-Pós, 12*(1), 11-26. doi: https://doi.org/10.29146/eco-pos.v12i1.965

Vicente, G. (2017). *Auto da barca do inferno*. Lisboa: Alêtheia.

Vieira, A. (1710). As lágrimas de Heráclito. In V. Deslandes (Ed.), *Sermoens, e varios discursos do Padre Antonio Vieyra da Companhia de Jefu, prègador de Sua Mageftade. Tomo XIV. Obra pofthuma.* (pp. 211-224). Lisboa: Impreffor de Sua Mageftade.

Webster, J., & Wakshlag, J. (1983). A theory of television program choice. *Communication Research, 10*(4), 430-446. doi: https://doi.org/10.1177/009365083010004002

White, R. A. (1994). Televisão como mito e ritual (1.ª parte). *Comunicação & Educação*(1), 47-55. doi: https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v0i1p47-55

Wilde, O. (2011). A Duquesa de Pádua (D. Goettems, Trans.). In F. Cyrino (Ed.), *Teatro completo* (Vol. 1, pp. 101-200). São Paulo: Editora Landmark.

Winiarczyk, M. (2016). *Diagoras of Melos: a contribution to the history of ancient atheism* (W. Zbirohowski-Kościa, Trans.). Berlin: De Gruyter.

Wolton, D. (1994). *Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão* (M. Goucha, Trans.). Porto: Edições Asa.

Wolton, D. (1999). *Pensar a comunicação* (V. Anastácio, Trans.). Lisboa: Difel.

Wolton, D. (2000). *E depois da internet? Para uma teoria crítica dos novos médias* (R. Branco, Trans.). Lisboa: Difel.