

UNIVERSIDADE DE LISBOA

FACULDADE DE LETRAS



Oprah Winfrey -

A arte de comunicar

Doutoramento no Ramo de Estudos de Literatura e de Cultura

Especialidade de Estudos Americanos

Marta Margarida Santos Dionísio de Azevedo

**Tese orientada pela Prof.^a Doutora Teresa Cid, especialmente elaborada para a
obtenção do grau de doutor no Ramo de Estudos de Literatura e de Cultura**

Especialidade de Estudos Americanos

2015

Agradecimentos

Nunca é fácil agradecer a tantos que, de uma forma ou de outra, contribuíram para a elaboração deste estudo, que me apoiaram nesta travessia de trovoadas e acalmias.

O meu primeiro e eterno agradecimento é dirigido à minha orientadora, Prof. Doutora Teresa Cid, sem a qual jamais teria conseguido chegar ao fim de mais esta viagem do mundo académico. Após vários anos de conhecimento e amizade, de trabalho incansável e disponibilidade a qualquer hora, foram, sem dúvida, as suas palavras de incentivo, ânimo, encorajamento e compreensão que nunca me deixaram desistir desta luta árdua, principalmente nos últimos meses.

Se o percurso académico e a investigação nem sempre são tarefas fáceis, há contudo quem ajude a torná-lo menos árduo; deixo aqui também o meu agradecimento aos professores que me marcaram pelo seu *know-how* e também pela sua partilha de conhecimentos e de incentivo, nomeadamente à Prof. Doutora Teresa Ferreira de Almeida Alves, ao Prof. Doutor Mário Jorge Torres, à Prof. Doutora Teresa Malafaia e à Prof. Doutora Luísa Flora. Com eles aprendi muito e deles recebi valiosas contribuições que conduziram ao presente estudo.

Quero também registar a preciosa ajuda nas conversas, entrevistas e troca de emails com o Dr. António Sacavém, com o Prof. Doutor Eduardo Cintra Torres e com a Prof. Doutora Maria João Silvestre, com os quais muito aprendi sobre os caminhos da comunicação não-verbal, comunicação em televisão e sociologia da comunicação.

Quanto a amigos e colegas, foram vários os que comigo se cruzaram, colaboraram, partilharam ideias e refletiram. Não posso assim deixar de expressar a minha gratidão à Carla Mota, à Hália Costa Santos, à Inês Câmara, ao Jorge Vargas, à Paula Correia, à Sandra Casaca, à Raquel Botelho, à Rubina Jassat e à Zélia Patrocínio.

Ao longo da vida, vamos ganhando referências e há duas que são indispensáveis para mim desde 1999, ano em que comecei a trabalhar na Escola Superior de Tecnologia de Abrantes do Instituto Politécnico de Tomar: Maria Romana, a minha segunda “mãe”, como a costumo tratar, que esteve sempre ao meu lado e que tanto me ensinou quer pessoal quer profissionalmente com a toda a sua sabedoria incomparável; Sofia Silva Mota, a minha companheira e amiga de muitas lutas travadas em conjunto, agora no cargo de Diretora da Escola Superior de Tecnologia de Abrantes, que tudo fez para que este meu sonho se concretizasse. Se as nossas vidas tiveram altos e baixos, nunca ninguém abandonou o barco, por muito difícil que parecesse o percurso em determinadas alturas. Sem elas tudo teria sido muito diferente!

Tenho também de agradecer a compreensão dos meus alunos, que neste semestre sofreram um bocadinho com a minha ausência e sujeitaram-se à minha disponibilidade para lhes dar aulas, que foi efetivamente muito reduzida, assim como a atenção que habitualmente lhes dedico, pois como lhes costumo dizer, eles são os meus segundos filhos.

Apesar de ser com tristeza dedico este meu esforço à minha amiga de vários anos que gostaria que estivesse nesta caminhada comigo, mas que por razões várias, não pode estar: Sandra Barata estarás sempre connosco e nos nossos corações por tudo o que vivemos na “nossa” ESTA.

Quase a terminar, não podia deixar de dedicar este meu estudo às minhas amigas de luta, Cláudia Pires da Silva e Susana Domingos. Foram horas, dias, semanas, meses a fio a trabalhar em conjunto a fim de concretizarmos este nosso objetivo. Foram muitos momentos de ansiedade, cansativos, de choro e de riso, durante dias e noites, mas com uma certeza: nunca desistir! Precisámos muitas vezes dos ombros, dos abraços e das palavras de carinho e conforto umas das outras pois foi uma travessia muito difícil! É por vocês!

Por fim, a minha última e principal dedicatória: aos meus pais, Mariazinha e Dionísio, e à minha irmã Sandra, que tudo fizeram para que este dia chegasse, apoiando-me incondicionalmente, nos momentos bons e maus mas sempre com a célebre frase: Tu vais conseguir! Apesar de dias menos bons, estiveram sempre lá para colmatar a minha ausência nomeadamente junto dos meus filhos. Sabem o quanto são importantes para mim! É também por vocês e pelo orgulho que tenho em vós!

Last but not least ... ao meu marido, João, que sempre acreditou em mim, nunca me deixou “cair” e esteve sempre ao meu lado. Por muitas trovoadas e tempestades, o nosso barco nunca vai afundar pois estamos cá um para outro. E aos maiores amores da minha vida, os meus filhos, João Pedro e Matilde. Desculpem-me a ausência destes últimos meses, desculpem-me a falta de paciência e de não poder ter estado sempre convosco. Mas estiveram como sempre estarão no meu coração. Acima de tudo e todos: Tudo isto é para e por vocês!

A todos vós, o meu muito obrigada!

Resumo

O presente estudo tem como objetivo inquirir sobre a importância de Oprah Winfrey nas suas variadas áreas de intervenção a nível da cultura dos E.U.A..

Por um lado, apresenta uma particularização de Oprah Winfrey como mulher e como afro-americana, incidindo aqui no campo do feminismo e da raça/etnicidade; por outro lado, discute-se Oprah como marca, criada por ela própria, e sublinhada pela relevância que o seu *talk show*, *The Oprah Winfrey Show*, transmitido durante vinte e cinco anos, teve no panorama da cultura e da história americanas e também fora do seu país.

Esta reflexão coloca várias questões e implica várias perspetivas de análise, relacionadas com o facto de o objeto de estudo ser um ícone cultural vivo, apresentando um olhar que, à distância da minha cultura portuguesa, se interroga sobre o fenómeno cultural e comunicativo que foi e é Oprah Winfrey, em boa parte, um símbolo dos E.U.A., essencialmente do final do século XX e estendendo-se até à atualidade.

Palavras-chave: Oprah Winfrey, *talk show*, *The Oprah Winfrey Show*, feminismo, raça/etnicidade

Abstract

This study aims to understand the importance of Oprah Winfrey in her several areas of intervention within American culture.

On one hand, there is a special consideration of Oprah Winfrey as a woman and as an African-American, focusing here mainly on issues of feminism and race/ethnicity; on the other hand, it discusses Oprah as a brand, created by herself and by the relevance that her talk show, *The Oprah Winfrey Show*, broadcast during twenty-five years, had on the culture and even history of the U.S.A and in other world geographies.

This study raises several issues and involves several perspectives of analysis, related to the fact that its object is a living cultural icon, presenting a point of view based on my Portuguese culture, and inquires on the cultural and communicative phenomenon that Oprah Winfrey was and is, as an American symbol of the late twentieth century extending into our own times.

Key-words: Oprah Winfrey, talk show, The Oprah Winfrey Show, feminism, race/ethnicity

Índice

Agradecimentos	i
Resumo	v
Abstract	vii
Notas introdutórias	1
CAPÍTULO 1 – ENQUADRAMENTO TEÓRICO E METODOLÓGICO	5
1.1 Delimitação do tema, objeto de estudo e objetivos	7
1.2 Enquadramento teórico	19
1.2.1 Breve abordagem às teorias da comunicação	21
1.2.2 Representação e representatividade	49
1.2.3 O <i>talk show</i> como género televisivo	63
CAPÍTULO 2 – OPRAH COMO (AFRO)AMERICANA	79
2.1 Uma vida ... Uma história ...	83
2.2 Raça e etnicidade em Oprah – Ícone cultural do <i>mainstream</i> americano	125
CAPÍTULO 3 – OPRAH E A SITUAÇÃO DA MULHER	165
3.1 Mulheres americanas – Uma luta, uma imagem, um sentimento	169
3.2 Feminismo e identidade	195
CAPÍTULO 4 – THE OPRAH WINFREY SHOW	203
4.1 A arte de comunicar	207
4.1.1 Oprah – Mais do que as palavras	215
4.2 The Oprah Winfrey Show	245
4.3 Análise de episódios do <i>The Oprah Winfrey Show</i>	273
4.3.1 <i>The Oprah Winfrey Show</i> – Robin Williams e Nathan Lane	275
4.3.2 <i>The Oprah Winfrey Show</i> – Tom Cruise	287
4.3.3 <i>The Oprah Winfrey Show</i> – <i>Losing Weight in the Public Eye</i>	299
4.3.4 <i>The Oprah Winfrey Show</i> – <i>Do you believe in miracles?</i>	311
4.3.5 <i>The Oprah Winfrey Show</i> – <i>The Vegan Challenge</i>	321
4.3.6 <i>The Oprah Winfrey Show</i> – Clayton Moss	333
Considerações finais	357
Bibliografia	375
Webgrafia	417
Filmografia	419

We live in a visual world. We are surrounded by increasingly sophisticated visual images. But unless we are taught how to read them, we run the risk of remaining visually illiterate. [...]
We learn how to read as well as write. Things are much less straightforward in the visual world. Often, we are left on our own when it comes to figuring out what a visual image means.

Richard Howells

Notas introdutórias

A presente dissertação enquadra-se no ramo de conhecimento dos Estudos de Literatura e Cultura na especialidade de Estudos Americanos. Tem como objeto de estudo a figura de Oprah Winfrey que será abordada nas suas múltiplas vertentes quer culturais quer comunicativas.

Oprah Winfrey, uma das mulheres mais poderosas no mundo do entretenimento, construiu um império cujos alicerces assentam, em grande parte, numa capacidade única de se relacionar com o seu público, de conseguir a adesão deste e, decorrentemente, o influenciar. Oprah, um nome próprio, deixou de ser somente um nome e tornou-se quase uma instituição e indústria cultural, uma marca com valor económico praticamente em qualquer parte do mundo. Trata-se de uma mulher afro-americana que triunfou sobre todas as adversidades da vida e alcançou o sucesso através de um processo de constante atualização nas várias áreas de atividade que para si elegera; descortina-se no seu percurso uma trajetória de vida que Oprah Winfrey configurou como modelo que disseminou por entre o público do seu *talk-show*, *The Oprah Winfrey Show*. Através deste meio de comunicação, tornou-se numa autoridade cultural, transpondo para a esfera pública o campo do privado e vindo a alcançar inclusivamente o estatuto de amiga dos seus telespectadores.

Oprah Winfrey criou aquilo que é considerado uma forma própria de espiritualidade cultural, baseada numa afirmação de transparência e honestidade, a qual surge como refletindo a sua experiência pessoal do passado, estando igualmente ligada à realidade contemporânea. Desta forma, foi criando o seu próprio público, criando simultaneamente um espaço próprio para que os seus telespectadores pudessem desenvolver as suas potencialidades, tendo sempre

como referência os valores que ela própria defende e assume publicamente. Tendo o seu *talk-show* tido uma audiência¹ etnicamente diversificada, Oprah Winfrey conseguiu estabelecer uma espécie de contrato social no qual assumia obrigações para com os seus telespectadores, numa relação que se quis de confiança e de responsabilidade pública.

Esta *persona* mediática, tendo sido até há bem pouco tempo uma das personalidades mais influentes do mundo americano e com repercussões em muitos outros espaços além dele, foi ao longo dos tempos aplaudida e acarinhada assim como criticada e injuriada. Deste modo, a presente tese propõe-se realizar uma análise do fenómeno cultural que Oprah Winfrey foi, enquanto figura de grande amplitude de atuação e controvérsia cultural, à luz de enquadramentos teóricos ligados às ciências da comunicação e à história cultural que permitam perceber e indagar sobre a forma como interage com todo um universo diversificado de pessoas que constituem a sua audiência – atualmente já não no *talk show*, mas no programa que ainda mantem. Serão abordadas questões de raça, género, ou perfil comunicativo bem como de perfil de audiência. Será ainda abordada a questão da sua influência ao longo dos vários anos em que foi um ícone da televisão americana e os modos como conseguiu mantê-la e como incutiu no seu público o desejo de consumo de vários produtos que eram usados sem que a razão para o fazer fosse sequer questionada.

O presente estudo organizar-se-á em quatro capítulos principais: o primeiro capítulo pretende enquadrar o objeto de estudo através da reflexão sobre as teorias da comunicação,

¹ Cabe aqui um esclarecimento sobre o uso do termo *audiência*. Ainda que em português o seu significado tradicional se reporte a “1. Ato de ouvir ou dar atenção a quem fala; 2. Receção dada por uma autoridade às pessoas que pretendem falar-lhe”, já no caso dos meios de comunicação como a rádio ou a televisão se reporta ao “conjunto de pessoas que, num dado momento, assistem a um programa de televisão ou ouvem uma emissão radiofónica” (in *Dicionário da Língua Portuguesa com Acordo Ortográfico*: Porto Editora, 2003-2015. [consult. 2015-04-03]. Disponível na Internet: <http://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/audiencia>) e, por extensão, ao conjunto das pessoas que, ao longo do tempo, foram ouvindo ou assistindo a emissões desses órgãos de comunicação. Ainda que este uso possa ser pensado como anglicismo, a verdade é que a raiz etimológica do termo, ligada ao ato de ouvir com atenção, justifica o acolhimento em português desta vertente semântica. Assim, este termo será usado ao longo do trabalho a par de um outro, o termo *público*.

representação e representatividade assim como o conceito de *talk show* como género televisivo; o segundo almeja caracterizar a figura humana e a *persona* que é Oprah Winfrey em articulação com a questão da sua circunstância de afro-americana; seguir-se-á, no segundo, a análise da questão de género (*gender*), especificamente do tipo de feminismo defendido e aclamado por Oprah, interrogando-se até que ponto esta será ou não uma questão relevante na determinação do seu público-alvo; por último, no terceiro capítulo, será analisado o formato televisivo do *talk-show The Oprah Winfrey Show*, por recurso à análise de seis sessões, tentando desta forma compreender a influência que este programa exercia no seu público, assim como o tipo de ideologias aí disseminadas e de causas nele assumidas.

Esta estrutura organizativa visa permitir uma discussão, que se deseja devidamente enquadrada, desta figura mediática tão marcante num tempo de grandes mudanças na sociedade dos E.U.A., e fora dela por via da presença dos produtos culturais americanos em todo o mundo, num tempo de enorme desenvolvimento de tecnologias da comunicação. O reconhecimento da sua condição particular em termos culturais é recorrente e surge, aliás, bem expresso por Nelson, quando afirma o seguinte: “Oprah has been formed an American icon [...] Her physical image is unique, marketable, memorable. (2005, p. 6)

É sobre este ícone chamado Oprah Winfrey que as páginas seguintes se debruçarão.

CAPÍTULO 1 –
ENQUADRAMENTO TEÓRICO E
METODOLÓGICO

1.1 Delimitação do tema, objeto de estudo e objetivos

A presente tese tem como objeto central, conforme já referido, a análise de Oprah Winfrey como fenómeno mediático americano com ramificações que vão muito além do universo do país onde nasceu e se afirmou. Tal como Harris e Watson referem:

To speak of Oprah Winfrey is to speak in superlatives. She's the richest this, the most powerful that; the first this, the greatest influence on that. What Caesar was to geography, it would seem, Winfrey is to turn-of-the-twenty-first-century culture. Commentators refer to the 'Oprahfication' of America much like historians refer to the Hellenization of Europe and Asia under Alexander. Winfrey positioned herself at the head of a vast cultural empire and then convinced everybody to confirm that she'd done so. A discussion of Oprah Winfrey nearly always begins with hyperbole. (2007, p. vii)

Esta é pois uma das problemáticas centrais da presente investigação, em que, devido à sua amplitude, optei por apresentar uma visão necessariamente seletiva deste fenómeno que se tornou um marco da última década do século XX e do início do século XXI, a meu ver em boa parte devido a aspetos que se me afiguram muito relevantes: o facto de se estar perante uma personalidade que é uma mulher e o facto de esta mulher ser afro-americana.

Quanto à questão do seu posicionamento no que respeita a género, Rexroat considera que Oprah Winfrey não é uma feminista que se identifique como tal publicamente; no entanto, esta autora acaba por afirmar que essa condição não pode deixar de lhe ser reconhecida, citando para tal Misciagno: "She is the nation's foremost de facto feminist." (1997, p. 19) Este modo de ser feminista exprime efetivamente aquilo que o meu estudo também discutirá – não se é feminista somente de nome; defende-se o direito à igualdade por parte da mulher através dos atos, e foi isto que Oprah Winfrey fez. Kitty Kelley acrescenta ainda o seguinte relativamente à atitude desta figura face à sua condição de mulher afro-americana: "Oprah identified herself as a woman first and then as a black woman, but certainly not as a black spokeswoman." (2010, p. 115) Apesar de Oprah Winfrey saber a força que a imagem de uma

mulher afro-americana reconhecida pelo seu mérito pessoal e profissional possa ter, em especial no tempo histórico concreto em que desenvolveu o seu *talk show*, não fez desta condição o motor da sua atuação, preferindo eleger para tal os princípios morais e a vontade de vencer no mundo dos média, numa sociedade onde o impacto cultural é muito marcante. Estes são alguns dos aspetos que irão ser problematizados mais adiante.

Será inevitável abordar, ainda, a sua forma única de apresentar um *talk show*, a qual se diferenciou de tudo o que até então fora feito em televisão. Oprah Winfrey distanciou-se rapidamente do seu rival da altura (meados dos anos oitenta), Phil Donahue, pelo seu perfil intimista e afetuoso, que rapidamente conquistou um público, na sua maioria composto por mulheres, que a viam como uma amiga e confidente. O seu *talk show* apresentava-se como o espelhar daquilo que as pessoas viviam, dos seus problemas e das suas angústias, das suas alegrias e da sua necessidade de entretenimento. Ao partilhar as suas experiências, Winfrey demonstrava aos seus telespectadores que era uma mulher como qualquer outra, sem qualquer tipo de pudor em partilhar vivências, boas ou más. Ela tornou-se assim aquilo a que talvez se possa chamar um ícone biográfico da televisão americana, no sentido em que tornou a sua biografia em algo que assumiu a condição de ícone, como de certo modo assinalado por Illouz e John:

She is someone that we know not for her beauty or her acting talent but for the way she has staged her own personal life. Her life story is of particular interest for two reasons: First, it was one of the central factors that made *The Oprah Winfrey Show* so different from other talk shows – it abolished the distance between a presumably distant host and an overexposed guest. Second, through the public exposition of her most private secrets, Winfrey constructed a persona who has no precedent in American culture at large. (2007, p. 90)

O percurso pessoal de Oprah Winfrey está intimamente ligado ao percurso profissional desta “Mulher do Novo Século”, tal como foi apelidada pela revista *Newsweek* (Clemetson, 2001)

que chegou a assumir o estatuto de individualidade definidora de uma época – veja-se o que escreve Clemetson ao referir que, no dealbar do século XXI, estávamos na “Era Oprah”. Note-se que também ela teve de se adaptar ao seu novo estatuto tal como assinalado por Avins: “No longer labeled a mere talk-show host, Winfrey has been proclaimed a ‘prophet’, an ‘inspirational phenomenon’”. (2000, p. 3)

No entanto, toda esta transformação se deu de uma forma que se apresentou como natural, pois os americanos necessitavam de algo que pudesse compensar o desalento com as suas próprias vidas e Oprah Winfrey deu-lhes isso mesmo, através da caixa mágica que todos os dias os acompanhava:

During an era when people’s actual power over the material condition of our lives has declined while the power of capital has expanded exponentially, Oprah Winfrey has ascended to the position of cultural icon of mainstream America by telling us we can do anything we put our minds to. (Peck, 2009, p. 12)

A sua popularidade viria mais tarde a sofrer um abalo aquando do término do seu *talk show* que ocupara a posição cimeira de audiências durante praticamente vinte e cinco anos. Foi em maio de 2011 que Oprah Winfrey decidiu terminar o formato que a transformou na *Queen of Talk*, num guru espiritual, numa *opinion maker* de enorme influência.

No âmbito deste trabalho, afigura-se-me pertinente colocar algumas questões sobre as quais pensar e refletir ao longo do mesmo e que passo a enunciar:

- Como é que uma mulher afro-americana com um passado tão conturbado como o de Oprah Winfrey se torna numa das pessoas mais influentes dos E.U.A. e até além-fronteiras americanas?
- Como é que uma mulher afro-americana consegue efetivamente vencer numa sociedade dominada por homens brancos?

- O que é que tornava Oprah Winfrey diferente de qualquer outro apresentador de televisão?
- Como é que um *talk show* como *The Oprah Winfrey Show* conseguiu manter-se no topo de audiências durante praticamente vinte e cinco anos?
- Dada a quebra na popularidade de Oprah Winfrey após o término do seu *talk show*, quais as causas para este acontecimento? Quais as razões para a sua legião de seguidores não a ter acompanhado na transição para a *OWN*?

Sobre todas estas questões, sobre a pessoa de Oprah Winfrey, sobre o apelidado *The Oprah Effect* ou *The Oprah Phenomenon* e em última instância *The Oprahfication of America* muito se tem escrito e discutido, havendo obviamente opiniões diferentes, consoante as várias perspectivas apresentadas. É, de facto, um assunto complexo pela sua grande extensão e por eu me propor abordar um ícone cultural vivo que também esteve presente na minha vida por um tempo longo, o qual conseguiu uma quantidade interminável de realizações no campo dos média e não só. Torna-se assim impossível conseguir no escopo da análise presente englobar tudo o que a Oprah Winfrey diga respeito, facto que obriga necessariamente a fazer escolhas.

Como ponto de partida para a delimitação deste tema, situa-se um fator de ordem pessoal: o estudo apresentará necessariamente uma visão particular, não-americana (o que não significa que não concorde com muito do que nos E.U.A. foi dito e escrito sobre esta figura) e fruto de um interesse continuado e de uma apreciação não totalmente descomprometida, ainda que à distância da minha cultura portuguesa, sobre este fenómeno cultural e comunicativo que foi e, agora em menor escala, ainda é Oprah Winfrey. Referir-me-ei, naturalmente, a um período da história americana, no qual a figura de Oprah Winfrey é incontornável – neste momento ela já faz parte da história dos E.U.A. – o período que vai de finais do século XX até aos nossos dias. Independentemente das abordagens e das análises sobre a época em questão que possam ser desenvolvidas, é indiscutível a importância de Oprah Winfrey no meio televisivo. Ela

mudou a forma de fazer televisão. Os *talk shows* ganharam uma outra perspectiva e pelas audiências conseguidas é possível verificar que era de isto que os americanos precisavam para conseguirem olhar para a sua vida com mais ânimo. Os americanos precisavam de viver também por via da vida de alguém, de uma vida outra que lhes permitisse viver a própria vida com outro entusiasmo, dando valor ao que realmente seria importante: "People have told me that their lives have changed because of me. I take away from this the sense that I'm on the right track." (*in* Lowe, 1998, p. 170)

Isto prende-se, aliás, com o modo como esta figura foi e deverá ser designada. Se habitualmente tratamos as pessoas pelo nome próprio e apelido em conjunto, ou simplesmente pelo apelido, há situações em que, mormente dada a familiaridade com alguém, se usa somente o nome próprio (caso de familiares, amigos próximos e outras, muitas vezes por questões culturais). No entanto, torna-se obrigatório ter esta vertente em atenção, visto ser necessário diferenciar entre as várias formas como o meu objeto de estudo será nomeado doravante.

Oprah Winfrey, ou somente Winfrey, surgirá em situações em que me refiro à mulher histórica, comum, afro-americana oriunda de uma família do Sul dos E.U.A., uma pessoa como outra qualquer, com derrotas e vitórias pessoais, sempre situadas na esfera privada da sua vida pessoal.

Mas há outros momentos em que Oprah Winfrey, continuando a ser pessoa, assume a condição de *persona* mediática que passa a ser reconhecida apenas pelo seu nome próprio, Oprah, o qual agora ganha nova dimensão. Isto deve-se ao facto de ser conhecida como tal, praticamente, por todo o mundo e não ser necessário fazer-se qualquer outro tipo de referência para a identificar. Estamos a falar de alguém que atingiu um nível de celebridade que lhe

permite ser tratada somente pelo nome próprio e mesmo assim todos saberem de quem se trata.

Oprah há só uma e o seu nome próprio acaba por ser uma das suas marcas, passando a ser grafado como *Oprah*. Esta é outra das vertentes que tem de ser assinalada, a de *Oprah* como marca, uma marca que vende, com todo um *personal branding* a ela associado, por tudo aquilo que foi construído ligado ao seu nome.

Um outro aspeto a ter em atenção é o que diz respeito aos telespectadores. Sobre este assunto, irei ponderar e analisar as razões da influência que Oprah Winfrey, ou mais propriamente Oprah simplesmente, exercia sobre eles. Aqui poderei colocar outra questão que com a anterior se relaciona, ou seja, qual o objetivo de Oprah? Há críticos que consideram a sua influência um efeito “natural” baseado no seu carisma pessoal; por outro lado, há quem argumente que é tudo uma questão de marketing, da venda da marca *Oprah*. E verdade seja que vende efetivamente. Mas esta “marca” foi criada com este objetivo? Obviamente que, tratando-se o seu *talk show* de um programa de televisão, este só sobreviveria através das audiências que conseguisse obter. Este é o objetivo primordial de quem produz e realiza qualquer produto televisivo. Mas terá sido só isto que *The Oprah Winfrey Show* se propôs? Oprah Winfrey deixou efetivamente de ser somente uma apresentadora de televisão. E ela própria quis ultrapassar essa barreira e tornar-se algo mais para cada um dos seus telespectadores. Será de facto importante individualizar os espectadores, pois era assim que Oprah Winfrey proclamava a sua relação com cada um deles, com cada pessoa que a acompanhou na viagem que ela traçou ao longo dos anos.

Oprah Winfrey tinha uma missão e cumpriu-a:

I've come to believe that each of us has a personal calling that's as unique as a fingerprint – and that the best way to succeed is to discover what you love and then find a way to offer it

to others in the form of service, working hard, and also allowing the energy of the universe to lead you. (*in* Marin, 2002, p.78)

Foi fruto da reflexão sobre tudo isto que cheguei ao título da presente tese: Oprah Winfrey – A arte de comunicar. A escolha de discutir Oprah Winfrey não foi opção óbvia nem fácil devido à abrangência do objeto de estudo. O facto de escolher trabalhar sobre uma mulher tem antecedentes, pois sempre olhei para os estudos feministas com particular interesse. Daí a minha dissertação de mestrado ter sido sobre Lucille Ball. Na verdade, quis aqui dar continuidade a este estudo sobre mulheres, mas agora abordando uma mulher da atualidade. Apesar de todos os riscos de abraçar um tema tão vasto, resolvi arriscar apresentar o meu cunho pessoal sobre esta personalidade². O facto de ser um fenómeno americano leva-me à questão sobre se poderia ser um fenómeno francês ou chinês? Na minha opinião, não. Penso que só uma sociedade marcada por tantos movimentos sociais como os E.U.A, poderia acolher uma figura como Oprah Winfrey e torná-la na personalidade mediática em que se transformou. A cultura de um país diz muito sobre os fenómenos que podem ou não ocorrer nele. Os E.U.A., apesar da sua história relativamente breve quando comparada com a de outros países, são um país onde tudo pode acontecer. Daí serem notícia em qualquer parte do mundo pois criam modelos, tendências e modas que depois são de algum modo potencialmente transpostos para todo um mundo. Assim, a meu ver, um dos motivos pelos quais Oprah Winfrey se tornou na pessoa que é hoje deve-se ao facto de ter nascido num país que, a despeito dos problemas nele existentes, lhe permitiu ascender profissionalmente, ultrapassando barreiras de género e raça, enfatizando o mérito próprio.

² Na escolha deste objeto de estudo, gostaria de referir um poema de Margarida Vale de Gato intitulado *Transatlântico*, que muito me inspirou e que no fundo traduz muito do que pretendo doravante transmitir: “Were I an American I would make myself an eyeball all-mighty Nonetheless this body of mine weighs me down-to-earth matter-of-factly I heave heavily the air ten inches thick I sink while I breathe I exhale not a thing I reflect not a fling.” (2013, p. 78)

Tratando-se de uma mulher que conseguiu mudar os hábitos de um público que a acompanhou durante cerca de vinte e cinco anos, conseguiu tornar o seu *talk show* líder de audiências durante anos; tudo o que nele era aconselhado era acolhido pela maioria dos seus seguidores; criou hábitos de leitura e aumentou a venda de livros com um dos segmentos do seu programa; realizou os sonhos de muitos americanos; falou na televisão sobre temas considerados tabu; tratou o seu público de uma forma próxima, tornando-se a amiga de que muitos precisavam. Oprah tornou-se num fenómeno na arte de comunicar.

Segundo Sousa, “A comunicação é indispensável para a sobrevivência dos seres humanos e para a formação e coesão de comunidades, sociedades e culturas.” (2006, p. 23) Estamos a falar da transferência de informação entre indivíduos nas sociedades, comunicação essa que é feita através do discurso oral ou através dos meios de comunicação social, sendo fundamental em qualquer sociedade. Todas as transformações inerentes à comunicação humana afetam inevitavelmente os meios de comunicação social enquanto parte de um mundo globalizado. A comunicação social abrange uma ampla diversidade de meios, como a televisão, os jornais, o cinema, a rádio e a Internet. Estes meios de comunicação social proporcionam assim a oferta de qualquer tipo de informação a públicos de massa, compostos por um elevado número de indivíduos.

As novas formas de interdependência que a tecnologia eletrónica impõe estão a recriar um mundo constituído por redes extremamente complexas e meios de comunicação ativos e em constante mutação. Em qualquer parte do mundo, biliões de pessoas reconhecem mais facilmente os rostos de celebridades – como o rosto de Oprah Winfrey ou o de Barack Obama – do que os dos próprios vizinhos.

E isto faz parte da nova arte de comunicar, de conseguir alcançar um universo de telespectadores através de personalidades reconhecíveis e das suas formas únicas de transmitir mensagens.

Por propiciarem um contexto favorável à cultura da celebridade, os jornais e a televisão constituem componentes fundamentais da “indústria da celebridade”, designação elegida por alguns sociólogos e peritos da área tais como Joshua Gamson, Chris Rojek e Nick Stevenson na esteira da abordagem da produção da cultura. Todavia, o que será uma celebridade? No início da década de sessenta, Daniel Boorstin observava ironicamente que: “The celebrity is a person who is well-known for his well-knownness.” (1992, p. 58) Embora as celebridades de hoje sejam, em grande parte, estrelas de cinema, da televisão ou do desporto, a notoriedade adquirida não se deve tanto aos seus feitos, mas sobretudo à sua vida privada e à sua imagem nos meios de comunicação social. O estatuto de celebridade pode igualmente decorrer de uma presença assídua em revistas e jornais ou na televisão como é o caso de Justin Bieber ou de Rihanna, por exemplo.

À cultura da celebridade criada pelos jornais e pela televisão subjaz, obviamente, uma audiência que a aprecia e procura. Enquanto consumidores, participamos também, de forma esclarecida, na cultura da celebridade (Cf. Gamson, 1994) e reconhecemos que a notoriedade de diversas celebridades, sem grandes feitos realizados, se esvairá quando nos aborrecermos e as substituirmos por outras. Deste modo, as celebridades tornaram-se mercadorias destinadas ao nosso consumo, não diretamente, mas através das suas representações nos meios de comunicação social. Lofton refere-se a esta cultura de celebridade em relação a Oprah Winfrey da seguinte forma:

Winfrey emerged as a syndicated serial titan – and as Oscar-nominated actress – during an epoch of rapidly accelerating celebrification. Celebrification refers to the way social interaction and identity formation are inflected by celebrity culture. (2011, p. 66)

Esta cultura de celebridade é outro dos temas bastante discutidos, inevitavelmente interligado com a arte de comunicar e associado à noção de carisma, atualmente considerada fulcral para o sucesso de qualquer pessoa em qualquer área mediática. Se a teoria da autoridade carismática remonta a Weber (1864-1920), também Mask nos remete para o tema relativamente ao *talk show* de Winfrey referindo:

The institutionalization of Winfrey's program, as a daily commercial ritual, regulates and routinizes the innovative possibilities of the program and the leadership potential of her celebrity. Given the artifice of the program, the commercial nature of the show, and its wholly routine structure, Winfrey would be categorized as an entertainment charismatic. (2009, pp.148-149)

Estas personalidades carismáticas podem, então, considerar-se pessoas que reagem à adversidade das suas vidas de forma ativa e positiva. Weber foi um teórico com bastante relevância em vários campos de investigação, tendo realizado estudos sobre as noções de carisma aplicadas ao sistema de personalidades televisivas. Mask apoia-se assim nos estudos de Weber salientando: "While Winfrey's celebrity has been constructed in film, it is primarily through television that she developed star persona and a celebrity sign for which there is *charismatic devotion*." (2009, p. 151)

Esta devoção carismática conseguida por Oprah Winfrey foi criada pela sua forma de estar e de ser perante um público, pela sua própria devoção ao seu papel encarnado no *talk show* que muitas vezes se confundia com a *persona* Oprah e com a própria Oprah Winfrey, enquanto simples mulher afro-americana oriunda do Sul dos E.U.A.. Houve uma construção inerente ao surgimento da sua própria marca, da marca *Oprah*, através dos seus atos e palavras que não deixaram os E.U.A. indiferentes:

Oprah is never distant. Not only does she give information from her experience, she also famously shows emotion, crying when sad, displaying enthusiasm that seems contagious, often opening shows with an exclamation of how much she loves to come to work as her

audience cheers. The feelings that animate her talk get her words noticed. (Nelson, 2005, p.4)

Antes de prosseguir, importa aqui incluir uma nota para clarificar que, ao longo deste estudo, usarei terminologia que poderia parecer irrefletida se não oferecesse para tal um esclarecimento. Em relação ao país que viu nascer a mulher e figura mediática de que o trabalho se ocupa, usarei naturalmente a designação que possui, Estados Unidos da América, geralmente abreviada para E.U.A., mas também a designação de América (recentemente mais controversa), porque reconheço que, em Portugal como em muitos outros locais no mundo, continua a ser usada para identificar o país e não apenas a ideia de raiz marcadamente utópica, mas também puritana, que presidiu à sua fundação, para além de servir para referir o continente onde se situa.

Um outro campo terminológico complexo tem a ver com o modo como nos E.U.A. foram designados ao longo da história os que, já depois da movimentação pelos direitos pela plena cidadania, passaram a ser referidos por afro-americanos. Se a ênfase na cor da pele motivou o uso de *colored* (pessoa de cor), depois *negro* (negro) e de forma mais militante *black* (em português a designação preto tem uma conotação diferente, de minorização, que não surge na língua inglesa), já na década de vinte do século passado começou a surgir a designação *afraamerican*, numa vontade de acentuar a herança africana, a qual viria mais tarde a ser novamente sublinhada com o cunhar dos termos mais recentes – primeiro *afro-american* e depois *african-american*. Neste trabalho, optei por usar de forma indiferenciada os termos afro-americano e negro, visto verificar que continuam ambos a ser usados na crítica sobre Oprah Winfrey, por exemplo.

No mesmo seguimento, também uma breve explicação para o uso do termo "branco" neste estudo se justifica por ser aquele que corresponde de forma mais evidente ao comumente usado nos E.U.A., quer em textos oficiais, como os que se reportam aos censos populacionais,

quer, por exemplo, em textos críticos sobre literatura ou cultura que impliquem aspetos ligados a questões raciais ou étnicas. Optei pelo seu uso, apesar de estar consciente de que é um termo muito problemático - basta recordar o estudo de Noel Ignatiev *How the Irish Became White* (1996) - por não encontrar um outro que considerasse mais ajustado para referir uma população maioritária nos E.U.A. que foi geralmente também referida como anglo-saxónica, designação que dificilmente poderia incluir a população definida como "branca", por exemplo na seguinte definição:

The term “White” refers to people having origins in any of the original peoples of Europe, the Middle East, or North Africa. It includes people who reported “White” or wrote in entries such as Irish, German, Italian, Lebanese, Near Easterner, Arab, or Polish.”.³

³ Terminologia disponível em "The White Population: 2000". United States Census Bureau. August 2001, disponível em <http://www.census.gov/prod/2001pubs/c2kbr01-4.pdf> (Consultado a 23/04/2014)

1.2 Enquadramento teórico

A metodologia, sendo imprescindível em qualquer trabalho de investigação, pois é através dela que se analisam todas as etapas de uma pesquisa, constituirá o elo de ligação entre a teoria e a prática do objeto de estudo em questão. Assim, visto tratar-se de uma análise cultural muito ligada à dimensão sociocomunicativa, irei focar os efeitos dos meios de comunicação, particularizando a estrutura social implícita. Torna-se igualmente necessário analisar o ambiente simbólico criado pelos média assim como o papel que estes desempenham na cultura e na sociedade, tendo em conta a diversidade das audiências. No presente estudo pretendo efetivamente analisar quer o conteúdo das mensagens transmitidas quer os meios pelas quais são transmitidas tentando perceber melhor os fenómenos sociais a tal associados assim como o significado dos “objetos” na interação com os sujeitos e as respetivas mensagens.

Esta abordagem tem no seu cerne Oprah Winfrey e o seu discurso, o qual será analisado de forma interpretativa, uma vez que procurarei compreender este fenómeno nas suas várias dimensões.

Consciente dos estudos de importantes teóricos, tais como Saussure (1857-1913), Pierce (1839-1914) e Barthes (1915-1980), não me irei cingir a uma análise estruturalista ou linguística, apesar de serem opções muito válidas. Optei sim por uma análise que se baseia numa interpretação pessoal, alicerçada na pesquisa histórico-cultural realizada sobre o contexto americano, buscando ainda contributos de áreas como as da Sociologia da Comunicação, dos Estudos dos Média, dos Estudos de Género (especificamente no campo do Feminismo), dos Estudos Étnicos (incidindo nomeadamente no que respeita à vertente afro-americana), ou seja, um conjunto de áreas que também cabem no campo multi e

interdisciplinar designado por Estudos Americanos tendo sempre como ponto focal a figura de Oprah (Winfrey).

1.2.1 Breve abordagem às teorias da comunicação

O desenvolvimento dos meios de comunicação de massas e a disseminação dos seus conteúdos entende-se como uma das marcas mais relevantes do século XX, período no qual estes conteúdos, bens simbólicos, foram crescentemente produzidos, havendo conseqüentemente uma também crescente facilidade de circulação e consumo por parte do público. (Cf. Leclerc, 2000)

Podemos definir os meios de comunicação de massas como um importante setor industrial, um universo simbólico objecto de consumo maciço, um investimento tecnológico contínuo, uma experiência individual quotidiana, um terreno de confronto político, um sistema de intervenção cultural e de agregação cultural, bom como uma forma de lazer.

Na sociedade de hoje, os meios de comunicação assumem um papel determinante, na medida em que se tornam agentes de socialização (Cf. Giddens, 1997) enquanto potenciais condicionadores do indivíduo e do seu quotidiano. Estamos, assim, perante uma transformação das próprias sociedades, precisamente devido a esta presença mais forte dos média e ao modo como o seu consumo vai muito além da mera comunicação, contribuindo para alterar representações sociais, o que exige um novo olhar sobre as relações entre ambos, tal como reconhecido por Rieffel ao afirmar que “a sociologia dos média não pode, pois, existir independentemente de uma representação da sociedade.” (2003, p. 6) Assiste-se assim a um maior interesse na análise de conceitos como os de discurso, comportamento ou atitude resultante da mensagem e até mesmo de impacto social como consequência da comunicação.

O estudo dos meios de comunicação de massas reflete as suas características e a evolução que estes sofreram ao longo dos tempos. A já longa tradição de análise (normalmente designada *Communication Research*) acompanhou os diversos problemas que iam surgindo, cruzou diversas perspectivas e disciplinas, formulou hipóteses e modos de abordagem. O resultado

foi um conjunto de conhecimentos, de métodos, teorias, a par de pontos de vista diferentes uns dos outros.

Não sendo possível fazer aqui uma análise exaustiva de todas as teorias, irei privilegiar alguns teóricos e conceitos que considero pertinentes e que se inscrevem quer entre teorias de orientação claramente sociológica, quer entre aquelas que se debruçam sobre os média de massas e os seus efeitos no âmbito da chamada *Communication Research* e, finalmente, entre as teorias que entram já claramente no campo do jornalismo.

No campo das teorias relacionadas com a sociologia da comunicação, o papel e os impactos sociais dos média foram objeto de estudo de Gunter, na sua obra *Media Research Methods – Measuring Audiences, Reactions and Impact* (2000), na qual este aponta quatro posições dentro das tradições do pensamento científico: a positivista, a interpretativa, a crítica e a pós-modernista. Estas posições evidenciam, na prática, as metodologias escolhidas de acordo com os impactos sociais pesquisados e com os resultados obtidos.

Já Stockinger (2001) recorre aos estudos de Luhmann, sociólogo alemão, que no seu livro *Social Systems* (1995), defendia a Teoria dos Sistemas, a fim de compreender a comunicação como construtora da sociedade. Fazendo referência ao intitulado paradigma dominante, o qual se refere ao conhecimento filtrado da influência pessoal e retira um certo poder aos média, o que surge enfatizado é a resistência do público às mensagens transmitidas pelos meios de comunicação, e não a sua real dependência. O efeito dos média na sociedade é aqui visto talvez de forma demasiado reducionista, tendo havido conseqüentemente um abandono desta abordagem, pois só eram considerados os efeitos diretos e não aqueles que envolviam a construção de significados sociais.

Já no âmbito da *Communication Research*, a primeira teoria sobre os média de massas foi a Teoria Hipodérmica, a qual teve origem no período situado entre as duas grandes guerras,

tratando-se por isso de uma teoria ligada a experiências totalitárias deste período histórico. Abordava os meios de comunicação de massas de uma forma global, sendo uma teoria de propaganda e sobre a propaganda. Tentava principalmente responder à questão “Quais os efeitos dos meios de comunicação na sociedade de massas?” e acreditava que cada elemento do público era atingido pela mensagem de forma pessoal e direta, daí o nome *Bullet Theory*. A principal componente desta teoria é a presença explícita de uma teoria da sociedade de massa.

O conceito sociedade de massa apresenta componentes que vão variando ao longo dos tempos. Para o pensamento político oitocentista de cariz conservador, a sociedade de massa é sobretudo consequência da industrialização progressiva, da revolução dos transportes e do comércio, da difusão de valores abstratos de igualdade e de liberdade.

Estes processos sociais provocam a perda da exclusividade por parte das elites que se veem expostas às massas. O enfraquecimento dos laços tradicionais (família, comunidade, religião, associações de ofícios) contribui para reduzir o tecido de ligações da sociedade e preparar as condições que conduzem ao isolamento e à alienação das massas. Segundo Blumer, a massa é então vista como um grupo heterogéneo de indivíduos que, enquanto seus membros, são essencialmente iguais, indiferenciáveis – mesmo que provenham de ambientes diferentes – heterogéneos e de todos os grupos sociais. A massa não possui tradições, regras de comportamento ou estrutura organizativa (Cf. Berger, 1995).

Esta definição de massa como um novo tipo de organização social é importante, até porque reforça o elemento fundamental da Teoria Hipodérmica: o facto dos indivíduos estarem isolados, serem anónimos, estarem separados, atomizados, torná-los-ia mais recetivos a mensagens propagandísticas. O isolamento do indivíduo na massa anómica é pois o pré-requisito da primeira teoria sobre os média de massas. Assim, o facto de pertencerem à massa,

segundo Freidson (1953), orienta a atenção dos membros dessa massa para longe das suas esferas culturais e de vida para áreas não estruturadas por modelos ou expectativas. O isolamento físico e normativo do indivíduo na massa é o fator que explica o realce que a teoria hipodérmica atribui às capacidades manipuladoras dos primeiros meios de comunicação e explica também o facto de a massa ser considerada uma audiência indefesa e passiva.

A propaganda de massas durante o fascismo e as grandes guerras fornecia amplas provas para validação destes modelos, surgindo considerações como por exemplo: Cada indivíduo é um átomo isolado que reage isoladamente às ordens e às sugestões dos meios de comunicação de massa , os quais são monopolizados pelos governos. (Cf. Wright Mills, 1963). Se as mensagens da propaganda conseguem alcançar os indivíduos que constituem a massa, isto é, se o alvo é atingido, a propaganda obtém o êxito que antecipadamente se previu. Assim, a Teoria Hipodérmica é também denominada *Bullet Theory* (Cf. Schramm, 1971), exactamente por considerar que o indivíduo está isolado e é atingido pelos média de massas.

Outra componente importante da Teoria Hipodérmica, para além do conceito de sociedade de massa, é o seu modelo comunicativo. Esta teoria defende uma relação directa entre a exposição às mensagens e o comportamento. O estímulo é o agente da resposta. Há aqui uma ideia de inevitabilidade dos efeitos.

Bauer (1964) defende, por isso, que durante o período de vigência da Teoria Hipodérmica os efeitos, na sua maior parte, não são estudados, e sim dados como adquiridos. Se uma pessoa é apanhada pela propaganda, pode ser controlada, manipulada, levada a agir. Este é o ponto de partida teórico que toda a pesquisa posterior tenta modificar.

O modelo de Lasswell, elaborado nos anos trinta e apresentado nos anos quarenta do século passado, foi a primeira tentativa de superação da Teoria Hipodérmica. Surgiu como a apresentação de um paradigma para a análise sociopolítica e defendia que a forma adequada

de descrever um ato de comunicação era através das respostas às perguntas: Quem? Diz o quê? A quem? Através de que canal? Com que efeito? O esquema de Lasswell centrou-se assim na análise dos efeitos e dos conteúdos tal como podemos verificar nos estudos de Uma Narula (2006) quanto aos modelos de comunicação.

Neste modelo, e em consonância com a Teoria Hipodérmica, por um lado selecionava-se alguns indicadores e variáveis para se compreender a forma de agir do público enquanto consumidor; por outro iam-se acumulando as provas empíricas de que tal consumo era selecionado, não indiferenciado.

Por um lado, é verdade que a conceção atomista do público tem uma forte ligação à psicologia *behaviorista* que privilegia o comportamento do indivíduo. Por outro lado, também não deixa de ser aceite que o contexto socioeconómico das primeiras pesquisas de mercado e campanhas de propaganda, bem como dos estudos de opinião pública, veio realçar o papel do sujeito enquanto eleitor, cidadão, consumidor.

No entanto, quando a Teoria Hipodérmica passou a ser um paradigma de pesquisa concreto, os pressupostos que esta defendia não se mostraram tão claros quanto isso, tendo Bauer referido anteriormente:

A audiência revela-se intratável. As pessoas decidiam por si se deviam ou não escutar. E mesmo quando escutavam, a comunicação podia não provocar qualquer efeito ou provocar efeitos opostos aos previstos. Os investigadores eram obrigados a desviar progressivamente a sua atenção da audiência a fim de compreenderem os indivíduos e o contexto que a constituíam. (1958, p. 127)

A Teoria da Abordagem Empírico-Experimental surgiu nos anos quarenta do século XX através dos teóricos Hovland e Lasswell. Esta abordagem consistia na revisão do processo comunicativo que era entendido como uma relação mecanicista e imediata, não fazendo uma abordagem global dos meios de comunicação de massas. Esta teoria apontava então para o

estudo da eficácia persuasiva e para a explicação do insucesso das tentativas de persuasão. Para estes teóricos, era possível persuadir desde que se tomasse em consideração, na forma e na organização das mensagens, as diferenças individuais dos elementos do público. É a teoria das forças individuais dos efeitos obtidos pelos meios de comunicação, sendo orientada por duas coordenadas: a primeira é representada pelos estudos sobre as características do destinatário que intervêm na obtenção do efeito; a segunda é representada pelas pesquisas sobre a organização ótima das mensagens com finalidades persuasivas. Esta perspetiva estuda os média de massas e os seus efeitos numa situação específica de campanha (eleitoral, propagandística, informativa, etc.), situação que tem características muito particulares: tem objectivos específicos e foi projetada para os atingir; é intensiva e desfruta de uma vasta cobertura; o seu sucesso pode ser avaliado; é promovida por instituições ou entidades dotadas de um certo poder e autoridade e os seus argumentos devem ser vendidos ao público, para quem são novos, mesmo que se baseiem em esquemas de valores partilhados.

O modelo comunicativo é ainda muito semelhante ao da teoria hipodérmica, dando, no entanto, destaque aos processos psicológicos intervenientes. O esquema causa-efeito da Teoria Hipodérmica precedente sobrevive, mas inserido num quadro de análise que se vai tornando cada vez mais complexo e alargando progressivamente:

Causa (estímulo) -> processos psicológicos intervenientes -> efeito (resposta)

A presença deste tipo de contexto comunicativo associa-se ao carácter da pesquisa em causa em que os estudos mais significativos são levados a cabo por Carl Hovland (1912-1961) durante a Segunda Guerra Mundial para a *Information and Education Division* do exército americano.

O que esta teoria argumenta, de acordo com os autores Baran e Davis (2015) que apresentam a posição de Hovland, é que a eficácia da estrutura das mensagens varia, ao variarem certas

características dos destinatários, e que os efeitos das comunicações de massa dependem essencialmente das interações que se estabelecem entre esses fatores. Assim, ao especificar a complexidade dos fatores que intervêm para provocar uma resposta ao estímulo, esta teoria atenua a inevitabilidade dos efeitos defendida pela Teoria Hipodérmica e mostra que o processo comunicativo não é necessariamente linear. Apesar disso, segundo esta teoria, os meios de comunicação podem, em princípio, exercer influência e persuadir, ou seja, a persuasão opera através de percursos complicados, mas as comunicações de massa exercem-na.

Quanto à Teoria da Pesquisa Empírica de Campo ou dos Efeitos Limitados, defendida por Lazarsfeld, o problema fundamental continuava a ser o dos efeitos dos média, mas neste caso com o rótulo de efeitos limitados. Trata-se de uma abordagem sociológica que analisa a capacidade dos média de influenciarem o público. A influência de que fala esta teoria não é apenas a exercida pelos média, mas também a influência mais geral que perpassa nas relações comunitárias. O modelo de comunicação passaria, então, pelo fluxo de comunicação a dois níveis, destacando-se o papel dos líderes de opinião como intermediários entre os média e o público. Lazarsfeld compilou grande parte dos resultados deste estudo no seu livro *The People's Choice* em 1944. Estes estudos tinham como objetivo determinar a influência dos meios de comunicação nas práticas eleitorais em Ohio e eram baseados em inquéritos, onde se objetivava a identificação de efeitos comportamentais específicos, mensuráveis, individuais e a curto prazo relativamente ao conteúdo dos média. Este teórico da comunicação criou assim o modelo *two-step flow*, no qual as mensagens seguiam fluxos indiretos devido às configurações do grupo a que o indivíduo pertencia. Estavam assim lançadas as bases para o sublinhar da relevância dos líderes de opinião. Lazarsfeld defendia então que as características sociais determinavam a escolha do indivíduo, negando a onnipotência das técnicas dos meios de comunicação de massa.

Nos anos cinquenta, também do século passado, surgiu a Teoria Crítica preconizada pela Escola de Frankfurt e pelos seus defensores Horkheimer e Adorno. A pesquisa social levada a efeito pela Teoria Crítica propunha-se como teoria da sociedade entendida como um todo, tendo como ponto de partida a análise do sistema da economia de mercado. Esta teoria entendia a indústria cultural como um sistema, visando assim substituir a expressão “cultura de massa”. O mercado de massas impunha, então, a estandardização e a organização, defendendo-se que os gostos do público e as suas necessidades impunham estereótipos e baixa qualidade. Este sistema condicionava o tipo e a função do processo de consumo e a sua qualidade, havendo assim uma estratégia de manipulação da indústria cultural.

Será ainda relevante mencionar os *Cultural Studies*, surgidos na mesma década de cinquenta, sobretudo com a criação do *Centre of Contemporary Studies of Birmingham*, a partir dos paradigmas da investigação sobre a comunicação de massa. Os seus principais fundadores foram Richard Hoggart, o primeiro diretor do Centro, Raymond Williams, crítico de literatura britânico, Edward Thompson, historiador e mais tarde Stuart Hall. Segundo estes teóricos, a cultura não seria uma prática nem uma descrição do conjunto de hábitos e costumes de uma sociedade, mas sim o conjunto de todas as práticas sociais e das suas inter-relações. O que importaria estudar seriam as estruturas e os processos através dos quais as instituições de comunicação de massas mantêm e reproduzem a estabilidade social e cultural. Os *Cultural Studies* que inicialmente pretendiam dar uma resposta intelectual às mudanças preconizadas por Walter Benjamin (1930) e por Adorno e Horkheimer (1940), abordavam assim a produção dos média enquanto sistema complexo de práticas determinantes para a produção de cultura e da imagem da realidade social, estudando o consumo da comunicação de massas enquanto espaço de negociação entre práticas comunicativas diferenciadas que integrariam a cultura idealista, a cultura patrimonial e a cultura das práticas quotidianas, pois entendia-se que a cultura de massas não era somente um produto dos média, mas sim o resultado das sociedades

policulturais modernas. Deixou de haver uma focalização somente nos meios e passou-se a contemplar a importância e circulação do consumo da cultura mediática.

A Teoria Estrutural Funcionalista desenvolveu-se um pouco mais tarde, nas décadas de sessenta e setenta através de Parsons e Wright, apresentando uma explicitação das funções exercidas pelo sistema de comunicação de massas. A questão de fundo já não eram os efeitos, havendo um abandono da ideia de um efeito intencional, mas sim as funções exercidas pela comunicação de massas na sociedade: transmissões jornalísticas, informativas, culturais e de entretenimento. Assim se completa o percurso seguido pela pesquisa sobre os média de massas, que começara por se concentrar nos problemas da manipulação, para passar aos da persuasão, depois à influência chegar por fim precisamente à questão das funções.

Um outro elemento diferenciador relativamente às teorias anteriores é que, da focalização numa situação específica, como uma campanha informativa, passa-se para a atenção à situação comunicativa mais comum e usual da produção e difusão quotidiana das mensagens de massa. Assim, as funções analisadas não estão associadas a contextos comunicativos especiais, mas à presença habitual dos média de massas na sociedade. Segundo este ponto de vista, a Teoria Funcionalista das comunicações de massa representa uma transição entre as teorias precedentes sobre os efeitos a curto prazo e as hipóteses posteriores sobre os efeitos a longo prazo. Para a Teoria Estrutural-Funcionalista, e em particular para um autor como Talcott Parsons, Mauro Wolf (1999) particulariza que segundo este “os seres humanos aparecem como 'drogados culturais' impelidos a agir segundo o estímulo de valores culturais interiorizados que comandam a sua actividade.” (*in* Giddens, 1983, p. 172), valorizando-se assim a perspectiva das funções sociais que os média de massa exercem.

Um exemplo claro e explícito da Teoria Funcionalista dos média de massas é constituído por um ensaio de Wright — apresentado em Milão, em 1959 no IV Congresso Mundial de

Sociologia – com o título *Functional Analysis and Mass Communication* – no qual Wright descreve uma estrutura conceptual que deveria permitir inventariar, em termos funcionais, as ligações complexas que existem entre os média de massas e a sociedade e houve um setor de análise específico que foi direta e significativamente influenciado pelo paradigma funcionalista: é o estudo dos efeitos dos média de massas conhecido como hipótese dos “usos e gratificações”. Esta perspetiva surgiu através dos teóricos Herzog e Berelson na década de quarenta do século XX, os quais refletiram sobre os motivos do público para a escolha de determinados conteúdos e as satisfações que procuravam obter a partir dessa escolha.

Katz (1973-74) apresenta-nos a sua formulação desta perspetiva, a qual tem como enfoque as origens psicológicas e sociais de necessidades que geram expectativas em relação aos média de massas e outras fontes, expectativas que conduzem a padrões diferenciados de exposição aos média e que resultam em necessidades de gratificação e outras consequências, talvez na sua maioria não intencionais. Está-se perante um público ativo, com uma utilização propositada dos média, movida pela busca individual da satisfação das suas necessidades. (Cf. Livingstone, 1997)

Relativamente a este aspeto, Severin e Tankard (2001) identificaram várias formas de gratificação: imediatas ou diferidas, informativo-educacionais ou de fantasia escapista. De uma forma geral, esta perspetiva dos usos e das gratificações foi considerada um pouco limitada, na medida em que determinava os vários motivos para a utilização dos média.

Já antes, em 1949, Berelson apontava para uma linha deste tipo, sobre as reações dos leitores de diários durante uma greve de jornais em Nova Iorque, sublinhando as funções desempenhadas pela imprensa e que são citadas pelos leitores como as mais importantes: informar e fornecer interpretações sobre os acontecimentos; constituir um instrumento essencial na vida contemporânea; ser uma fonte de descontração; conferir prestígio social; ser

um instrumento de contacto social e constituir uma parte importante dos rituais da vida quotidiana.

Também Lasswell, em 1948, apontara as três funções principais desempenhadas pela comunicação de massa: fornecer informações; fornecer interpretações que tornem significativas e coerentes as informações e exprimir os valores culturais e simbólicos próprios da identidade e da continuidade sociais. Wright (1960) acrescentará a estas três funções fundamentais uma quarta: a de entreter o espectador, fornecendo-lhe um meio de se evadir das ansiedades e dos problemas da vida social.

As décadas de cinquenta, sessenta e setenta foram palco do desenvolvimento de várias teorias comunicativas, sendo de realçar os trabalhos de Schramm, Shannon e Weaver. Nos seus estudos a questão essencial não era separar a tendência para uma análise sociológica e a pertinência comunicativa, mas sim identificar e aprofundar todos os possíveis pontos de integração, correspondência, tradução e assimilação entre as duas perspectivas. No fundo, estas teorias encontravam-se estreitamente ligadas à teoria matemática da comunicação, sendo essencialmente uma teoria sobre a transmissão ótima das mensagens.

A Teoria de *Agenda Setting*, com origem nos anos setenta, através de McCombs e Shaw, defendia a ideia de que os média determinavam a agenda para a opinião pública ao destacarem determinados temas e preterirem, ofuscarem ou ignorarem outros. Esta perspectiva explicava a correspondência que ocorria repetidamente entre a intensidade de cobertura de um facto pelos média e a relevância desse facto para o público. (Cf. Wahl-Jorgensen & Hanitzsch)

No seguimento da Teoria de *Agenda Setting*, assim como a importância das notícias consideradas relevantes, ou não, para pertencerem à agenda pública, volta-se à questão do que é considerado importante para o público, volta-se aos aspetos da vida social contemporânea,

várias vezes mencionadas por autores como Hall, como exemplo. Assim, se a cultura pode ser considerada como uma componente de todos os aspetos da vida social contemporânea, se estamos perante tendências globalizantes, estamos igualmente perante uma identidade descentralizada. Num mundo em constante transformação, temos de questionar as interações que se baseiam no poder e na autoridade, sendo fundamental não nos basearmos em verdades absolutas e dogmáticas:

Culture comes into play at precisely the point where biological individuals become subjects, and that what lies between the two is not some automatically constituted 'natural' process of socialization but much more complex processes of formation. (Hall, 1999, p. 312)

Hall pretende demonstrar que apesar desta transmissão de informação através dos média, os indivíduos (biologicamente falando) passam a ser sujeitos (passíveis ou não de aceitar a informação recebida) e que tal não se trata de um processo natural de socialização, mas sim de algo muito mais complexo, tendo em conta por exemplo tudo o que rodeia o sujeito em questão, que passa a ter um papel crucial, sendo da sua responsabilidade não questionar a informação recebida ou pelo contrário, ter uma opinião própria, podendo esta ser oposta à transmitida.

Na mesma linha de pensamento, Silvestre que se apoia nos estudos de McQuail refere:

o paradigma dominante assenta num ideal pluralista liberal da sociedade, numa perspetiva funcionalista, num modelo linear de transmissão dos efeitos, em meios de comunicação poderosos, modificados pelas relações grupais e na pesquisa quantitativa e análise de variáveis. (1999, p. 33)

Perante a existência deste paradigma dominante com todo um pragmatismo e métodos poderosos associados, houve a necessidade de se criar um paradigma alternativo, o qual defendia uma visão da sociedade considerada utópica e idealista, rejeitando o capitalismo liberal e considerando os média como manipuladores e opressivos. Mais uma vez, se fala num

ideal pluralista liberal social, abre-se espaço à ação dos indivíduos que recebem a informação, os quais podem ser considerados objetos manipulados pelos média, mas por outro lado podem ser livres de ter a sua própria opinião baseada em todas as circunstâncias que os rodeiam.

Dado que estes dois paradigmas não se opõem na totalidade, havendo uma complementaridade, entendo que se podem conciliar estas duas conceções sendo o enfoque a interação e o relacionamento entre as experiências de consumo dos média e as experiências socioculturais. Importa realçar que o paradigma alternativo preconiza ainda a utilização de metodologias culturais e qualitativas, em oposição às quantitativas, combinando assim a Teoria dos Sistemas (Luhmann, 1984), a Teoria da Evolução (Stockinger, 2001) e a Teoria da Informação e Comunicação. (Stockinger, 2001) apesar das suas diferentes características, por vezes apresentadas como demasiado reducionistas.

Será então este paradigma alternativo, aquele que me parece ser, o que melhor corresponde à inquirição sobre o objeto de estudo, Oprah Winfrey e a sua arte de comunicar. Esta opção irá permitir a análise da sociedade e das suas divisões, da dinâmica de sistemas e ambientes que permitem uma compreensão dos processos sociais, ainda que não na sua totalidade, e a análise do mundo simbólico e do carácter reflexivo da comunicação humana que liga uma teoria de sistemas a processos de mudança e sistemas sociais.

Para tal será importante retomar os estudos de Wolf (1999), visto que este distinguiu os efeitos que implicam mudanças a curto prazo e os efeitos de consequências a longo prazo, podendo-se assim combinar a intencionalidade dos efeitos com o seu alcance temporal.

Considerando também a dimensão dos efeitos e concretamente a dimensão dos efeitos no público, podem enumerar-se quatro tendências na evolução da apreciação teórica dos efeitos dos média: a dos efeitos limitados, modelo adotado pelo paradigma dominante dos média, segundo o qual estes são considerados mediadores nos processos seletivos, de grupo, normas

de grupo e liderança de opinião (Lazarsfeld, 1948) (Klapper, 1960); a dos efeitos poderosos dos média, própria da teoria hipodérmica (Severin, Tankard, 2001); a dos efeitos moderados, modelo que surgiu na sequência de estudos sobre o *knowledge gap*, *agenda setting* e violência televisiva, que veio demonstrar que os média tinham mais do que efeitos limitados (Gunter, 2000); e finalmente a dos efeitos poderosos, a qual defende que estes só ocorrem com as técnicas de comunicação corretas e em circunstâncias adequadas (Severin, Tankard, 2001)

No entanto, a divisão acima apresentada não é aceite por todos. McQuail (2000) propõe quatro fases um tanto diferentes para a evolução da teoria e dos efeitos dos média nomeadamente as seguintes: a da Teoria dos Média Todo-Poderosos (*Bullet Theory*); a dos Testes à Teoria dos Média Poderosos (Lazarsfeld e Klapper); a dos Média Poderosos Redescobertos, correspondendo à renovação do interesse pelos efeitos dos média (Severin e Tankard); e, por fim, a da Influência Negociada dos Média, a qual corresponde ao modelo dos efeitos moderados (McQuail, 2000).

De qualquer modo, o que importará reter é que muito se tem discutido sobre a questão dos efeitos dos média, os quais são geralmente por todos reconhecidos, ainda que sejam encarados de forma diferente – por exemplo, no peso que possam ter ou no modo como possam surgir. Dos estudos mencionados poderá concluir-se que os efeitos gerados pelos média, ao englobarem as imagens da realidade seguindo uma estrutura padrão, estão a construir valores sociais e a própria história, assim como o público constrói para si mesmo a sua própria visão da realidade social e do seu lugar nesta em conjunto com as construções simbólicas fornecidas pelos média.

Outro ponto importante, que se evidenciou nas últimas décadas do século XX, centra-se no conteúdo e na formação de atitudes, intimamente ligado à questão da mudança de comportamento. As atitudes, os sistemas e as estruturas passaram a ter um papel mais

relevante, reconhecendo-se que os indivíduos têm necessidades diferentes, o que irá conseqüentemente determinar as suas respostas ao nível das atitudes mesmo perante estímulos semelhantes. Azjen e Fischbein (1980) salientaram, com a Teoria de Ação Racional, o facto de se poder prever determinado comportamento com base nas crenças, atitudes, normas, intenções e comportamentos. Mais tarde, aperfeiçoaram esta mesma teoria incluindo o fator do controlo comportamental adquirido dando origem à Teoria de Comportamento Planeado. Petty e Cacioppo (1981) determinaram a existência de dois fatores na formação de atitudes do indivíduo, sendo eles a motivação de cada indivíduo e a sua capacidade para entender a mensagem e correlacioná-la com outros pensamentos. Para estes teóricos, a motivação está intimamente relacionada com determinados fatores tais como a atenção, a qualidade da mensagem, o envolvimento pessoal com o tema e a capacidade de processamento de argumentos persuasivos.

Bandura (1985), nos seus estudos sobre a Teoria da Aprendizagem Social, liga o comportamento e as suas mudanças aos modelos que rodeiam o indivíduo, quer em casa, quer no trabalho ou através dos média de massas. Segundo esta teoria, as influências dos modelos visionados irão atuar no sentido de alterar e produzir novos comportamentos. Através da observação de representações simbólicas de atividades originar-se-ão novos padrões quer de pensamento quer de comportamento.

A modelagem aparece-nos como outro dos princípios defendidos por Bandura, a qual poderá ter como consequência vários tipo de influência: reforço, inibição, desinibição, facilitismo, reforço de estímulos e estímulo de emoções. Há, no entanto, quatro processos implícitos na aquisição de novos comportamentos, sendo eles: atenção, retenção, produção e motivação. Importa dar atenção a um comportamento modelo e conseqüentemente vir a relacionar-se com ele, sendo esta relação condicionada pela perceção, pela motivação, pela necessidade e pelo

objetivo. Parte-se de seguida para a retenção daquilo que se observa, pelo armazenamento simbólico na própria memória. De seguida, ativam-se os processos de produção, de forma a converter aquilo que foi previamente armazenado simbolicamente numa ação adequada.

Perante o desempenho do comportamento modelado, a motivação estará mais presente de acordo com as consequências positivas observáveis. Também a antecipação de reforço positivo pode influenciar o que é observado, assim como pode ter influência o grau de atenção atribuído. Pode concluir-se, também, relativamente a este aspeto, que os indivíduos usam o comportamento modelado de forma a potencializar as suas próprias atitudes, relativizando assim, um pouco, o papel dos média.

Mas a viagem pelo impacto dos média no público não se esgota no acima referido pois são muitas as teorias e os teóricos que sobre este assunto dissertam. Assim, impõe-se igualmente retornar à Escola de Frankfurt, criada em 1924 por Félix Weil, e aos seus defensores, dos quais se destacam Adorno, Horkheimer e Marcuse, cujos estudos ligados aos valores e imagens ideológicas presentes nos conteúdos dos média marcaram a década de quarenta do século XX. A Escola de Frankfurt, muito ligada ao pensamento marxista, entendia os média como agentes de controlo ideológico, que visavam criar uma ilusão de classe no público, tentando assim afastar os indivíduos da sua própria realidade, da realidade histórica da época. Estaríamos, pois, perante um tipo de comunicação que corresponderia a uma propaganda deliberada que almejava manipular de forma indireta o público. Foi durante este período, mais precisamente na sua obra *Dialectic of Enlightenment* publicada em 1947, que Adorno e Horkheimer introduziram os conceitos de indústria cultural e cultura de massa. Segundo estes autores, o indivíduo deixaria de ser autónomo nas suas decisões, havendo uma adesão aos valores impostos, uma manipulação disfarçada pelas normas sociais. (Cf. Wolf, 1999)

No entanto, podem enumerar-se outras hipóteses que de alguma forma se contrapõem a esta visão de alienação individual e massificação de valores sociais, tais como a que é referida como *Agenda Setting*, proposta por McCombs; a Tematização, ou o seu original, *Öffentliche Meinung*, dos significados abertos de Luhman; a *Gap Hypothesis* de Olien, Donohue e Tichenor; e a Teoria Social Cognitiva da Comunicação de Massas. (Saperas, 1993)

É de salientar que a Teoria Crítica, proposta pela Escola de Frankfurt, a qual se centrava na construção analítica dos fenómenos que investigava e na capacidade de atribuir esses fenómenos às forças sociais que os provocavam, entendendo a sociedade como um todo, foi o ponto de partida para a viragem nos estudos de comunicação de massa, nomeadamente na análise dos efeitos dos média, que passou a ser uma análise mais qualitativa. Se se manteve a teoria dos efeitos limitados justificados por causas contextuais e internas, houve a necessidade de conduzir as investigações para um campo diferente, dando maior relevância aos efeitos cognitivos e assim renegando os efeitos comportamentais, diretos, limitados, resultantes da persuasão. (Cf. Saperas, 1993)

Considerando os efeitos cognitivos, é possível identificar aqueles que resultam da capacidade de construção simbólica, ligada com a de estruturar a opinião pública. Tudo isto se articula com as consequências dos média no que diz respeito à orientação da atenção pública, da agenda de temas e respetiva hierarquização, ou seja, as hipóteses anteriormente referidas como *Agenda-Setting* e Tematização, as quais serão adiante mais pormenorizadas. Encontramos também neste patamar os efeitos que resultam da distribuição social dos fenómenos coletivos, de acordo com os diferentes sectores sociais, económicos, culturais e profissionais, sendo estes analisados pelas hipóteses *Gap Hypothesis* ou *Knowledge Gap*. Podemos ainda salientar os efeitos que advêm daquilo que é visionado nos média e que conseqüentemente assumem formas de construção da realidade social, dando particular

relevância aos emissores da mensagem, sendo definido por Cruz como telerealidade da forma seguinte: “os média, mais do que refletirem a sociedade, constroem e mudam os eventos. (2008, p. 103) No fundo, a autora pretende destacar a relevância das notícias transmitidas como formas de transformação da realidade social apelidando esta mesma transformação de telerrealidade.

A Teoria de *Agenda-Setting* assume assim um papel extremamente decisivo, inclusive nos dias de hoje, visto defender que os média possuem o poder de identificar os assuntos importantes e de os abordar, exercendo assim uma poderosa influência sobre o público. McCombs, um dos teóricos que defende esta hipótese, concluiu que o público não se inteira unicamente dos acontecimentos por meio da sua exposição aos média, como também conhece a importância dos temas tratados nas notícias segundo a ênfase dada pelos meios informativos:

Perhaps this hypothesized agenda-setting function of the media masses is most succinctly stated by Cohen, who noted that the press ‘may not be successful much of the time in telling people what to think, but it is stunningly successful in telling readers what to think about. (McCombs, 1972, p. 177)

McCombs considerava ainda que o papel dos média e a concepção de efeito eram vistos ligados à capacidade de estruturar e organizar o próprio mundo. Esta capacidade dos média de massas saberem como estruturar os conhecimentos do público e conseqüentemente mudá-los foi definida como a função da comunicação de massas que estabelece a Teoria de *Agenda-Setting*.

Para Wolf (1999), a Teoria de *Agenda-Setting* assume-se como uma mediação simbólica a longo prazo, na medida em que o público define os seus interesses e os seus conhecimentos de acordo com a agenda apresentada pelos média, a nível de composição e formação, havendo assim tanto um reconhecimento intrínseco dessa agenda como a consideração dos efeitos

cumulativos e do processo de estabelecimento da Tematização, a qual será retomada mais à frente. Segundo Saperas (1993) estas agendas temáticas podem dividir-se em quatro tipos: agenda intra-pessoal; agenda interpessoal; agenda dos média; e agenda pública. Consequentemente, esta Teoria de *Agenda-Setting* com todas as suas variáveis preconiza um impacto direto, mas não necessariamente imediato, nas audiências.

A Teoria de *Gate Keeping* está intimamente associada à de *Agenda Setting*, tendo surgido na década de cinquenta e tendo como principal impulsionador David Manning White. É uma das primeiras a surgir na literatura específica do jornalismo e tem por base um estudo, feito por White, do fluxo de notícias dentro das empresas jornalísticas para identificar os pontos que faziam, ou não, o acontecimento/notícia seguir o percurso normal até ser publicada. White conclui que a escolha das notícias é subjetiva, baseada em crenças e atitudes pessoais de cada um dos guardiões/editores.

Também muito próxima da Teoria de *Agenda-Setting*, temos a Teoria de Tematização, a qual, segundo Saperas, se trata de um: “processo de definição, estabelecimento e reconhecimento público dos grandes temas, dos grandes problemas políticos que constituem a opinião pública, através da acção determinante dos meios de comunicação de massas.” (Saperas, 1993, p. 88)

Assim, segundo esta teoria, pretende-se reduzir a complexidade dos intervenientes através da conceção da estrutura temática que incide diretamente na opinião pública.

Tichenor, Donohue e Olien na passada década de setenta apresentaram-nos a Teoria de *Knowledge Gap*, ou a também denominada por Saperas (1993) como a hipótese do distanciamento, na qual se entendia que os média tinham modificado os níveis de conhecimento, havendo um aumento entre as classes sociais mais altas e uma lacuna nas classes mais baixas. Não havia assim um nivelamento de conhecimentos entre os diferentes setores sociais e económicos através do acesso à informação. Pelo contrário, os meios de

comunicação haviam criado um distanciamento entre estes setores, facto gerado pelas diferentes formas de aquisição de conhecimentos assim como de capacidades comunicativas dos indivíduos. Claramente, as questões de desigualdade perante o acesso à informação tornam-se um aspeto relevante na medida em que os média por si só não têm poder para o alterar.

Gaziano e Gaziano (1996) apresentaram conceções teóricas diferenciadas sobre esta teoria. Postularam a diferença do *Knowledge Gap*, de um ponto de vista estruturalista social, defendendo que haveria uma aquisição diferenciada de conhecimentos que conduziria a uma maior especificação do significado, de acordo com as características do público. Contudo, se se analisar a teoria de uma perspetiva geral de interacionismo simbólico, o enfoque estará nas necessidades e motivações situacionais dos indivíduos. Por outro lado, o modelo cibernético defendia que não existiam distanciamentos a nível coletivo, mas sim *gaps* que se formavam devido à forma como a informação era enviada pelos emissores construindo significados diferentes consoante os seus recetores.

Um dos teóricos que serviram efetivamente como ponto de referência no presente estudo foi Bandura (1996) que desenvolveu a Teoria Social Cognitiva da Comunicação de Massas, complementando assim a Teoria da Aprendizagem Social. Esta teoria debruça-se primordialmente sobre a explicação dos efeitos da violência transmitida pelos média e as suas influências modeladoras. Bryant e Zillman (2002) destacam quatro fatores, sendo eles os processos de atenção, os processos de retenção, os processos de produção e os processos motivacionais. No entanto, há mecanismos de ordem social e psicológica que têm de ser considerados, pois só assim há uma afetação e influência tanto no pensamento como na ação do indivíduo. Bandura propõe também um modelo denominado “causalidade triádica

recíproca”, em que o comportamento e os fatores pessoais, cognitivos e biológicos, assim como os ambientais, funcionam como agentes interativos que se influenciam reciprocamente.

Constata-se, então, que o ser humano tem a capacidade de exercer um controlo bidirecional sobre a influência dos média, na medida em que é detentor de uma capacidade de simbolização relacionada com os fatores cognitivos, uma capacidade autorreguladora que funciona através de fatores internos, tais como afeto, motivação e ação; e uma capacidade de autoreflexão que implica a supervisão das ideias pelo próprio indivíduo a fim de prever resultados.

Bandura (1996) destacou também a capacidade vicária, considerada avançada neste contexto, a qual permitia, através da observação, a melhoria de conhecimentos através das influências modeladoras. Segundo esta teoria, pode comprovar-se que é a partir de modelos simbólicos, verbais e visuais com poder de impacto que os indivíduos adquirem a informação, pois vivemos numa sociedade em que a tecnologia e os avanços dos meios de comunicação de massas se destacam fornecendo grande quantidade de modelos de forma acelerada. No entanto, todos estes processos envolvem aprendizagem através da observação, o que vai condicionar posteriormente o tipo de efeitos por modelagem, podendo aqui fazer-se referência a efeitos inibidores e desinibidores.

Falando especificamente da televisão, aqui o meio audiovisual de estudo privilegiado, Bandura (1996) define-a em termos de conteúdo realmente visionado e não somente em termos de tempo efetivo perante um televisor ligado, acrescentando que tal médium forma crenças no telespectador, modelando desta forma a sua construção individual da realidade social. Bandura conclui que o ser humano, espectador, escolhe a informação que considera útil das várias fontes disponíveis, interpessoais ou mediáticas, e irá utilizá-la consoante o seu grau de acesso e a probabilidade de conterem a informação desejada. Assim, os média podem

efetivamente gerar influências ou até reforçá-las, considerando a sua difusão e as condicionantes estruturais e psicológicas na adoção de determinados comportamentos.

Especificamente em relação aos E.U.A., é pertinente apresentar uma outra teoria, considerada uma das mais influentes no que respeita à avaliação dos efeitos a longo prazo e indiretos dos média, a denominada Teoria da Enculturação ou *Cultivation Theory*. Esta teoria foi desenvolvida por vários teóricos, entre eles Gerbner (1996) que desenvolveu um projeto que deu origem a um paradigma de pesquisa intitulado “Indicadores Culturais”. Este projeto atribuía um grande poder ao meio televisivo, no sentido em que se entendia que este moldava crenças, ideias e até comportamentos. A televisão, enquadrada num ambiente simbólico, implicava a centralização desta teoria nas consequências dessa exposição a mensagens e imagens, funcionando como um complemento e não como um substituto das tradicionais ideologias sobre os efeitos dos média. Gerbner considera que:

a televisão entra na vida das pessoas na infância, e portanto não se dá a condição de antes da exposição. A televisão desempenha um papel na formação das próprias predisposições que mais tarde intervêm [...] noutras influências e tentativas de persuasão. (Gerbner *et al.* 1996, p. 60)

A hipótese preconizada por esta teoria focava-se na televisão como objeto condutor à adoção de crenças sociais, sendo que a sua mensagem, por vezes distorcida, sobre a realidade tenderia a substituir a experiência pessoal do indivíduo. A televisão era então vista como:

um sistema de mensagens, constituído por padrões agregados e repetitivos de imagens e representações aos quais comunidades inteiras estão expostas – e os quais estas absorvem – durante longos períodos de tempo. (Signorelli, Morgan, 1996, p. 112)

Por sua vez, Noelle-Neuman (1916-2010) propôs a Teoria de Espiral do Silêncio, apresentando essencialmente um estudo da opinião pública, preconizando que os indivíduos, quando expostos a relatos dos média, apercebendo-se das tendências de opinião, irão retrair-se em expressar a sua própria opinião, caso esta seja diferente, pois têm receio do isolamento

social. Somente os que partilham da mesma opinião apresentada como tendência é que irão efetivamente expressá-la. Cria-se, assim, uma espiral de silêncio, onde os indivíduos que se sentem como minoria escondem a sua opinião, só a revelando quando a acharem dominante. (Cf. Noelle-Neumann, 1984)

A Teoria Culturológica, desenvolvida por Morin, na década de sessenta do século XX, foi uma das primeiras manifestações desta corrente. Morin, na sua obra, *Cultura de Massa no Século XX: O Espírito do Tempo* (1969) contemplava o estudo da cultura de massa, a qual distinguia os elementos antropológicos mais relevantes assim como a relação entre o consumidor e o objeto. Estamos assim perante uma nova forma de cultura de sociedade contemporânea. Dá-se aqui uma maior importância às estruturas sociais e ao contexto histórico enquanto meios de compreensão dos média de massas. Como Wolf afirma, trata-se de “definir o estudo da cultura própria da sociedade contemporânea como um campo de análise conceptualmente relevante, pertinente e teoricamente fundamentado.” (Wolf, 1999, p. 108) A cultura representa então um papel fundamental, procurando-se estabelecer uma dialética entre o sistema social e as transformações do sistema cultural.

Resumindo e de acordo com McQuail (2000), o pensamento dos *Cultural Studies* compreende uma visão de cultura que se assume como um processo constante de produção de significados para e a partir da nossa experiência social. Esta produção de significados engloba tanto a comunicação verbal como a não-verbal, assim como estruturas sociais e produtos dos média.

Já em 1973, Hall tinha desenvolvido o modelo *Encoding-Decoding*, no qual há uma mudança do enfoque passando agora para o recetor. Hall referiu ainda o uso de estratégias de receção como ponto fundamental neste modelo sendo estas a dominante, a oposicional e a negociada. Desta forma, passou-se a considerar a cultura como um componente de todos os aspetos da vida social contemporânea. A significação da mensagem terá então de ser analisada seguindo

uma perspectiva interpretativa, organizacional e reguladora da conduta humana com impacto na organização social.

Se, por um lado, a produção do texto, da mensagem, da informação transmitida se encontra nas organizações dos média, o público continua a ter uma função poderosa. A análise da receção apresentada por McQuail e Windahl (1993) reconhece poder ao público no que diz respeito à atribuição de significados às mensagens transmitidas, pois precisamente por serem polissémicas, têm sempre de ser interpretadas.

Dado o presente estudo incidir sobre uma figura ligada à televisão, não poderia deixar de fazer uma breve abordagem das principais teorias da comunicação e dos seus proponentes de forma a poder compreender o meu objeto de estudo. Se, por um lado, Oprah Winfrey tem de ser analisada como uma celebridade, há que compreender qual o seu percurso dentro do mundo dos média que lhe permitiu alcançar tal estatuto. Por outro lado, a influência exercida por ela junto do público tem de ser também alvo de reflexão.

Numa primeira análise, Oprah Winfrey, com todas as suas diferentes características, seria passível de ser integrada na linha de pensamento defendida por algumas das teorias apresentadas. No entanto, há que referir que houve uma evolução óbvia da sua pessoa em termos pessoais e da apresentadora em termos comunicativos, o que torna tudo menos linear.

Tentando contextualizar Oprah Winfrey nas teorias da comunicação, importa recordar que existe um conjunto de linhas de pensamento que se debruçaram sobre os meios de comunicação de massas e que são pertinentes para melhor se compreender o fenómeno comunicativo que foi e em parte ainda é. Verifica-se acima que, se numa primeira fase o intuito seria analisar os efeitos que os meios de comunicação de massas exerciam sobre as

peessoas (manipulação, persuasão, influência e função), numa segunda fase houve uma mudança de paradigma em que a preocupação deixou de ser aquilo que os média de massas faziam às pessoas, mas sim o que as pessoas faziam com eles.

Oprah Winfrey pode ser encarada como enquadrável ou pelo menos discutida em articulação com um conjunto de posicionamentos teóricos. No que respeita à Teoria da Persuasão, será de distinguir dois aspetos: a organização das mensagens transmitidas e o papel do público tendo em conta a credibilidade do orador, neste caso Oprah Winfrey, e a organização da sua argumentação. Mas esta oradora pode ainda ser associada à Teoria dos Efeitos Limitados no sentido em que há a introdução de conceitos por Oprah na medida em que esta transmite informação ao seu público. Estes conceitos podem ser introduzidos simplesmente pela escolha de temas, sobre os quais a própria Oprah Winfrey dá a sua opinião pessoal. No entanto, aquilo que é transmitido por ela, já fora previamente filtrado, provavelmente por ela em conjunto com uma equipa do programa, assumindo esta o papel de líder de opinião, que transmite a informação anteriormente analisada nos bastidores e preparada adequadamente de forma a ser transmitida ao público-alvo. O papel do líder de opinião é extremamente relevante no caso de Oprah, demonstrando a sua credibilidade, o facto de ser uma pessoa informada e que no fundo já tem um público que a segue, assim como segue, na maioria das vezes, aquilo que por ela é transmitido. Cria-se assim uma boa eficácia comunicativa das suas mensagens pelo facto de a mensagem que ela quer transmitir alcançar o seu público, quer pelo interesse dos temas quer pela forma como só ela o conseguia fazer, com o seu próprio carisma e características incomparáveis a qualquer outro apresentador de *talk shows*.

Assiste-se também a uma identificação com Oprah Winfrey, enquanto apresentadora de um *talk show* de reconhecido mérito, seguido de uma conseqüente orientação, na qual tanto os média como os telespectadores, recetores das mensagens, intervêm. Os média intervêm como

meios de transmissão da mensagem que Oprah Winfrey transmite, enquanto que os telespectadores usam essas mensagens como formas de gratificação individual, consoante os temas e situações abordadas. Há nesta situação dois momentos diferentes que nos remetem para a Teoria Funcionalista, os quais claramente identificam o uso que o público faz das mensagens recebidas e conseqüentemente as gratificações que daí advêm (as quais podem ser várias).

Os *talk shows* por si só enquanto formato televisivo enquadravam-se no estereótipo de baixa qualidade. No entanto, Oprah conseguiu tanto com a seleção de temas como com as suas próprias características pessoais e comunicativas, quebrar este rótulo. Em televisão, ou melhor, em programas televisivos, se não houver audiências, não será possível manter os formatos e respetivos apresentadores. Logo há uma associação lógica à economia de mercado seguindo o lema de dar aos telespectadores aquilo que eles querem ver, o que nos remete para a Teoria Crítica que via a indústria cultural como um sistema que tinha como princípio a análise da economia de mercado. Daí advêm os lucros e a possibilidade de manter determinados programas televisivos durante anos. No caso do *talk show*, *The Oprah Winfrey Show*, independentemente das críticas associadas ao género televisivo, bateu todas as audiências e manteve-se como um produto lucrativo até ao seu fim.

Por último, e no seguimento do acima referido, considero justificável apresentar em conjunto a Teoria de *Gate Keeping* e a Teoria de *Agenda Setting*. Este facto tem como base a seleção de temas, referida na Teoria Crítica, onde Oprah se enquadra como *Gate Keeper*. Ou seja, ela abordou vários temas no seu programa que nunca teriam sido notícia, caso ela não tivesse permitido a sua divulgação através do seu *talk show*. Considera-se assim que era ela própria que abria e/ou fechava os portões a determinadas temáticas. Assim, ao escolher um tema, Oprah estaria a trazê-lo a público, estaria a colocar o tema em praça pública e na agenda de

discussão de potenciais envolvidos. Através do seu público haveria uma réplica do programa, ou melhor, do tema do programa, podendo haver variadíssimas opiniões sobre o assunto, mas colocava-o sempre na agenda de debate. Sendo o objetivo principal introduzir e desenvolver temas considerados necessários, obviamente de acordo com os produtores do programa, estes eram colocados à discussão por convidados ou simplesmente por pessoas comuns. Haveria, com certeza, intenções não declaradas ao fazê-lo, mas o facto é que os temas passavam para a rua, passavam para a discussão fora da televisão e era-lhes dada relevância, mesmo que fosse através de opiniões contrárias.

Será então segundo estas orientações teóricas da comunicação que a arte de comunicar de Oprah será discutida e analisada ao longo do presente estudo. Esta arte de comunicar pode ser considerada como uma componente de todos os aspetos da vida social contemporânea. Como já antes referido, estamos num tempo em que se conjugam tendências globalizantes e identidades descentralizadas. Num mundo em constante transformação, há que questionar as interações que se baseiam no poder e na autoridade, sendo fundamental não nos basearmos em verdades absolutas e dogmáticas.

1.2.2 Representação e representatividade

Uma questão que também deve ser abordada, ainda que de forma necessariamente breve, tem a ver com a representação e a representatividade, dada a sua pertinência no que respeita à figura que pretendo analisar. Existe uma panóplia de definições não apenas de acordo com as perspectivas de vários teóricos, mas principalmente de acordo com a área em que se enquadra o conceito.

O ser humano tornou-se, desde os primórdios da história, um animal representacional, visto que cria e manipula signos, tal como já reconhecido por Aristóteles ao afirmar que todas as artes são modos de representação, sendo esta uma atividade que distingue o ser humano dos outros animais.

Como seria de esperar, o conceito de representação evolui ao longo dos tempos, passando-se da ideia de uma relação binária, caso da representação estética ou semiótica, ou seja, de coisas que representam outras coisas, ou da representação política, de pessoas que representam outras pessoas, para formulações mais complexas.

O reconhecimento de uma estrutura triangular surge na seguinte definição: "representation is always of something or someone, by something or someone, to someone". (Mitchell, 1995, p. 12) Isto significa que somente um dos ângulos é necessariamente ocupado por uma pessoa. No entanto, verifica-se ainda a passagem de um conceito triangular a quadrilateral, com a introdução de um quarto elemento, estabelecendo-se assim dois eixos: um liga o objeto representacional àquilo que representa (eixo da representação) e outro liga o sujeito que efetua a representação ao que a acolhe, neste caso o espectador (eixo da comunicação).

O conceito de representação abre-se, assim, às situações de carácter social, podendo aqui o meio de comunicação tornar-se em si mesmo num obstáculo por ter um papel duplo, pelo

facto de uma “coisa” poder representar um “conjunto de coisas”, assim como um político representa o seu povo, e uma narrativa poder representar uma série de eventos.

Verifica-se que o signo representacional nunca está isolado de todo um conjunto de outros signos, abrindo um leque de possibilidades para a representação e estando ainda ligado a uma outra vertente: "When something stands for something to somebody, it does so by virtue of a kind of social agreement - let us agree that this will stand for that." (Mitchell, 1995, p. 13)

Podemos, assim, identificar algumas diferenças nas representações de acordo com determinados critérios. Aristóteles definiu desde logo três itens de diferenciação: o objeto, a forma e os meios. Mitchell substitui os meios por códigos, introduzindo um outro aspeto no conceito de representação, ou seja, a forma particular como o código representacional é utilizado: "[...] let us agree to represent this with that used in this way" (Mitchell, 1995, p. 13)

Os códigos referidos por Mitchell têm uma natureza especializada e, ao serem institucionalizados, assumem uma outra dimensão, comumente denominada como convenção social. Temos como exemplo deste tipo de especialização articulável com a dimensão social a linguagem que é um meio de representação e, dentro dela, a literatura, nome dado ao uso estético desse meio, e a poesia que é um género dentro dessa vertente diferenciadora.

Relativamente às relações representacionais entre o material representacional e aquilo que representa, os semióticos, como por exemplo Charles S. Peirce (1839-1914), apontam três elementos chave: o ícone, o símbolo e o índice. Como formas icónicas de representação, encontram-se as que estabelecem relações de semelhança, ligadas aos conceitos de imitação ou mimese. Já no que concerne a representação simbólica, esta não se baseia na analogia de signos, mas sim na condição arbitrária da associação. Quanto à representação por índice, esta

explica o representar em termos de causa e efeito ou com base em alguma relação existencial entre a proximidade física ou outras ligações.

Platão encarou a literatura como sendo a representação da vida e defendeu também que as representações são meros substitutos das próprias coisas, podendo estas ser falsas ou ilusórias e podendo inclusive levar à criação de emoções antissociais. Neste sentido, só determinados tipos de representação, cuidadosamente controlados pelo Estado, poderiam ser permitidos na República da virtude racional de Platão. E, apesar da distância temporal deste argumento que à primeira vista pode parecer extremista, verifica-se poder ser bastante atual, pois várias sociedades criaram, ao longo dos tempos, proibições e restrições relativamente a formas específicas de representação, estabelecendo assim os chamados "contratos sociais": "[...] let this stand for that to them [...]" "[...] let this stand for anything but that [...]" "[...] let this stand for that, but not to them [...]" (Mitchell, 1995, p. 15)

Verifica-se, assim, que a representação nunca poderá estar completamente separada de questões ideológicas e políticas, nem mesmo quando se trata de representação de personagens ficcionais e eventos, pois está igualmente sujeita a condicionalismos sociais e políticos, para além de individuais:

A literatura é uma instituição social que utiliza, como meio de expressão específico, a linguagem – que é criação social. [...] Acresce que a literatura ‘representa’ a ‘vida’: e a vida é, em larga medida, uma realidade social, não obstante o mundo da Natureza e o mundo interior ou subjectivo do indivíduo terem sido, também, objecto de ‘imitação literária’ [...] Ao discutir a relação entre a literatura e a sociedade, é costume começar-se pela frase – derivada de De Bonald – que afirma que ‘a literatura é uma expressão da sociedade’. Que significa, porém, este axioma? Se ele pretende que a literatura, em qualquer dado momento, é o espelho que reproduz ‘exactamente’ a situação social corrente, é um axioma falso; será um lugar-comum, corriqueiro e vago, no caso de apenas querer significar que a literatura descreve alguns aspectos da realidade social. Afirmar que a literatura é o espelho ou a expressão da vida será ainda mais ambíguo. Um escritor não pode deixar de exprimir a sua experiência e a sua concepção total da vida; mas seria

manifestamente falso dizer que ele exprime a vida total – ou até mesmo a vida total de uma certa época – por forma completa e exaustiva. Será especificamente valorativo o critério que declare que um autor deve exprimir integralmente a vida do seu tempo, que ele deve ser ‘representativo’ da sua época e da sua sociedade. (Wellek & Warren, 1949, p. 113)

Para alguns teóricos, tais como Roman Jakobson (1896-1982) e Tzvetan Todorov (1963--) a literatura é sobre si própria, tendo em conta que estes não consideram que a literatura é um reflexo da realidade. Por outro lado, assiste-se na era pós-moderna ao assumir do conceito de hiper-representação, tendo-se invertido por assim dizer os papéis e a realidade começado a ser experimentada como um conjunto infindável de representações. Acresce que com a expansão e relevância ganha pelos meios de comunicação, tudo é infinitamente reproduzível e representável:

Representation means, as the word's etymological origins indicate, re-presentation, a making present again. [...] Rather, representation, taken generally, means the making present in some sense of something which is nevertheless not present literally or in fact. Now, to say that something is simultaneously both present and not present is to utter a paradox, and thus a fundamental dualism is built into the meaning of representation. [...] But the single, basic meaning of representation will have very different applications depending on what is being made present or considered present, and in what circumstances. (Pitkin, 2003, p. 8)

Importa, assim, tentar perceber até que ponto os média, por via das representações que proporcionam e oferecem, contribuem para a construção de realidades sociais, para o estabelecimento de visões e pontos de vista e para a socialização e adaptação de indivíduos. Será a televisão um veículo que possibilita a afirmação de um indivíduo livre, racional e ao mesmo tempo emotivo na sociedade moderna atual ou, pelo contrário, um veículo que impõe ideias e conceitos, alterando personalidades e vontades, de acordo com a espetacularização dos produtos televisivos oferecidos?

Estamos, de facto, perante uma indústria cultural, num contexto de cultura de massas que exacerba a produção de normas simbólicas através dos meios de comunicação. Segundo

Adorno, o que esta indústria oferece de aparentemente sempre novo não passa da representação, segundo diferentes formas, daquilo que é sempre igual, obedecendo a uma lógica de "mercado", ou seja, vender um determinado produto (Adorno, Horkheimer, 2002). Teríamos, assim, uma estandardização da cultura, reduzida a um estereótipo de qualidade duvidosa. Como consequência, o indivíduo perderia a sua autonomia, o seu poder de decisão, aderindo acriticamente ao que lhe fosse facultado de modo impositivo. As necessidades de cada indivíduo seriam assim dominadas por esta cultura de massas, omnipresente na sociedade em que vivemos, condicionando o dia-a-dia de cada um. Tratar-se-ia de uma espécie de instrumento de controlo psicológico e social, comparável ao *Big Brother* de George Orwell na sua obra *Nineteen Eighty-Four* (1949). Do ponto de vista de Adorno, os indivíduos não dizem o que pensam, mas sim aquilo que os *média* querem que eles pensem, passando estes a ser tanto meros recetores de informação como consumidores inertes de produtos que lhes são "vendidos".

Ora, ainda que, como antes referido, a ligação entre os *média* e o recetor tenha vindo a ser reconhecida como geralmente mais complexa, menos direta e dependente de fatores variados, há que reconhecer que a televisão assumiu o papel principal neste campo, expondo rostos e identidades, abrindo as portas a várias esferas públicas e a espaços de visibilidade centrados em interesses particulares, tornando-se num instrumento tanto socializante como identificatório dos indivíduos. Com toda uma multiplicidade de narrativas, fluidez e proximidade dos telespectadores, a ênfase no atual, a sua inter-referencialidade, uma infinidade de imagens e técnicas de reprodução e uma grande carga emotiva, a televisão tornou-se representativa da cultura contemporânea, sendo esta, como afirmou Baudrillard (1994), o universo da simulação. Perante este universo, as mudanças sociais e culturais da atualidade derivariam em grande parte desta cultura televisiva que tem vindo a assumir um papel predominante, tornando-se numa espécie de padrão estético, identificado por "géneros

discursivos perfeitamente codificados e o realismo como paradigma por excelência da representação" (Pissarra Esteves, 2003, p. 82) Este realismo representacional resulta dos discursos, das imagens, dos formatos estabelecidos a partir de um conjunto de gêneros discursivos previamente estabelecidos. É neste contexto que o entretenimento ganha força, em especial os *talk shows*, pelo seu recurso a elementos simbólicos da própria realidade dos indivíduos, conquistando assim de forma fácil audiências, captando a atenção e gerando o agrado dos seus telespectadores ao facultar-lhes o visionamento do que surge como o cotidiano geral e até mesmo o retrato das suas próprias vidas.

Este fenómeno comunicacional conduziu a uma alteração da condição do telespectador que deixa de ser meramente cidadão e passa a ser também consumidor dos produtos televisivos. Desta forma, passou a fazer-se televisão de acordo com os desejos e necessidades dos telespectadores, privilegiando-se o espetáculo do cotidiano e as histórias de vida de pessoas anónimas que levam às casas de todas as sociedades as representações sociais e culturais que "todos" desejam "viver".

No entanto, temos de ter em consideração a forma como chegam ao destinatário todas estas imagens, ou seja, a linguagem utilizada, pois é a partir dela que se produz e partilha o significado das coisas, visto a linguagem ser um sistema de representação que regula e orienta as relações humanas, que faz pensar, sentir e falar. Estamos a falar de construções mutáveis e contextuais, onde a representação e a cultura têm uma estreita relação, entendendo-se a cultura como um conjunto de significados partilhados que regulam as práticas sociais e sendo a linguagem e a cultura o meio de produção e transmissão dos significados. Estes três conceitos são segundo Hall, indissociáveis. As pessoas agem de acordo com os significados que atribuem às coisas, ou seja, a partir das representações disponíveis:

Representation connects meaning and language to culture. (...) Representation is an essential part of the process by which meaning is produced and exchanged between members of a culture. It does involve the use of language, of signs and images which stand for or represent things. (Hall, 2003, p. 15)

A nível do que se entende por comunicação, é de notar a existência das mais diversas abordagens, dada a relevância que esta tem, seja em que circunstância for. Goffman (1969) refere-se essencialmente às atuações, às ações de uns sujeitos em relação aos outros, enquanto Hall enfatiza as relações sociais que regem as relações entre os sujeitos, construindo significados que permitem a apreensão do mundo e do outro. No entanto, talvez se deva reconhecer que ambas as teorias se complementam, pois é necessário interatuar, construindo significados ao interagir-se, uns com os outros.

Inevitavelmente, entra-se aqui num outro campo, o da representação social, conceito este explorado por Émile Durkheim (1858-1017) em finais de oitocentos através da sua preocupação com a forma como as sociedades poderiam manter a sua integridade e coerência na modernidade. Esta área da sociologia, de tentar descobrir factos sociais estruturais leva-nos à área da representação social, tema retomado mais tarde por Serge Moscovici a partir de meados dos anos sessenta do século passado na área da Psicologia Social. Partindo do conceito de um sistema de representação partilhado por uma comunidade e fundado na história e na tradição, tal como apresentado por Durkheim, Moscovici irá propor, que a representação social se refere ao posicionamento e localização da consciência subjetiva nos espaços sociais, com o objetivo de construir perceções por parte dos indivíduos. Estaremos, assim, perante um processo de fenómenos interativos, resultado dos processos sociais no quotidiano do mundo moderno, reconhecendo-se que os estilos particulares de comunicação, em especial de novidades (as inicialmente estudadas por Moscovici seriam as científicas, mas em breve se percebeu que o mesmo se aplicaria a outras áreas), correspondiam a um modo também particular de representação entre a comunidade. Este processo pode relacionar-se

com a veiculação de imagens, mensagens e comportamentos sociais pelos média que, sendo fenómenos complexos resultantes do que se afirma como senso comum, englobam representações que orientam e condicionam os comportamentos individuais. Torna-se fulcral a forma como se comunica e a receção da mensagem, não se dando particular relevância àquilo que é transmitido.

No que respeita à televisão, aquela caixa mágica existente em quase todas as salas de estar a partir de meados da década de cinquenta do século XX, verifica-se que assumiu um papel fundamental no seio da comunidade familiar e de famílias, pois o modo como modifica a disposição mental de todas as partes envolvidas, sejam do lado do emissor ou do recetor, já que a figura que surge no ecrã, a que se poderá chamar "ator", representa em função do seu telespectador, tentando criar, mudar ou manter atitudes ou opiniões nos indivíduos com que comunica por esse meio.

Neste campo do efeito dos meios de comunicação de massas, no que diz respeito às relações sociais, será ainda de remeter para Marshall McLuhan, e o mundo retribalizado a que ele se refere, onde as pessoas passam a ser "bombardeadas" por inúmeras e variadas informações, oriundas de todas as partes do mundo através dos mais variados meios de comunicação. Estes meios de comunicação atingem simultaneamente uma vasta audiência heterogénea e geograficamente dispersa, num curto espaço de tempo, envolvendo milhares de pessoas anónimas no processo.

As indústrias dos média estão, atualmente, a passar por variadas mudanças económicas e tecnológicas, originando assim um grande impacto na produção e difusão de mensagens, de imagens, de modelos fundamentais na formação do indivíduo. Ao longo das várias décadas do século XX, muitas foram as áreas que estudaram este poder exercido pelos média, passando pela Sociologia, pela Psicologia e outras disciplinas que levaram à formação de uma conceção

do que é o ser humano hoje, diferente do de outras épocas, porque tudo ao seu redor também mudou.

Note-se que, num processo de comunicação, não é somente o reflexo das relações sociais que impera numa sociedade, mas também o fenómeno básico e universal de influência recíproca. A linguagem utilizada tem uma dimensão tanto emotiva como cognitiva, transmitindo assim um significado emocional e conseqüentemente interferindo na assimilação ou não de determinados significados, ou vários tipos de representação, sendo a mais comum de todas a social. No século XXI assiste-se, com efeito, a uma grande transformação dos públicos, havendo uma substituição de uma certa ênfase em ideologias pelo culto das celebridades, e verificando-se que o entretenimento superou (e por vezes quase substituiu) a realidade. E, neste contexto, o telespectador torna-se ao mesmo tempo ator. Trata-se do apogeu de um tipo de representação social que se encontra intimamente ligada às práticas culturais em que quer toda uma história, quer toda uma tradição, dá sobretudo lugar à flexibilidade e volatilidade da realidade contemporânea.

Oprah Winfrey é, sem dúvida, uma das personalidades televisivas que oferece aos telespectadores representações como as acima referidas, conseguindo normalmente uma enorme adesão do seu público. Ela construiu, ao longo dos tempos, um lugar socialmente legitimado por uma ampla audiência ao ter compreendido, muito cedo, que ao estar perante uma câmara televisiva estaria a atuar não para si própria, mas para os outros. Conhecida em todo o mundo, passa a ser apelidada de rainha de todos os média, pela sua já longa carreira televisiva que vai desde apresentadora de um *talk-show*, a atriz, produtora de uma revista, criadora de um sítio da Internet, diretora do primeiro grupo empresarial multimédia, filantropa e acima de tudo uma inspiração para milhares de pessoas, não só nos E.U.A. Estamos perante

uma poderosa líder de opinião, admirada, respeitada e imitada por muitos, não só pelo papel que teve no *The Oprah Winfrey Show*, mas também por ser a voz de uma era e surgir como a representação dos interesses do povo americano. Oprah começou por ser a rainha da conversa televisiva e transformou-se num guru espiritual, heroína cultural e líder de opinião pública.

Mas como é que Oprah conseguiu manter este estatuto durante décadas? Após obter um *talk-show* com o seu próprio nome em 1986, e subsequentemente conseguir obter um recorde de audiências, muitos eram os críticos que a consideravam um fenómeno de "lixo televisivo", assim como outros *talk-shows* da década, acima de tudo pelo negativismo que era por este tipo de produto televisivo levado às casas dos telespectadores em épocas tão conturbadas como a então vivida. Winfrey não foi indiferente às críticas dessa índole e, em 1996, achou que era o momento ideal para uma remodelação total do programa, tornando-o mais positivo, acrescentando a participação de mais celebridades e lançando o *Book Club*, de forma a promover a leitura. Este otimismo continuou com a *Oprah's Angel Network* que visava a criação de bolsas de estudo universitárias através das contribuições dos telespectadores ou de qualquer outra pessoa. Durante os anos que se seguiram, Oprah estava determinada a levar a felicidade, a esperança, o otimismo às casas dos telespectadores e inclusive a mudar-lhes as vidas tristes e sombrias. Através da televisão, da internet, da revista e de outros meios, Oprah pretendia ajudar os telespectadores a mudar as suas vidas, permitindo-lhes um crescimento pessoal e até por vezes a realização de sonhos. O seu empreendimento complexo e multifacetado é o resultado de uma cultura própria, das suas qualidades e talentos e da sua autoridade singular que advêm de todo um processo sócio- histórico e económico-político e uma enorme competência na promoção do produto que oferece que tornaram possível a sua canonização popular:

After all Winfrey does not simply turn viewers into self-designated "friends"; rather, in the process of constructing a relationship with her audience, she transforms them into loyal consumers." (Harris & Watson, 2007, p. 3)

Consegue que se estabeleça uma espécie de relação parassocial, onde os telespectadores se relacionam com as personalidades televisivas como se realmente as conhecessem, vendo-as como reais, ainda que sem qualquer mediação que os ligue. Trata-se da construção de uma pessoa igual a tantas outras e acessível a todos. E é desta forma que Oprah Winfrey alcança uma tão vasta audiência, com a sua habilidade natural de se relacionar emocionalmente com o público:

As a host, Winfrey combines her training in journalism with her love of performance, creating the persona of an empathetic and accessible interlocutor. [...] Notably Winfrey rhetorically identifies herself with her viewers, does not talk down to them, and assumes a shared surprise at new discoveries. In this way, she presents herself not as an informed expert but as an informed witness-participant. (Harris & Watson, 2007, p. 5)

Na verdade, é todo este conjunto de situações, de atos discursivos, de linguagem utilizada, de imagens transmitidas e de valores partilhados que dá legitimidade a Oprah Winfrey que se tornou uma das mulheres mais influentes do mundo, e lhe permite ser um modelo representacional, acima de tudo para as mulheres, que são a maioria da sua audiência.

Oprah Winfrey, ao representar assim uma audiência televisiva, está a usar tanto a linguagem como a imagem de forma a criar um significado para o mundo de hoje. Este processo decorre através de sistemas, tais como a linguagem, que são estruturados de acordo com regras e convenções pré-estabelecidas, ainda que abertas à plasticidade requerida por cada momento específico. Podemos questionar se esta representação reflete o mundo tal como ele é, espelhado para o recetor através de um processo mimético ou se, por outro lado, é o próprio recetor que constrói o seu mundo e o seu significado através das representações que lhe são proporcionadas. Apesar da relevância da dimensão mimética, atualmente deixou de ser

aceitável que as representações sejam meras cópias das coisas como elas parecem na realidade ser ou como a pessoa que as criou acredita que devam ser. O ser humano passou a construir o significado das coisas através de um processo de representação mais localizado no tempo e no seu espaço concreto, ao atribuir significado ao mundo material através da compreensão dos objetos e entidades nos seus contextos culturais específicos.

São, pois, as imagens que geram os significados, os quais são produzidos através de uma complexidade de práticas sociais. Temos, entretanto, de ter em consideração os seguintes elementos: os códigos e as convenções que estruturam a imagem e não podem ser dissociadas do seu conteúdo; o espectador e a forma como este interpreta e experiencia a imagem; e, por último, os contextos em que a imagem é exibida ou visionada. Estes elementos são determinantes na apreensão de uma imagem televisiva, e também quando se fala especificamente de *The Oprah Winfrey Show*:

Just as images are both representations and producers of the ideologies of their time, they are also factors in the power relations between human subjects and between individuals and institutions. When we look at images, we look within a field that includes much more than just our gaze and the image. This field includes, among other things, the medium through which we see the image and the architectural, cultural, national, and institutional contexts in which we see the image. (Sturken & Cartwright, 2009, p. 93)

E, como se poderá constatar pela avaliação oferecida abaixo, Oprah Winfrey não é simplesmente vista como uma força individual ou cultural, mas também como a representação de um estilo de vida, um conjunto de estratégias e mais importante ainda como uma "maneira de ser", a par de uma força inescapável no mundo da cultura e dos negócios:

No other name (except perhaps O. J.) commanded comparable national recognition in late-twentieth-century pop culture. Time Magazine lamented the 'full Oprahization' of American politics; Publishers Weekly claimed an 'Oprah Effect' over book sales; the 'Oprah Factor' may have impacted the merger between the New World Communications and King World, as well as Time's subsequent buying of the distributor; and Christopher

Buckley satirized a fictional conversation between Oprah and Pope John Paul II as 'Poprah'. Because the name, actuality, and talk show of Oprah Winfrey resonate with people, the mere enunciation 'Oprah' conjures the sublime example of self-help, authority and release. Depending on the context, the name transforms from subject to verb to adjective. (Smith-Shomade, 2002, p. 148)

1.2.3 O *talk show* como género televisivo

Um dos aspetos fundamentais dos meios de comunicação social diz respeito à própria infraestrutura de transmissão e troca de informações. Algumas inovações tecnológicas cruciais durante a segunda metade do século XX vieram transformar totalmente os contornos das telecomunicações, ou seja, a transmissão de informações, sons ou imagens à distância através de um meio tecnológico.

Quando a televisão passou a dominar o cenário dos meios de comunicação social, surgiram vários receios. Entre estes, o receio dos efeitos da televisão nas famílias e nas comunidades constituiu o objeto de estudo da influente análise sociológica sobre a sociedade americana dos anos cinquenta levada a cabo logo no início da década seguinte por David Riesman (1961). Ora, ainda que alguns dos seus receios fossem plausíveis, a televisão, bem como os demais meios de comunicação social, também enriqueceram o mundo social de muitas maneiras.

A televisão diferencia-se, entre outros aspetos, pela interação que estabelece com o espectador. A televisão entra pela casa de cada um adentro e não exige a mesma concentração da atenção que um filme exibido numa sala de cinema. A televisão permite, com rapidez ou até em direto, o relato e a transmissão de acontecimentos a partir de e para qualquer parte do mundo.

A televisão é hoje omnipresente, enraizando-se de tal forma nas rotinas do quotidiano que constitui uma componente inquestionável da vida social para muitas pessoas. Os programas de televisão a que se assiste são motivo de conversa entre amigos e familiares da mesma forma que a programação televisiva condiciona a organização do tempo de lazer da maioria. A “caixa mágica” permanece ligada mesmo quando se está ocupado com outras atividades, sendo a sua constante presença quase essencial na vida de hoje. Como referiu Roger Silverstone:

Television accompanies us as we wake up, as we breakfast, as we have our tea and as we drink in bars. It comforts us when we are alone. It helps us sleep. It gives us pleasure, it bores us and sometimes it challenges us. It provides us with opportunities to be both sociable and solitary. Although, of course, it was not always so, and although we have had to learn how to incorporate the medium in our lives we now take television entirely for granted. We take television for granted in a way similar to how we take everyday life for granted. [...] Our experience of television is of a piece with our experience of the world: we do not expect it to be, nor can we imagine it to be, significantly otherwise. (1994, p. 3)

A televisão satisfaz, de certo modo, as necessidades emocionais e cognitivas dos indivíduos, da mesma forma que contribui para a elaboração de rotinas e hábitos que reforçam o sentimento de confiança nos outros ou a sua segurança ontológica (Cf. Giddens, 1991). Estes atributos tornam compreensível a omnipresença da televisão, mas não explicam o caráter inevitável ou intangível da sua posição dominante, pois não é a dimensão tecnológica deste meio de comunicação que determina a sua receção social e cultural.

Relativamente ao tipo de programas transmitidos, nomeadamente os *talk shows*, que tantas vezes e de formas tão diferentes foram apelidados de lixo, como já antes mencionado, teremos então de os enquadrar enquanto género televisivo. Não sendo um conceito que reúna consenso, posso referir dois pontos de vista diferentes apresentados por Glynn em *Tabloid Culture*, onde este refere duas situações opostas, sendo a primeira defendida por Postman e Powers:

Talk shows are dismissed as the electronic descendants of nineteenth-and early-twentieth-century circus sideshows. Neil Postman and Steve Powers, for example, revive this cliché in their glib characterization of the talk show genre as ‘nothing more than a highly profitable freak show’ that ‘serves as a diversion from the urgent issues of the day.’ (2000, p. 188)

Uma segunda perspectiva é apresentada também no mesmo livro, mas com uma abordagem muito mais aberta às necessidades dos membros do público e à sua realidade diversificada e tantas vezes silenciada:

Laura Grindstaaf, a scholar who worked for more than a year behind the scenes at two tabloid talk shows, observes that the genre is crucially shaped by the socially generalized silence that surrounds the sorts of people and issues to which these programs give voice, ‘since the more excluded a group or topic has been, the more likely it is to appear on a daytime talk show.’ Marginalized social formations learned quickly to capitalize on the media space that talk shows readily afford them. (2000, p. 188)

Assiste-se assim a uma dicotomia de abordagens avaliativas, que a meu ver se foram diluindo ao longo das últimas décadas, havendo uma espécie de conjugação de ambos os argumentos pró e contra. O *talk show* poderá assim assumir o papel ilustrativo televisivo das falhas dissimuladas da sociedade. Se há uma falha da democracia, poderá o *talk show* colmatar de alguma forma esta lacuna ao divulgar publicamente alguns temas considerados tabu? Uma possível resposta para esta questão surgirá adiante, na análise do sub-género, muitas vezes confundido com género, o *talk show* diurno.

Mas antes de avançar importa definir o que é afinal um *talk show* em televisão. Este é um programa de televisão em que, como o próprio nome sugere, existe uma ênfase na dimensão de espetáculo, em paralelo com a da troca de opiniões entre membros que fazem parte desse espetáculo e entre estes e um público que se encontra presente em estúdio; isto, para além de, nalguns casos, o público poder intervir telefonicamente ou, mais recentemente, pela internet, no caso de o espetáculo ser transmitido em direto. Elementos cruciais são, por isso, a figura do apresentador dos vários assuntos e convidados, os convidados em si e os especialistas que possam ser chamados a dar a sua opinião sobre os assuntos em discussão, e o público. Por vezes, existe ainda o elemento música por via de um grupo orquestral igualmente presente no estúdio e até ocasionalmente interveniente na conversa por interpelação do apresentador. Naturalmente que o assunto da conversa é um outro elemento definidor, como aliás referido acima a propósito por Grindstaaf. Entre os vários tipos de *talk show* televisivo existentes, importa aqui sublinhar o diurno.

E, sendo *The Oprah Winfrey Show* um *talk show* televisivo diurno, torna-se imperativo contextualizar este sub-género, o qual é significativamente mais complexo que a habitual reputação que lhe é atribuída, de cultura popular simplista associada aos *tabloids* de tempos anteriores, os quais continham na sua maioria colunas com conselhos para mulheres significativamente marcados pelo melodrama.

A conceção de *talk show* diurno mudou consideravelmente desde o final do século XX até ao presente, tendo como princípios básicos cinco características principais identificadas por Shattuc:

One, it is issue-oriented; content derives from social problems or personal matters that have a social currency such as rape, drug use, or sex change. Two, active audience participation is central. Three, it is structured around the moral authority and educated knowledge of a host and an expert, who mediates between guests and audience. Four, it is constructed for a female audience. Five, it is produced by nonnetwork companies for broadcast on network-affiliated stations. (1997, p. 3)

Foi a partir dos anos oitenta do século XX, que a primeira geração deste tipo de *talk shows* diurnos ganhou relevância na sociedade americana sendo os mais reconhecidos *Geraldo*, *The Phil Donahue Show*, *Sally Jessy Raphaël* e *The Oprah Winfrey Show*. Os tópicos abordados decorriam de problemas e temas sociais de grande atualidade, onde a componente de interesse humano ganhava uma dimensão cultural de conflito, o qual é considerado um elemento fundamental a nível das audiências, pois entende-se que é um dos fatores que prende um indivíduo ao programa televisivo.

O *talk show* diurno distingue-se geralmente pela temática, de ordem predominantemente social, resituada no contexto doméstico ou pessoal, sendo aí que se terá de lidar com questões comportamentais inerentes às situações apresentadas, envolvendo frequentemente a quebra de tabus culturais.

A participação do público assume-se como uma das diferenças entre os vários tipos de *talk shows*, especificamente os diurnos. Relativamente ao sub-género televisivo em estudo, existe em estúdio um público que ratifica aquilo que o apresentador proclama, quer através das palmas, quer através do riso ou do choro ou até através das expressões faciais que vão sendo captadas e transmitidas pela televisão ao público telespectador. O apresentador fala diretamente para o público, em estúdio e em casa, havendo uma marcada personalização de tratamento por recurso ao uso dos pronomes pessoais que criam familiaridade ou proximidade, “you” e “we”, de forma a quebrar a barreira de impessoalidade criada por um meio de comunicação de massas como a televisão. Promove-se assim uma inclusão ativa do público no programa, passando este a ter um papel basilar, cuja relevância é fundamental em termos da mensagem transmitida também para os telespectadores que se encontram em sua casa. Com esta técnica de inclusão, a sensação de se estar a participar de forma próxima em algo que se encontra tão distante torna-se muito maior, estabelecendo-se assim uma maior vicinalidade entre apresentador, participantes em estúdio e público no espaço doméstico de cada um.

A autoridade moral do apresentador e dos peritos, que são normalmente convidados para o programa é outra das características diferenciadoras dos *talk shows* diurnos. Pode, aliás, estabelecer-se um paralelismo com os *talk shows* radiofónicos, muito relevantes especialmente nas décadas que antecederam o advento da televisão, em que era oferecido aos ouvintes o contacto com elementos provenientes das classes sociais mais instruídas. Com efeito, os apresentadores de um *talk show*, seja ele radiofónico ou televisivo, usam, regra geral, o seu saber ou a sua própria experiência sobre determinado tema de forma a criarem um registo de autoridade necessária para a condução do programa. Através dos conselhos e mediação de conflitos proporcionados, o apresentador e os peritos/convidados transmitem uma posição que visa ser estabelecida como culturalmente aceitável e até mesmo valiosa.

O horário de transmissão dos *talk shows* diurnos apela a um público específico, as mulheres, as quais constituem, segundo a empresa Nielsen, oitenta por cento da audiência que regularmente assiste a este tipo de programas. Há um apelo direto às mulheres como público que se encontra em casa às horas em que o programa é emitido, promovendo-se um enfoque em temas emotivos e de relações interpessoais.

A discussão sobre este tipo de produtos televisivos não é pacífica pois, se por um lado, como refere Shattuc (1997), são apelidados como “sleaze TV”, “tabloid TV” e “trash TV”, por outro alcançam audiências de dimensão incomparável. Não se pode negar a natureza *tabloid* da maioria dos conteúdos, dando aliás continuidade a algo que sempre fez parte do jornalismo americano, ou seja, o gosto pelo sensacionalismo, característica que veio a transpor-se igualmente para o campo televisivo. No entanto, assiste-se a uma mudança de tipo de conteúdo, visto que existe uma passagem da esfera pública das notícias sensacionalistas para a esfera de interesse humano não menos sensacionalista.

O consumismo é outra das características associadas aos *talk shows*, visto estes se oferecerem como uma plataforma de publicidade para anunciantes que se pensava poder atingir um público aberto a aquisição de produtos diversos, tanto mais que, por via do programa, esta publicidade se poderia fazer de forma discreta e integrada.

Retomando a questão do conteúdo, é fácil constatar que as histórias apresentadas versam normalmente sexo, violência, crime e tragédia, utilizando-se para as abordar um vocabulário simples, assim como estruturas fráscas acessíveis, de acordo com os temas sociais e debates de índole emotiva que são apresentados. É por esta razão que surge o termo “populismo” associado aos *talk shows*:

The populism of talk shows is defined in its broadest sense as defending ‘the people’, ‘the little guy’, or ‘underdog’ against the reigning power, whatever it is construed to be. The

conflicts are defined not in clear class or economic terms but, rather, through a narrative of inequality. (Shattuc, 1997, p.20)

Com efeito, segundo Shattuc, os *talk shows* apresentam-se, ainda ou por isso mesmo, como um teste à tolerância dos americanos à diferença e à ideia de liberdade democrática, pois está-se perante um produto de vertente sensacionalista assim como face a uma abordagem de temas de cariz social, a qual viola por vezes as normas de comportamento consideradas como “normais”, ou seja, as reconhecidas como aceitáveis pela maioria social.

Impõe-se também referir a tradição jornalística das *sob sisters*, uma das características dos primeiros *tabloids* do século XX, à qual os *talk shows* foram buscar muito do seu estilo e conteúdo. Este termo refere-se às mulheres que trabalhavam para *Hearst* e *Pulitzer*, entre outros, as quais escreviam artigos sobre crimes e escândalos, mas de uma forma muito sensacionalista e manipulativa a nível emocional. Estas mulheres, na sua busca de matéria jornalística deste tipo, chegavam a usar disfarces e a manipular indivíduos de forma a ganharem a confiança suficiente para obter a informação necessária. Havia, assim, uma vertente predadora que tende a esbater-se nos *talk shows* diurnos, nos quais se tem em consideração primordialmente as histórias de interesse humano fundamentadas em injustiças sociais.

De entre os primeiros *talk shows* diurnos, será pertinente referir alguns nomes, em concreto os de *Mike Douglas Show* (1963-1982), *Girl Talk* (1963-1970), *Gypsy Rose Lee Show* (1965), *Merv Griffin* (1972-1982) e *Dinah!* (1974-1980). Todos estes *talk shows* eram orientados de acordo com a escolha temática e eram compostos por um misto de entrevistas a celebridades, figuras políticas e peritos numa dada área. A título de exemplo, *Girl Talk* foi na época um dos *talk shows* mais duradouros, apresentado por Virginia Graham, no qual era discutida uma grande variedade de temas específicos para mulheres, contando com a presença de celebridades e escritoras femininas. No entanto, este *talk show* tinha uma particularidade pois

pretendia colocar mulheres com perspectivas antagónicas frente a frente de forma a gerar alguma polémica e agitação e até mesmo conflitos. (Cf. Shattuc, 1997)

No entanto, se através destes *talk shows* se poderia fugir à rotina diária e obter assim algum tipo de entretenimento e/ou informação, há que reconhecer a evolução deste género televisivo, o qual veio a ser encarado durante o século XX como guia de comportamentos corretos, tendo evoluído no século seguinte para a oferta de conselhos a nível psicológico, dando reconhecimento ao pensamento de Freud que ganhara particular relevância nos E.U.A. a partir da década de vinte e seguintes. Na altura em que o pensamento freudiano chegou aos E.U.A, a mulher, de forma geral, era vista como instrumento para lidar com os problemas emocionais e comportamentais no seio da família. Durante esta época era ainda a rádio o médium de eleição do público feminino, na medida que era aí que encontrava maior espaço para a busca de aconselhamento.

Mas entre os anos vinte e os anos sessenta muito se tinha alterado, embora nem sempre a nível do espaço feminino, o qual se vira nova e preponderantemente reconduzido à esfera doméstica após o final da Segunda Guerra Mundial. Importa salientar, assim, que foi no ano de 1967 que o *Phil Donahue Show* apareceu, podendo estabelecer-se uma ligação tanto com o Movimento dos Direitos Civis⁴ como com os movimentos feministas. Os americanos definiam-se, então, segundo diferenças de raça, género, classe, geração e política. No final da década de sessenta, os movimentos de afro-americanos diversificaram-se ainda mais, surgindo vários movimentos (entre eles o *Southern Christian Leadership Conference*) e outros, como o *Black Power* ou o mais radical (e armado) *Black Panther Party*.

⁴ Uma breve nota para esclarecer que uso a designação “Civis” e não “Cívicos” como algumas vezes é defendido, por analogia com a designação do código de leis que trata dos assuntos do relacionamento entre pessoas, o Código Civil, ou o documento que integra a Declaração dos Direitos do Homem.

A movimentação dirigida para a exigência de maiores direitos de cidadania e realização profissional como componente da realização pessoal pode também ser associada à criação de novos grupos feministas. Donahue aproveitou todas estas mudanças e dirigia-se abertamente às mulheres, as quais tomavam crescentemente consciência do seu papel social. Foi também nesta altura que a televisão e toda a sua programação respondeu a este novo potencial do mercado em termos de público.

No entanto, o sucesso deste tipo de *talk shows*⁵ também se deve, em grande parte, à manipulação quer de convidados quer do próprio público, o que reforça, por vezes, uma imagem de sensacionalismo na interação humana. Muitos dos programas de *talk shows* assentam, em parte, em estereótipos sociais, sendo esta uma das principais críticas que lhes são apontadas. Saliento, contudo, que se deve diferenciar entre o estereótipo socialmente admissível por se fundar em características reconhecíveis em termos de representação de algo realmente existente, e uma representação francamente distorcida baseada no preconceito e no medo. Dryer (1993) acrescenta, aliás, que todas as sociedades dependem de estereótipos pois é através deles que se joga com o conjunto imenso e caótico de informação recebida. A representação tende, assim, a ser organizada através de generalizações, padrões e tipificações. Acresce que os *talk shows* não são considerados, por norma, como palco de representação de situações exclusivamente individuais. No entanto, quando um indivíduo em particular se assume como representação social de um grupo mais vasto, este adquire uma dimensão de figura a um tempo única e repetível, cuja história pessoal apresentará soluções e facetas psicológicas extensíveis a muitos mais, no fundo a todo o grupo que com ele encontre laços de identificação. Assume assim um papel social dentro de uma comunidade, deixando de ser

⁵ Referir-me-ei aos *talk shows* a partir deste momento, considerando os *talk shows* diurnos, visto o objeto de estudo ser um deles *The Oprah Winfrey Show*. A introdução inicial tornava-se necessária para contextualizar este sub-género de *talk show*.

encarado como estereótipo e aproximando-se da ideia de figura exemplar. Apesar da ténue linha que separa estes dois conceitos, de estereotipação e individualização representativa, os *talk shows* assumem uma posição de risco ao tentarem equilibrá-los.

Todavia, os *talk shows* são geralmente considerados um produto não essencial, preponderantemente caracterizado pelas facetas de entretenimento e publicidade. Por outro lado, o produto que oferecem é algo que anteriormente caberia à esfera familiar, ou seja, o aconselhamento em circunstâncias que o exigissem. Surgem, assim, simultaneamente como dispensáveis e até nocivos, dada a sua natureza de mecanismo direcionado para atingir a mulher consumidora, situada fora da esfera profissional, entrando na maioria dos dias dentro de sua casa, na sua esfera pessoal, mas também como pessoal e socialmente relevantes precisamente por acompanharem a mulher que se encontrava afastada do trabalho profissional. Esta dupla vertente tona-se bem visível no modo como se estruturavam. Note-se que, se os programas em si tendiam a abordar (muitas vezes empolando) problemas e necessidades de terapia, autoajuda e suporte emocional, os intervalos publicitários ofereciam ao público feminino, considerado o potencial comprador, respostas concretas e imediatas em forma de produtos de consumo facilmente acessíveis.

Num *talk show*, também o apresentador desempenha um papel fundamental pois, nos anos oitenta, era a principal forma de diferenciação entre os existentes. O facto de o título de um *talk show* ter o nome do apresentador e de nos referirmos a este pelo primeiro nome é indicador da sua centralidade e até da proximidade estabelecida, pois sugere uma relação mais íntima com o telespectador. No entanto, há que não esquecer que o apresentador que surge perante a assistência em estúdio e o público em casa não é a pessoa real, de carne e osso, que no mundo do quotidiano social dá por esse nome, mas tão só uma construção verosímil e próxima da pessoa em si. Por exemplo, em relação a Oprah, não é a Oprah Winfrey autêntica

que o público vê, mas sim a imagem de autenticidade contruída por e para Oprah, ainda que a própria prefira negá-lo. Por vezes torna-se difícil estabelecer esta diferença, mas é crucial fazê-lo neste estudo.

De uma forma geral, entendendo-se os *talk shows* como dependentes de temas sociais de impacto significativo, assim como da participação do comum cidadão, temos de os considerar igualmente como um dos espaços de discussão do ser político. A questão que aqui se coloca é a de se poder considerar o conteúdo de *talk shows* como pertencendo ao domínio do político ou não. Recorde-se que uma das bandeiras dos movimentos feministas do século XX era que o político inclui o pessoal. Se o político se refere ao cidadão, ao ser em sociedade, então o conteúdo dos *talk shows* é político na medida em que o indivíduo, enquanto portador de uma função social, é central nas temáticas recorrentes destes programas e na disseminação da sua discussão em círculos que podem alargar-se de forma sensível. Há uma popularidade evidente que decorre dos temas culturais, sociais e políticos abordados, e que gera uma consequente discussão daquilo que é apresentado no programa, a qual pode ocorrer tanto nos locais de trabalho, como em casa, por exemplo ao jantar, com a restante família. Levantam-se, ainda, por vezes, questões ligadas à distinção entre realidade e ficção, visto que a barreira entre o vetor de entretenimento e o informativo se problematiza ou desvanece ao se discutirem tanto questões políticas mais abrangentes como dramas pessoais e mais restritos.

Todas estas dualidades caracterizam a natureza dos *talk shows* e encaminham-nos para a década de noventa do século XX, para um público que passa também a englobar, por exemplo, tanto ativistas homossexuais como mulheres que ganharam relevância no campo profissional, precisamente por estes grupos conseguirem ver discutidos no programa aspectos para si relevantes. Pode colocar-se a questão sobre se este público diversificado e eclético, característico por exemplo do *The Oprah Winfrey Show*, será a nova incarnação da esfera

pública. Para a democracia, o espaço de debate público fora sempre importante e, como reconhece Habermas (1974), existia em complemento ou mesmo em oposição à esfera privada que se resumia à família e à atividade doméstica. Todavia este autor refere também que o advento do monopólio do capitalismo durante o século XX alterara a independência da esfera pública como uma instituição universal, visto a opinião pública passar a ser conduzida por interesses comerciais. Assim, Habermas conclui:

The idea of public sphere, preserved in the social welfare state mass democracy, an idea which calls for a rationalization of power through the medium of public discussion among private individuals, threatens to disintegrate with the structural transformation of the public sphere itself. (Habermas et al, 1964, p. 55)

Pode, assim, observar-se que continua a haver uma relação ambígua entre o considerado esfera pública por si só e o conceito de esfera pública no âmbito dos meios de comunicação, neste caso específico, na televisão.

Importa reconhecer que o feminismo das últimas décadas do século XX criticou duramente este tipo de visão de oposição da esfera pública à esfera privada, pois dava origem a uma outra oposição, nada subtil, entre a esfera masculina e a feminina, ficando os homens associados ao campo profissional, de debate político e racional, enquanto as mulheres ficariam ligadas ao campo doméstico e emocional. Entende que, desta forma, haveria, mais uma vez, uma imagem denegrada das mulheres, pois continuariam a ser vistas como apenas estando reduzidas ao espaço doméstico, recetivas à manipulação dos média. Ora, a ênfase colocada na condição política, também do espaço do privado, devolve-lhes uma relevância que de outro modo não teriam. Penso, aliás, haver, na apreciação sobre a mulher acima criticada, uma desvalorização, quer das mulheres em si, quer do trabalho doméstico, o qual necessita de ser reconhecido pela importância social, além de pessoal ou familiar, que realmente tem. No contexto de uma visão que colocava a esfera pública (mais masculina) em

posição distinta da privada (mais feminina e social e culturalmente minorizada), também os *talk shows*, cujo público é predominantemente constituído por mulheres domésticas, acabariam denegridos como uma forma de “não-cultura”, visto serem programas considerados como femininos, lugares onde as emoções e os valores de consumismo associados ao fraco sentido do trabalho doméstico prevaleceriam.

Durante a segunda metade do século XX, o movimento feminista questionou também o facto da relevância cultural e social dos campos pessoal e psicológico estar associado a políticas de identidade. É de referir que as políticas de identidade baseavam-se um pouco na compreensão da repressão psicológica ou da subjetividade social através do ativismo político, recuando assim ao século anterior, nomeadamente aos movimentos sufragistas, ao abolicionismo e ao sindicalismo, os quais lutaram por reformas governamentais e institucionais.

A ideia de uma política de identidade foi defendida por Kauffman do seguinte modo: “Identity politics express the principle that identity – be it individual or collective – should be central to both the vision and practice of radical politics.” (Kauffman, 2001, p. 23) Kauffman defende, assim, o carácter disruptivo das convenções de uma política de identidade reafirmando a centralidade desta para a esfera política mais geral.

O Movimento dos Direitos Civis e outros das décadas de cinquenta e sessenta do século passado marcaram a sua posição com um novo pensamento sobre a natureza e o propósito desta política. Uma das organizações de direitos civis mais inovadoras, o *Student Nonviolent Coordinating Committee* (SNCC), colocou o seu enfoque na mudança pessoal e social. Para muitos ativistas negros pertencentes ao SNCC, a política de identidade deu-lhes a possibilidade de lutar por uma liderança negra e de melhorar as próprias conceções pessoais dos negros. Também os ativistas brancos, de forma análoga, tomaram consciência da importância de se libertarem dos constrangimentos das ideias de raça e de classe herdadas dos

seus antepassados. Paralelamente, a criação do *Black Power Movement*, nos anos setenta, respondia à persistência da presença de barreiras que visavam opôr-se à igualdade dos negros como cidadãos, criando, com base nesta nova visão, um novo entendimento sobre a natureza da identidade negra e uma nova concepção do lugar da identidade na política. Torna-se central a redefinição e afirmação do *self* negro no seio desta política de identidade, a qual representa uma grande mudança face ao pensamento vigente, tal como face à desculpabilização das instituições em relação à perpetuação da discriminação e da exploração, realçando-se simultaneamente o papel da cultura fora das instituições. Refira-se que o *Black Power Movement* foi bem para além da defesa da sua ideologia a nível do poder económico e político ligado à esfera pública, reivindicando igualmente a existência de uma *black consciousness*.

No entanto, e seguindo a contextualização feita pelo movimento feminista em relação ao que seria político, muitas feministas defendiam os *talk shows* como a nova esfera pública, na qual eram promovidos debates e conversas, mas sem a habitual distância entre o público e o palco. Houve, além disso, uma evolução deste género, a qual se manifestou no facto de o público deixar de depender do poder de peritos. O senso comum e a experiência diária traduziam a realidade e a autenticidade do tema, havendo um intersetar entre o campo público e o privado que se via como não apenas legítimo, mas sobretudo como enriquecedor. Os *talk shows* eram afinal sobre mulheres comuns que assumiam o seu papel de cidadãs e que, como tal, falavam e debatiam temas e experiências. Contudo, a discórdia não se cingiu ao que era efetivamente político, público ou privado. Também os limites entre a realidade e a ficção foram questionados relativamente aos *talk shows*, pois entendia-se que estes eram produzidos sobretudo para gerar controvérsia, tornando-se repetitivos, inconclusivos e fragmentados, recusando por vezes o que poderia ser considerado como uma demanda de verdade, em prol de uma natureza mais subjetiva e incipiente da esfera de cariz mais ou menos público ou privado do que poderia ser integrado abrangentemente no universo do político.

No que respeita particularmente a Oprah Winfrey, Masciarotte (1991) defende que, não obstante a ligação da tradição do populismo ao movimento feminista, Oprah promovia uma política de identidade e de voz, quer própria quer para os membros da sua audiência, considerando ainda que: “Daytime TV is a genre based on a ‘citizen strategy’ whereby the accounts produce an ‘irritated middle’ that turns aside from simple conclusions and answers.” (Masciarotte, 1991, p. 90) Esta estratégia de cidadania refere-se ao facto de os *talk shows* serem claros debates sobre a crescente interseção da esfera pública e da esfera privada, através da ênfase no social, emotivo e pessoal.

Com efeito, Oprah Winfrey desafiava vários princípios previamente estabelecidos nomeadamente no que concerne a autoridade do debate formal, a qual ela adaptava ao seu estilo confessional próprio. Através deste princípio confessional, Oprah quebrava a noção hegemónica de homogeneidade e criava uma identificação com o público, algo que é proeminente neste sub-género televisivo. Para além disso, ela invocava o público como uma ampla coletividade social, no seio da qual ela dirigia o debate através de questões de cariz social colocadas aos convidados, num estilo comunicativo em que, tal como antes referido, usava os pronomes “you” e “we”.

Neste mundo dos *talk shows*, estamos perante um segmento de uma sociedade que pensa e opina, sendo que Oprah Winfrey, ao recorrer ao seu público, procurava obter uma resposta coletiva apelando depois a uma identificação pessoal de cada um. Ao partir de uma experiência particular e ao alargá-la a uma extensa estrutura social, visava e conseguia abranger todo um campo de generalização social, sem no entanto estar realmente a mudar instituições sociais e políticas específicas.

Conclui-se que os *talk shows* diurnos, com todas as características previamente apresentadas, se centram de uma forma geral na crença na autenticidade das experiências vividas, quer pelas

narrativas de vida dos convidados, quer pelo público que assiste em casa e participa em estúdio, ou seja, na visão dessas experiências narradas como remetendo para uma verdade social, lutando-se, assim, por alcançar um sentimento de pertença a um todo essencialmente uno: “The central ideology of the shows is that despite our external differences we are all one.” (Shattuc, 1997, p. 101)

CAPÍTULO 2 –
OPRAH COMO (AFRO)AMERICANA

I don't think of myself as a poor deprived ghetto girl who made good.

I think of myself as somebody who from an early age knew I was responsible for myself, and I had to make good.

Oprah Winfrey

2.1 Uma vida ... Uma história ...

Oprah Winfrey, filha de Vernita Lee e Vernon Winfrey, nasceu no dia 29 de janeiro de 1954 em Kosciusko, Mississippi, tendo vivido com os seus avós maternos, Hattie Mae e Earless Lee, até aos seis anos. Foi-lhe dado o nome de Orpah, uma das personagens da Bíblia mas devido a um erro na certidão de nascimento passou a chamar-se Oprah.

Durante os anos cinquenta, muitos afro-americanos viviam em pequenas cidades do Sul em condições de extrema pobreza, o que levou muitos deles, saturados desta situação, a migrarem para o Norte à procura de trabalho e melhores condições de vida. Vernita Lee, mãe de Oprah, foi uma dessas pessoas que tentou a sua sorte, mudando-se sozinha para Milwaukee, Wisconsin, para tentar arranjar emprego como empregada doméstica e conseguir, assim, uma vida melhor. Deixou Oprah com a sua avó materna, Hattie Mae, que viria a representar o papel de mãe. A educação rígida que lhe deu foi compensada pelo extremo carinho e afeição que tinha pela neta. Durante esta temporada em casa da avó, Oprah sentia-se muito solitária pois não tinha por perto crianças com quem brincar. Passava então os seus dias a brincar com os animais da quinta, dando nomes às galinhas e aos porcos, a quem contava histórias. Oprah também aprendeu a estender roupa, a fazer sabão, a matar galinhas e várias outras atividades que faziam parte da vida do campo. No entanto, desde pequena que ela estava convicta de que a vida dela iria tomar outro rumo e dizia à avó: “Don’t need to watch Grandma because my life isn’t going to be like this.” (*in Krohn, 2009, p. 9*)

Devido às dificuldades vividas nessa época pelos afro-americanos, a avó de Oprah não tinha água canalizada em casa e uma das tarefas desta era carregar água do poço exterior para as lides normais e para se lavarem, embora só ao sábado à noite tomasse um banho com água aquecida no fogão. Assim, no dia seguinte ambas estariam prontas para a ida à missa. A religião e a sua afiliação na Igreja Batista era muito importante para Hattie Mae e por isso

ensinou Oprah a ler apenas com três anos de idade, tendo esta crescido a ler e a decorar passagens da Bíblia e de outros livros religiosos. Foi num domingo de Páscoa que Oprah falou pela primeira vez em público, mostrando uma postura confiante e uma face risonha. Hattie Mae, muito orgulhosa da prestação da neta, foi ouvindo os comentários sobre a capacidade de leitura de Oprah, salientando-se os elogios à sua voz tranquila e clara. Oprah passou, então, a ler frequentemente na Igreja Batista de Kosciusko. Mas, em casa, a avó mantinha o modo de pensar da maior parte das pessoas da sua geração, sendo as crianças desencorajadas de falar em público, devendo somente ser vistas e não ouvidas. Naquela época, o comportamento expectável impunha que as crianças deveriam estar sossegadas, e só poderiam falar quando os adultos as interpelassem. Para além disso, a educação dada por Hattie Mae a Oprah implicou vários e constantes castigos físicos, tendo por objetivo que ela não crescesse mimada e mal-educada. Oprah, sendo uma criança muito viva e ativa, sofreu diariamente de violência, facto que também marcou definitivamente a sua personalidade.

No ano de 1959, Oprah entrou para o jardim-de-infância da cidade de Buffalo, Mississippi, mas logo se destacou das restantes crianças pois já sabia ler e escrever, o que tornou esta fase da sua infância muito aborrecida, visto o dia-a-dia e as lições básicas de um jardim-de-infância não a atraírem minimamente. A professora, ao ver o avanço de Oprah, mudou-a para o primeiro ano, onde esta encarou novos desafios. Entretanto, em 1960, a avó de Oprah adoeceu e esta foi viver com a mãe para Milwaukee, deixando a sua avó e a cidade de Mississippi para sempre.

Vernita, mãe de Oprah, tinha muito pouca instrução e não entendia a beleza, o poder e a importância dos livros, desencorajando a filha de ler, situação que muito magoou Oprah. Esta não gostava da sua nova casa pois situava-se numa cidade industrial cheia de barulho e de pessoas, dificilmente comparável com a calma e o silêncio que vivera na quinta da sua avó.

A vida de Vernita não era fácil, pois trabalhava como empregada doméstica, trabalhava muitas horas e recebia um ordenado baixo, o que não lhe permitia viver desafogadamente. No período de tempo anterior à chegada de Oprah, Vernita tivera mais uma filha, Patricia, que era protegida pela mãe em detrimento de Oprah.

No ano de 1962, foi passar uma temporada com o pai, Vernon, e com a madrasta, Velma, em Nashville, Tennessee. No entanto, Oprah sentia-se um pouco receosa pois não conhecia muito bem o seu pai e nunca tinha estado em Nashville, a cidade “mãe” da indústria musical. Vernon, depois de ter deixado o exército americano, trabalhava agora como funcionário de limpeza de um hospital, ao mesmo tempo que acumulava as mesmas funções numa universidade.

Vernon e Zelma ficaram muito contentes por ter Oprah com eles pois adoravam crianças e não podiam ter filhos. Oprah foi muito bem recebida e sentiu-se acarinhada, tendo pela primeira vez o seu próprio quarto e a sua própria cama.

Passou, então, a frequentar a *Wharton Elementary School*, tendo avançado um ano, diretamente para o terceiro ano, visto estar muito adiantada em relação às crianças da sua idade. Vernon e Zelma ajudaram-na nesta passagem escolar, mas também eram rígidos na educação que lhe davam, pois acreditavam que as crianças precisavam de estruturas nas suas vidas, ao mesmo tempo que reconheciam a importância da leitura e de todo o trabalho escolar. Oprah não os decepcionou e estudava arduamente, fazendo trabalhos extra e apreciando, ao mesmo tempo, o reconhecimento e a atenção que o pai e a madrasta lhe davam. Oprah era uma aluna brilhante, vindo a sua professora de quarto ano, Mrs. Mary Duncan, a tornar-se uma das suas futuras referências, pois esta tratava-a como uma pessoa especial, dando-lhe atenção e vários conselhos. Anos mais tarde, Mrs. Duncan foi ao *talk show* de Oprah, uma surpresa organizada pelos produtores do programa.

Vernon e Zelma eram membros ativos da Igreja Batista dos Missionários da Fé de Nashville. Foi aqui que Oprah voltou a recitar versículos da Bíblia, tendo depois percorrido várias outras igrejas de Nashville. Ficou conhecida como *Speaker*, a jovem rapariga que recitava extremamente bem. Este reconhecimento dos seus talentos fez desta fase uma das mais felizes da vida de Oprah, como virá mais tarde a afirmar.

Quando o ano escolar terminou, Oprah regressou a Milwaukee, a casa da sua mãe para passar as férias de verão. Oprah ficou muito surpreendida pois muito tinha mudado na vida da sua mãe. Esta tinha-se mudado para um apartamento com dois quartos e tinha tido outro bebé, Jeffrey. Passou, então, o verão a ler e a tomar conta dos seus meios-irmãos, pois a sua mãe pouco tempo estava em casa, visto trabalhar longas horas e até muito tarde. Quando o outono chegou, o pai foi buscá-la para voltarem para Nashville, mas, apesar de sentir a falta dele, da madrasta e da casa, preferiu ficar para agradar à sua mãe. Mais uma vez, Oprah deixou de ser o centro das atenções. Para se entreter, via televisão que era algo ainda relativamente novo na década de sessenta. A maioria dos lares americanos começava agora a adquirir os primeiros televisores. Os seus programas favoritos eram sobre famílias felizes e gostava particularmente de *Leave it to Beaver* e de *I love Lucy*. Oprah sonhava, nesta altura, tornar-se uma atriz como as que via na televisão, sendo este um sonho que a acompanhou por toda a vida até ser realizado. Continuou então a recitar sermões na igreja e a falar em público, que era a sua grande paixão, fosse para que público fosse. Ela adorava a atenção e os elogios que recebia, os quais contrastavam com a sua solidão quando se encontrava sozinha em casa. O amor e o afeto que ela queria da sua mãe nunca chegaram pois Vernita estava sempre muito ocupada com o trabalho ou com os seus irmãos mais novos. Uma noite, em 1963, deixou os três filhos ao cuidado de um primo de dezanove anos. Este momento deixou uma marca profunda na vida de Oprah pois foi abusada sexualmente pelo primo. Oprah não contou nada a ninguém sobre o que se tinha passado. Uns anos depois, Oprah voltou a sofrer abusos sexuais por parte

de um amigo da família e depois de um tio. Esta situação de abuso repetiu-se por vários anos. Oprah sentia-se inútil e confusa e manteve-se em silêncio. Nessa altura, não havia leis que protegessem as crianças (e os adolescentes) deste tipo de situações e Oprah achou que ninguém iria acreditar nela e que ainda poderiam acusá-la. Assim, continuou a sua vida e tentou focar-se nos estudos, nos sermões da igreja e nas suas leituras, como uma espécie de escape à sua situação.

Em meados dos anos sessenta, Oprah passou a frequentar a *Lincoln Middle School*, onde um dos professores, Gene Abrams, reparou que ela era uma rapariga diferente, sossegada e que gostava muito de ler. Resolveu, então, ajudá-la na sua transferência para a *Nicolet High School*, que era uma escola só de brancos. Foi lá que Oprah participou no programa *Upward Bound*⁶ através do qual poderia ter a oportunidade de ter uma instrução melhor. Oprah estava tão ansiosa como nervosa com esta mudança de escola, pois a sua rotina diária tinha mudado muito. Ela era a única estudante afro-americana na escola e ainda falava com sotaque sulista. Os seus colegas eram simpáticos e depressa fez amigos, mas Oprah tinha dúvidas em relação a estas amizades, pois não sabia se gostavam dela pela sua personalidade ou simplesmente por ser negra e, assim, nesse contexto, simultaneamente exótica e digna de comiseração. Com efeito, em 1968, estava na moda conhecer pessoas negras e por isso Oprah era muito popular. No entanto, ela sentia-se inferior aos colegas, pois era pobre, não tinha roupas bonitas, nem uma casa grande. E a vida em casa continuava difícil, pois a mãe parecia gostar mais dos irmãos do que de Oprah e ela sentia-se sozinha, sem ninguém que lhe desse atenção. Esta situação, aliada aos abusos sexuais, deixava Oprah deprimida e sem ninguém com quem pudesse desabafar e tornaram-na numa adolescente rebelde. Faltava às aulas, saía com vários

⁶ *Upward Bound* foi criado através do *Economic Opportunities Act*, sendo um programa que ajudava os alunos brilhantes oriundos de famílias com baixos rendimentos. O objetivo era preparar os alunos para os testes de admissão ao ensino superior para que estes conseguissem entrar nas universidades.

rapazes e roubava dinheiro da carteira da mãe, tendo fugido de casa mais de uma vez. Vernita não conseguia compreender o que se passava com a filha, que uns anos antes era uma criança doce e sossegada e que agora estava tão rebelde. Não sabendo o que fazer, procurou a ajuda de instituições para adolescentes rebeldes, mas como não havia vagas decidiu enviar Oprah para casa do pai. Apesar dos seus receios, Oprah foi bem recebida por Vernon e Zelma, embora estes não aprovassem o seu novo estilo de vestir nem a sua atitude petulante. Vernon sentiu que Oprah não tinha tido a devida atenção e orientação por parte da mãe. Entretanto, mesmo com todas as regras rígidas impostas por Vernon, Oprah estava feliz na casa do seu pai que parecia uma mansão comparada com a da mãe, pois embora não fossem ricos, havia muita comida e dinheiro para comprar roupas para ela. O seu pai tinha agora a sua própria barbearia.

No entanto, o maior segredo de todos tinha de ser revelado, apesar da vergonha e do medo que Oprah sentia em relação ao seu pai que nem tão pouco sabia que esta tinha sofrido abusos sexuais. Oprah estava grávida. Mas conseguiu esconder tal segredo até aos sete meses de gravidez. No dia em que contou ao pai estava ainda mais nervosa e zangada do que o próprio pai, tendo acabado por entrar em trabalho de parto nesse mesmo dia. Foi a 8 de fevereiro de 1969, poucos dias depois de ter completado quinze anos de idade, que Oprah deu à luz um rapaz, no *Hubbard Hospital*, a quem deu o nome de Vincent Miquelle Lee. O bebé, prematuro, morreu um mês e uma semana depois de nascer. Foi Vernon que lhe deu a notícia da morte do seu bebé:

When Vernon told Oprah her baby had died, he said, ‘This is your second chance. We were prepared, Zelma and I, to take this baby and let you continue your schooling, but God has chosen to take this baby and so I think God is giving you a second chance, and if I were you, I would use it.’ They never said another word about the tragedy. ‘We didn’t talk about it then,’ Vernon said in 2008 ‘We don’t discuss it now. (in Kelley, 2010, p. 40)

Oprah sentiu um misto de tristeza e de alívio pois não se sentia de modo algum preparada para ser mãe aos quinze anos. Oprah nunca vira o bebé, assim como nunca disse quem era o pai da criança.

Em setembro de 1968, Oprah iniciara o décimo ano na *East High School* em Nashville, sendo mais nova que os restantes colegas. Ainda estava a habituar-se a toda uma nova realidade após ter perdido o bebé, assim como ao facto de ter mudado de escola, o que se refletiu nas notas que inicialmente foram baixas quando comparadas com as que habitualmente tinha. Mas o pai não desistiu e insistiu que estas não eram notas aceitáveis para ela, pois ela conseguia muito mais e melhor. Foi, então, que Oprah encarou este capítulo da sua vida como uma lição e se consciencializou de que lhe estava a ser dada uma segunda oportunidade, ficando determinada a recuperar as boas notas e a dar uma reviravolta na sua vida. A leitura continuou a fazer parte da sua rotina diária, tendo um gosto particular por autoras que escreviam sobre mulheres corajosas. Leu livros de Anne Frank, Helen Keller, sobre Sojourner Truth e de Maya Angelou, tendo-se, esta última, tornado uma das suas melhores amigas.

Foi em 1970 que o seu talento oratório foi reconhecido ao ganhar um concurso organizado pelo *Black Elks Club of Nashville*, tendo ganho como prémio uma bolsa de quatro anos para o ensino superior. Nessa altura, afirmou:

I can't remember what I said but my topic [for the two-and-a-half-minute speech] was 'The Negro, The Constitution, and The United States.' I delivered it in front of 10,000 people in Philadelphia and I felt really comfortable up there. I had always worried whether my slip was hanging down whenever I got up to speak but in front of 10,000 people you realize nobody can see if it's hanging down. You can't get scared when it's a sea of people everywhere you look. (*in Kelley, 2010, p. 45*)

Ganhou também, no ano seguinte, o lugar de vice-presidente da Associação de Estudantes e nesse mesmo ano foi escolhida, juntamente com outro aluno, para representar o Estado do Tennessee no *White House Conference on Youth*. As razões desta escolha prendiam-se com as

suas excelentes notas e a sua reconhecida capacidade de liderança, características bem visíveis na figura de Oprah. Quando regressou, foi entrevistada para a rádio local WVOL, onde falou sobre as suas experiências durante o congresso. John Heidelberg, o *disc jockey* que a entrevistou, chamou-a uns meses mais tarde e convidou-a para representar a estação de rádio no concurso *Miss Fire Prevention*, um concurso de beleza para adolescentes. Oprah hesitou, pois nunca tinha associado o conceito de beleza a ela própria, mas resolveu arriscar por divertimento. Nunca uma mulher negra tinha ganho este concurso e, por isso mesmo, Oprah sentia-se relaxada e confiante. E foi essa confiança, a sua genuinidade e o divertimento que deram o título de *Miss Fire Prevention 1971* a Oprah, que deslumbrou e sobressaiu até pela sua personalidade de guerreira. Heidelberg sabia que Oprah era diferente e que iria longe: “Oprah knew she had something on the ball,” he said. ‘She didn’t feel intimidated or threatened by anything. Nothing bothered.’ (Kelley, 2010, p. 51) Dana Davidson, que também trabalhava na WVOL com Oprah, acrescentou: “She was aggressive. She knew where she was going.” (Kelley, 2010, p. 51)

De regresso a casa, todos os funcionários da rádio estavam muito orgulhosos por Oprah ter ganhado o concurso e convidaram-na para ouvir a sua voz na rádio, pois, devido à sua longa experiência oratória, ela parecia quase um locutor de notícias profissional. Oprah tinha dezassete anos e estava ainda a estudar quando lhe propuseram um emprego a tempo parcial para a apresentação de notícias na rádio. Ela estava radiante com o novo emprego pois estava a fazer algo de que realmente gostava e ainda estava a ser paga por tal. Em junho de 1971, terminou a sua formação na *East High School* e, uns meses depois, entrou para a faculdade, usando a bolsa oferecida pelo *Elks Club*. Passou a frequentar a Universidade do Estado do Tennessee, uma escola só de negros, onde iria estudar língua/discurso e drama, escolhendo essa universidade por razões bem concretas:

Oprah admitted that color discrimination dominated her life for many years, even dictating the college she selected. She said she enrolled at Tennessee State University, a historically black college in Nashville, rather than the private, more prestigious Fisk University because she didn't want to compete with light-skinned girls. (Kelley, 2010, p. 57)

De forma a poupar dinheiro, continuou a viver em casa do pai e da madrasta e continuou com o seu emprego na rádio. Nesta época, muitos afro-americanos reivindicavam maior poder sobre as suas vidas e no espaço público, aderindo a movimentos diversos, entre os quais o do *Black Power*⁷. Mas Oprah não se revia nas suas formas de luta por as considerar demasiado agressivas e por a sua experiência ser diferente da de muitos, visto nunca ter sido privada de fazer o que quer que fosse por ser negra ou por ser mulher. Oprah não estava interessada em ativismo político, mas sim em obter sucesso na escola, pois ela queria vencer pelas suas qualidades. Isto fez com que os colegas não gostassem dela, pois era esperado que os negros se envolvessem nas manifestações durante este período político altamente conturbado. Houve até quem a chamasse de *Oreo*, um tipo de bolacha recheada e expressão utilizada para referir uma pessoa negra, que apenas exteriormente o é, sendo branca no interior, passando esta a odiar os colegas e a universidade:

That's when I was first called an Oreo [black on the outside, white on the inside], Oprah recalled. 'I crossed the lines and sat with the whites in the cafeteria ... In high school I was the teacher's pet, which created other problems. I never spoke in dialect – I'm not sure why, perhaps I was ashamed – and I was attacked for talking proper like white folks,' for selling out. (in Kelley, 2010, p. 47)

Em 1972, ganhou o segundo concurso de beleza em que entrou, *Miss Black Nashville*; e de seguida ganhou o concurso *Miss Black Tennessee*. Oprah ficou muito admirada por vencer estes concursos mas fora realmente a sua personalidade que a fez destacar das restantes

⁷ O *Black Power Movement*, não sendo formalmente um movimento, pretendia obter mais poder para os americanos negros através do ativismo político, bem como sublinhar o orgulho na herança cultural africana – o que explica a alteração da designação mais comum nos E.U.A. “negro” e a escolha do termo “black”. A designação foi sobretudo popularizada por figuras como a de Stokely Carmichael que se encontrava à frente do *Student Nonviolent Coordinating Committee* (SNCC) em 1966.

candidatas. Participou ainda no concurso *Miss Black America*, mas não o venceu, embora a experiência a tenha inspirado a estabelecer objetivos mais altos de forma a concretizar os seus sonhos.

Enquanto estava na universidade, Oprah frequentava as aulas, lia e estudava muito, mas nunca deixou o seu trabalho na estação de rádio WVOL, e foi lá que ganhou muita da sua experiência real de vida.

Em 1973, recebeu o contacto do diretor da estação WTVF-TV, pertencente à estação televisiva NBS, em Nashville. Este disse-lhe que a tinha ouvido na rádio e tinha ficado impressionado com o seu talento e, como tal, queria contratá-la para a transmissão das notícias da noite. Oprah tinha apenas dezanove anos de idade e não conseguia acreditar que lhe tinham feito tal proposta. Com receio de não aguentar um trabalho a tempo inteiro juntamente com os estudos na universidade, recusou a proposta, mas o diretor não desistiu e contactou-a outra vez. Oprah sentia-se confusa e pediu a opinião a um dos seus professores que lhe disse de imediato que ela devia aceitar. Achando agora que poderia ser uma boa oportunidade, Oprah aceitou. Na audição para o emprego, não sabendo muito bem como agir, imitou Barbara Walters, ou melhor, a forma como ela via a jornalista, e foi, assim, a escolhida.

Radiante com o nível do ordenado, pois iria ganhar mais do que o pai como barbeiro, verificou que também podia conciliar essa atividade com os estudos, indo durante o dia às aulas e à noite para a estação televisiva. Nesta época, o governo dos E.U.A. tinha decretado novas medidas relativamente a minorias, integradas na estratégia de *Affirmative Action* ⁸.

⁸ *Affirmative Action* era um programa do governo norte-americano que visava uma intervenção positiva a favor das minorias e das mulheres nos campos da cultura, da educação e do emprego, e incentivava

Oprah foi, assim, acusada de ter ficado com o emprego ao abrigo desta política, que interessava acima de tudo à empresa. Mas isso não a afetou porque sabia que era competente no que fazia e, para além disso, foi a primeira mulher afro-americana, e a mais nova, a ocupar um lugar destes na história de Nashville.

O primeiro ano de Oprah enquanto apresentadora de notícias na televisão teve momentos bons e maus, pois a sua inexperiência no meio televisivo levou-a a cometer alguns erros. Mas foram estes erros que a formaram no meio televisivo e foi com eles que ela aprendeu a ultrapassar os obstáculos: “Oh, you can laugh at yourself, and you can make a mistake, and it’s not the end of the world. You don’t have to be perfect – the biggest lesson for me for television.” (in Krohn, 2009, p. 37)

Apesar de perceber que não lhe era exigida a perfeição, Oprah queria dar sempre o melhor de si e para isso estudava formas de melhorar em termos de *performance* em frente às câmaras, treinando tempos, ritmo e à vontade. Foi, assim, que ela criou o seu próprio estilo caloroso e descontraído, não se sentindo impelida a continuar a copiar Barbara Walters, um dos seus ídolos à época. Depois desta experiência, Oprah descobriu qual a sua verdadeira vocação e que tal passava definitivamente pela televisão. Foi a partir deste momento, através da experiência ganha, que Oprah resolveu tentar expandir os seus horizontes profissionais e começou a enviar cassetes de vídeo, com os seus próprios *castings*, para outras estações de televisão de Nova Iorque e Los Angeles.

Em 1976, Oprah recebeu uma oferta de trabalho da WJZ-TV, Baltimore, Maryland, a qual era tentadora, pois iria assumir as funções de repórter e apresentadora, para além de receber um ordenado mais elevado. O que a levou a hesitar foi o facto de deixar o pai e a madrasta assim

empresas/instituições a empregarem pessoas pertencentes a esses grupos, neste caso específico afro-americanos e mulheres.

como ter de abandonar os estudos, a poucos meses de ficar formada. No entanto, como estava habituada a grandes mudanças e estava determinada em ascender na área da televisão, aceitou a oferta e, com apenas vinte e dois anos, mudou-se para Baltimore, em junho de 1976, onde alugou o seu primeiro apartamento.

Foi no dia 16 de agosto de 1976 que Oprah apareceu pela primeira vez no noticiário das seis horas da WJZ-TV. A sua estreia ficou marcada pelo uso de um fato vermelho e pelo seu penteado afro, muito popular na época, mas acima de tudo pela sua confiança e calma em frente às câmaras, fruto dos vários anos de leituras e apresentações em público, assim como da experiência ganha na locução de notícias.

Oprah tinha uma forma natural, calorosa e afável de apresentar o noticiário, apresentando-se como uma pessoa comum, igual a tantas outras. No entanto, como ela própria reconheceu, colocava demasiada emoção nas notícias, mostrando por vezes os seus próprios sentimentos, o que não era suposto acontecer enquanto pivô noticioso: “My openness is the reason I did not do so well as a news reporter.” (*in* Krohn, 2009, p. 39) Estes aspetos não agradavam aos diretores da estação, tal como não agradava a sua própria aparência que, segundo eles, não era tão polida quanto a que um pivô de notícias deveria ser. Contudo, como tinha assinado um contrato de dois anos, não a podiam despedir. A solução foi mudá-la para o horário das cinco e trinta da manhã. Oprah percebeu que, ao contrário do que lhe foi dito, se tratava de uma despromoção com a qual não sabia muito bem como lidar, pois nunca antes tinha falhado. Entretanto, os diretores resolveram dar-lhe uma outra oportunidade que começou com uma mudança de visual, nomeadamente de penteado, o que não correu bem, pois o cabeleireiro aplicou-lhe produtos que lhe fizeram cair o cabelo, tendo de usar peruca durante algum tempo. Tudo isto a deixou deprimida e com a autoestima muito em baixo, tanto mais que a isso se aliou o facto de também não gostarem da sua voz. Teve aulas de dicção e teve de

tomar uma resolução sobre se queria manter este seu trabalho. A única solução seria mudar – mudar a sua voz e mudar a sua aparência. O seu professor de dicção não achou que a sua voz tivesse algum problema, acrescentando que ela não deveria deixar os outros transformá-la em alguém que ela não era. Este conselho fê-la repensar aquilo que realmente queria para a sua vida e reconhecer no seu íntimo sonhava em ser atriz. Apesar de o professor lhe dizer que ela era uma sonhadora, Oprah mudou de atitude e seguiu novamente para a abertura das manhãs da WJZ-TV, pelo menos até que surgisse uma oportunidade ou alguém descobrisse o seu verdadeiro talento.

Apesar da vida agitada de Baltimore, foi aqui que Oprah conheceu a sua grande amiga, Gayle King, que era também pivô do noticiário, dando início uma amizade que dura até aos dias de hoje.

Em 1978, a sua vida começou a melhorar com a contratação de um novo produtor da estação televisiva, pois este escolheu Oprah para apresentadora do *talk show* da manhã juntamente com Richard Sher, intitulado *People Are Talking*. Este programa organizava-se essencialmente com base em entrevistas a pessoas famosas e outras anónimas e tratava-se de um segmento leve, emotivo e até humorístico. Adequava-se na perfeição a Oprah e fê-la sentir-se em casa:

The day I did that talk show, I felt like I'd come home. My very first interview was the Carvel Ice Cream Man, and Benny from All My Children – I'll never forget it. I came off the air thinking, 'This is what I should have been doing.' Because it was like breathing to me. Like breathing. (*in Krohn, 2009, p. 42*)

Em *People Are Talking*, Oprah podia ser ela própria: alegre, divertida, calorosa e afável, e era por todas estas qualidades que os telespectadores gostavam dela. Ela tinha imenso prazer em conversar com os convidados e transmitia esses mesmos sentimentos a todos. Apesar do receio dos produtores quanto às audiências de Baltimore, devido ao facto de o *talk show* ser

emitido ao mesmo tempo que o popular *Donahue* apresentado por Phil Donahue, em poucas semanas as audiências de *People Are Talking* superaram as de *Donahue*. Oprah apresentou este *talk show* durante seis anos, sendo este um dos programas com maior audiência em Baltimore.

Em 1984, surgiu então outra grande oportunidade para Oprah: um lugar para apresentadora do *talk show A.M. Chicago* da WLS-TV. Arriscou mais uma vez e foi à audição de uma hora, onde falou sobre ela própria assim como de outros assuntos. O diretor da estação, Dennis Swanson, que estava a observá-la durante a audição, aproximou-se dela e, de forma humorística, fingiu que lhe estava a medir a cabeça, tendo-lhe Oprah perguntado o que estava a fazer. Ele disse-lhe que só queria ter a certeza de que, quando este grande sucesso caísse sobre ela, a cabeça iria continuar lá presa. Oprah não queria acreditar no que ouvia, pois percebeu que tinha ficado com o lugar e que a sua vida passaria agora por Chicago:

I made a deliberate choice about where to go. Chicago, the third largest television market in the country, seemed ideal. ‘It’s a big little town, sort of cosmopolitan country. The energy is different from Baltimore. It’s more like New York, but you’re not overwhelmed like in New York.’ (in Kelley, 2010, p. 109)

Em tempos de mais uma mudança, agora para Chicago, Oprah sentia-se receosa de não conseguir manter as audiências que tinha alcançado em Baltimore, pois estava a competir diretamente com Donahue, o primeiro a fazer o tipo de *talk show* que Oprah também fazia. Donahue tinha um estilo simples e falava essencialmente de temas específicos e não de sentimentos, ao contrário do que sucedera com Oprah. Ela tornava tudo muito pessoal, partilhando emoções, segredos e fazendo até confidências aos seus telespectadores:

The difference between Donahue and me is *me*,’ she said. ‘He’s more intellectual in his approach. I appeal to the heart and relate personally to my audience. I think it’s pretentious to think you can go into a lot of depth on a subject in only an hour. (in Kelley, 2010, p. 113)

Havia uma grande ligação entre Oprah e o seu público, pois ela partilhava também as suas experiências, tal como aconteceu a sua luta para perder peso. Oprah criou um estilo de *talk show* próprio, que a marcou e a lançou para a ribalta acima de tudo através da partilha de sentimentos: “My ability to get people to open up is [because] there is a common bond in the human spirit. We all want the same things. And I know that.” (in Krohn, 2009, p. 46)

Um ano depois de estar em Chicago, o seu programa mudou de nome para *The Oprah Winfrey Show*, o qual rapidamente superou o seu rival *Donahue*. Apesar de todo este sucesso e popularidade, Oprah achava que ainda lhe faltava alguma coisa – ela mantinha o sonho de ser atriz, não somente apresentadora de televisão. Em 1985, Quincy Jones, produtor cinematográfico e músico, viu Oprah na televisão a apresentar o seu *talk show* e logo imaginou que ela seria a pessoa ideal para representar o papel de Sofia no filme que estava a produzir, *The Colour Purple*, com o realizador Steven Spielberg. Este era um papel que não era de todo indiferente a Oprah, pois Sofia era uma mulher que sofria de violência doméstica por parte do seu marido, interpretado pelo ator Willard Pugh. E foi assim que Oprah realizou o seu grande sonho, tendo-lhe este valido uma nomeação para os Óscares em 1986, pelo seu papel enquanto atriz secundária. Oprah não ganhou o Óscar e tentou não demonstrar a sua desilusão, brincando com o seu excesso de peso.

Entretanto, no mesmo ano, Oprah assinou contrato com *King World Productions, Inc.* que comprou os direitos de transmissão do programa *The Oprah Winfrey Show*, de forma a que este passasse a ser transmitido a nível nacional. E foi nesta altura que os E.U.A. passaram a conhecer Oprah Winfrey, a primeira mulher afro-americana a apresentar um *talk show* televisivo nacional: “She is an exemplar of black achievement in a white society, an African American icon who broke the barriers of discrimination to achieve unparalleled success.” (Kelley, 2010, p. xii)

O sucesso de Oprah cresceu assim como os seus rendimentos, o que a levou a criar a sua própria produtora, Harpo Productions, Inc., tornando-se numa das primeiras mulheres a nível mundial a ter uma produtora televisiva e cinematográfica. Foi, então, que começou a comprar direitos de filmes e de adaptação de obras literárias, tais como *Their Eyes Were Watching God* de Zora Neale Hurston, entre outras.

No entanto, mesmo com todo este empreendedorismo, não descurou o trabalho no seu programa *The Oprah Winfrey Show* e continuou a incluir aí temas que acima de tudo demonstravam que todas as pessoas tinham a capacidade e o poder de mudar as suas vidas. Os temas mais relevantes eram ligados ao abuso de menores, aos problemas de pessoas com excesso de peso, ou à discriminação étnica, religiosa, de género, entre muitos outros. Oprah tentava passar uma mensagem principal, na qual ela própria se revia, ou seja, a importância de lidar com o passado de forma a curar e superar a dor emocional.

No final da década de oitenta, o programa começou a mudar ligeiramente, focando-se mais no crescimento pessoal e espiritual. Em 1987, Oprah ganhou o prémio na categoria de *Daytime Emmy Award for Outstanding Talk Show Host*, tendo o próprio programa ganho o prémio de *Daytime Emmy Award for Outstanding Talk Show*.

Foi neste mesmo ano que a vida amorosa de Oprah também mudou com o aparecimento do homem que se iria manter ao seu lado até aos dias de hoje, Stedman Graham. Ele era alto, bem-parecido, ex-modelo e jogador de basquetebol, tinha trabalhado como diretor executivo num programa sem fins lucrativos denominado *Athletes against Drugs*, tinha sido casado e tinha uma filha chamada Wendy. Os dois já se tinham conhecido em festas anteriores, mas não tinham tido qualquer outro tipo de contacto. Até que um dia Stedman convidou Oprah para sair, convite que ela recusou apesar de o achar simpático e o apreciar. No entanto, devido à sua ascensão e riqueza, pensou que Stedman só queria sair com ela pelo seu dinheiro e fama.

Mas ele não desistiu e continuou a convidá-la por diversas vezes até que ela cedeu. Ao fim de algumas semanas já tinham uma relação séria e um compromisso assumido.

Mas a gloriosa ascensão de Oprah não ficaria por aqui e, em 1988, a Harpo Productions comprou os direitos de autor do seu próprio *talk show* *The Oprah Winfrey Show*. Ela tinha agora o poder de produzir e realizar o seu próprio programa da forma que quisesse. Esta mudança passou por gravar antecipadamente alguns programas em vez de os gravar sempre em direto, permitindo-lhe, assim, alguma flexibilidade de horários e tempo livre. Em tempo de mudanças, seria também a altura ideal para procurar um novo estúdio, mais acolhedor, mais confortável para todos os seus funcionários. Foi na baixa ocidental de Chicago que Oprah achou aquilo que procurava – um edifício com 88,000 metros quadrados – onde depois de remodelado havia um estúdio de televisão, um ginásio para os funcionários, vários escritórios muito acolhedores e bem decorados e uma sala de cinema. Foi um estrondoso investimento que levou à criação dos estúdios Harpo. O seu império continuou a crescer, incluindo várias empresas das quais era detentora e outras que dirigia, até à abertura de um restaurante, *Eccentric*, em parceria com Richard Melman. Era um restaurante diferente, com iguarias de vários países – E.U.A., Grã-Bretanha, França e Itália. No entanto, o sucesso não foi muito duradouro pois acabou por fechar as portas em 1995, seis anos depois da abertura.

A fama e o sucesso de Oprah continuaram a aumentar a um ritmo alucinante, sendo por isso mesmo, objeto de notícias a todos os níveis, pois os média não a largavam, chegando esta a ser alvo de *bullying*. Tudo era aproveitado para criar notícias à volta de Oprah, assim como de tudo e todos que a ela estivessem ligados. Os *tabloids* eram especialmente cruéis com a apresentadora, pondo em causa a sua vida amorosa com Stedman, chegando a afirmar que ele seria homossexual e que só estaria com Oprah por razões financeiras e essa era a razão para não casarem. Tudo isto causou uma grande depressão a Oprah que não conseguia lidar com o

seu peso e com a sua grande vontade de emagrecer. Em 1988, durante a pausa de verão das gravações, Oprah seguiu uma dieta líquida extremamente exigente, ao mesmo tempo que começou a praticar exercício físico. No dia 15 de novembro de 1988, Oprah partilhou a sua vitória com o seu público – ela conseguiu perder cerca de trinta quilos. Apareceu vestida com uns *jeans*, de modelo estreito e justo, e com ela trazia um carrinho de mão com gordura animal, equivalente ao peso que tinha perdido. O público vibrou com a vitória de Oprah, pois sabiam o quanto ela o desejava e ambicionava. No entanto, estas dietas rápidas têm um problema acrescido: perde-se peso muito rapidamente, mas também se volta recuperá-lo. E começaram mais uma vez os altos e baixos em relação ao peso de Oprah, contrapondo-se ao seu sempre ascendente sucesso profissional.

Oprah e Stedman estavam juntos há cerca de três anos, mas continuavam a ser alvo do ataque dos jornais, pois o facto de Oprah ser uma figura pública impedia-a de fazer o que qualquer pessoa comum faria e incomodava-a não ter direito à sua própria privacidade. Foi, então, em 1989 que resolveu comprar uma quinta em Rolling Prairie, Indiana, onde estaria longe da pressão de ser uma figura pública. O facto de ter crescido no campo também a ajudava a sentir-se realmente em casa. A propriedade incluía uma casa de hóspedes com oito quartos, uma cabana rústica de madeira, um ginásio, uma piscina, um estábulo com nove cavalos e todo um terreno que lhe permitiam ser a pessoa normal por detrás de todo o estrelato que a circundava.

Nesse mesmo ano, o seu meio irmão Jeffrey morreu de SIDA e, apesar de não manter um contacto estreito com ele ou com a restante família, a sua morte abalou-a. A família foi sempre um assunto sobre o qual Oprah nunca revelou muito, excetuando o que se referia à sua avó materna, a qual ela recordava como a base da sua personalidade pois ensinara-a a ler e dera-lhe a possibilidade de ela se tornar na pessoa em que se tornou e que é ainda hoje.

Com o seu programa, Oprah tinha a oportunidade de chegar aos americanos e também além-fronteiras americanas, tocando em assuntos que não eram abordados noutros programas do mesmo tipo. Uns anos antes, no dia 5 de dezembro de 1986, Oprah tornara público o facto de ter sido vítima de abuso sexual por parte de um primo, ajudando assim a pôr na prisão vários predadores sexuais, alertando os pais das crianças para o problema e dando voz às vítimas. Foi um momento único em televisão, do qual ninguém estava à espera:

No one had any idea that she was about to blur the long-standing line in television between discussion and confession, between interviewing and self-revelation. Between objectivity and a fuzzy area of fantasy and factual manipulation. (Kelley, 2010, p. 3)

Esta quebra da linha entre a discussão e a confissão em televisão foi uma das marcas que Oprah deixou na televisão americana pois quebrou com aquilo que era institucional e politicamente correto e cruzou as esferas do público e do privado, passando a haver uma interseção entre ambas. A televisão como meio de comunicação de massas nunca mais foi a mesma desde então, pois Oprah tornou o tabu em assunto do dia através das suas próprias confissões pessoais. E foi isso que, tal como referido por Lofton, contribuiu de forma decisiva para a criação de um produto próprio e para o modo como era acolhida: “Her taste is her product, but her failure is her profit, since her incapability (she’s ‘just like us!’) is what makes her not merely tolerable but inspirational.” (Lofton, 2011, p. 211)

O seu percurso na ajuda a crianças abusadas sexualmente continuou e, em 1990, noutro episódio em que a convidada era uma mulher na mesma situação, a qual tinha ficado com graves sequelas mentais, algo mudou em Oprah – mudou a forma como se via a ela própria. Isto, porque, apesar de ter falado publicamente sobre o seu caso de violação, Oprah não tinha conseguido ultrapassar totalmente a culpa que continuava a sentir. Apesar de dizer aos outros que a culpa nunca era das crianças violadas, ela continuava a achar-se culpada de alguma maneira, a pensar que no fundo ela fora uma criança má e por isso é que haviam abusado dela.

E foi ao ouvir a convidada naquele dia que se deu uma viragem e Oprah passou a usar a sua dor do passado de forma positiva, tal como refere Krohn:

A part of my mission in life now is to encourage every other child who has been abused to tell. You tell, and if they don't believe you, you keep telling. You tell everybody until somebody listens to you. (*in Krohn, 2009, p. 63*)

Em 1991, Oprah foi ouvida pelo Comité Judicial do Senado dos E.U.A. junto do qual denunciou o abuso sofrido, não tendo parado até conseguir que, em 1993, o Presidente Clinton aprovasse o *National Child Protection Act*, o qual determinava a criação de uma base de dados nacional de pedófilos condenados. Este projeto-lei ficou conhecido como *Oprah's Bill*.⁹

O seu sucesso continuou e, em 1992, ganhou o seu terceiro *Daytime Emmy Award for Outstanding Talk Show Host*, tendo o seu programa ganho o quinto *Daytime Emmy Award for Outstanding Talk Show*. No entanto, o seu aumento de peso, o mais alto de sempre e ultrapassando os cem quilos, deixava-a infeliz, nervosa e desconfortável. Foi, então, numa ida a uma estância termal em Telluride, Colorado, que conheceu o treinador pessoal Bob Greene. Oprah gostou imediatamente dele e ficou contente por ele não ter televisão e não saber muito sobre ela. A partir de então, começaram a trabalhar juntos, tendo Greene desenvolvido um programa de exercício físico específico para Oprah, juntamente com uma dieta baixa em calorias. Oprah maravilhada com os resultados que apareciam lentamente, e com o facto de se sentir muito bem a nível de saúde, contratou Greene como seu treinador pessoal e levou-o para Chicago com ela. Em 1993, com todo este plano gradual de exercício físico,

⁹ Note-se que este é um assunto que tem sido recentemente debatido em Portugal e que tem gerado muita polémica, devido a questões relacionadas com acesso que, para além do mais, levantam dúvidas sobre a sua constitucionalidade.

acompanhado pela dieta da sua *Chef* pessoal Rosie Daley, Oprah tinha conseguido perder cerca de quarenta quilos.

As audiências do seu programa continuavam a bater recordes, quer com entrevistas a celebridades como Michael Jackson, quer com a presença de médicos indianos como Deepak Chopra que foi ao *The Oprah Winfrey Show* falar sobre o seu livro *Ageless Body, Timeless Mind* tendo-se este tornado rapidamente um dos livros mais vendidos nos E.U.A.. O mesmo se passou com Rosie Daley, com quem Oprah escreveu *In the Kitchen with Rosie*, um livro de receitas de baixas calorias, que se tornou *best-seller* durante um ano. Este era o efeito Oprah com o qual ela lidava bem, no sentido em que era uma maneira diferente de ajudar as pessoas. Em 1994, organizou um evento de solidariedade para angariar dinheiro para pessoas necessitadas, onde foram leiloados roupas extravagantes e sapatos que ela própria tinha usado.

Cansada de fazer programas sobre famílias com problemas, brigas entre parentes e vidas complicadas, Oprah resolveu dar uma reviravolta ao seu *talk show* e, em 1995, lançou um segmento de seis semanas chamado *Get movin' with Oprah*, onde o objetivo era sensibilizar e levar os telespectadores a praticarem exercício físico. Para além deste segmento, criou também em 1996, o *Oprah's Book Club*, onde pretendia partilhar com todos o seu gosto pelos livros e, assim, sensibilizar os telespectadores para a importância da leitura. O primeiro livro escolhido por Oprah foi *The Deep End of the Ocean*¹⁰ da escritora Jacquelyn Mitchard. Este segmento teve um impacto estrondoso nos E.U.A., pois a venda de livros aumentou exponencialmente assim como as audiências do programa. Foram criados vários clubes de livros, dando assim um novo ânimo e incentivo à leitura, uma das maiores mudanças na

¹⁰ Este livro foi publicado em 1996 e conta a história de como uma família lida com o desaparecimento de um dos seus filhos. Trata-se de um conto eletrizante, com a tensão de um *thriller* que entra no campo emocional de uma família. Colocam-se perguntas difíceis sobre a perda e a dor, os valores familiares, o amor, o perdão e a redenção. Tal como Oprah referiu: “It will make you thankful. It will make you think. It will make you feel.” (www.oprah.com)

indústria livreira dos últimos anos nos E.U.A.. Este fenómeno foi apelidado como *The Oprah Phenomenon*, visto ela ter revolucionado todo um mercado literário. Uma das curiosidades apontadas por Philip Pfeffer, *CEO* da cadeia de livrarias *Borders* foi a seguinte:

Oprah Winfrey has been able to generate interest in Reading through her book club. The thing that's amazing to me is Oprah Winfrey airs at 4 p.m. The show is not watched by what we consider our [regular customers]. But Oprah's viewers go out and buy the books featured on the show. (in Krohn, 2009, p. 70)

Para além das suas escolhas, Oprah também convidava os escritores a fazerem parte da sua rubrica, tendo estado presente uma das suas escritoras preferidas, Toni Morrison, autora dos sucessos literários *Song of Solomon* (1977) e *Beloved* (1987), que viria a ser agraciada com o Prémio Nobel da Literatura em 1993. Oprah considerou Toni Morrison a melhor escritora americana viva, entre homens e mulheres, entre brancos e negros.

Em 1997, Oprah abraça outro desafio e cria o *Oprah's Angel Network*, uma instituição de caridade, cujo objetivo era angariar fundos para oferecer bolsas escolares a cinquenta pessoas escolhidas pelos *Boys and Girls Clubs of America*. Cada um dos escolhidos iria receber uma bolsa no valor de vinte e cinco mil dólares, assim permitindo que os escolhidos continuassem os estudos universitários. Oprah também pediu aos telespectadores que fizessem os seus próprios milagres e doassem os seus “trocos”, pois Oprah planeava construir também mais de duzentas *Oprah Houses*, no âmbito do projeto *Habitat for Humanity*.¹¹ O *Oprah's Angel Network* angariou mais de oitenta milhões de dólares, tendo Jon Bon Jovi doado pessoalmente um milhão, conseguindo inclusive criar uma linha de apoio às vítimas do furacão *Katrina* denominada *Oprah's Angel Network Katrina Registry*, que angariou para esta causa onze milhões de dólares, dez milhões dos quais doados pela própria Oprah. Um ano depois da

¹¹ *Habitat for Humanity* consiste num grupo de pessoas que ajuda as famílias pobres a construírem casas melhores, sendo estas casas vendidas a preços baixos, para que as famílias possam comprá-las.

tragédia, foram construídas várias casas nos estados do Texas, Mississippi, Louisiana e Alabama de forma a alojar novamente as vítimas da catástrofe.

Oprah nunca parou de se desafiar e ambicionava chegar sempre mais longe. Assim, a sua produtora Harpo começou, em 1997, a realizar e produzir filmes para televisão intitulados *Oprah Winfrey Presents*. A Harpo Productions passou então a transmitir vários filmes, sendo o primeiro deles *Before Women had Wings* (1997), no qual Oprah também participava, representando a personagem de Zora Williams. Nesse mesmo ano, Oprah lançou um vídeo com uma adaptação do livro *Making the Connection* intitulado *Oprah: Make the Connection*, sobre a forma de as pessoas controlarem a sua própria vida, alertando as pessoas para não perderem tempo à espera de algo que pode nunca vir.¹²

Continuando a inovar o seu *talk show*, em meados do mesmo ano Oprah anunciou em direto que iria gravar um programa da rubrica *Oprah's Book Club* em casa da escritora Maya Angelou (1928-2014). Esta tinha lançado bastantes anos antes *The Heart of a Woman* (1981), a quarta parte da sua autobiografia, e Oprah considerava-a a mulher que mais tinha influenciado a sua vida, essencialmente através do livro que lera na adolescência, *I Know Why the Caged Bird Sings* (1969), a primeira parte da autobiografia de Maya Angelou, em que ela também relata a experiência de abuso sexual por que passou. Esta seria então uma forma de surpreender o público do programa de uma forma diferente, tornando-o ainda mais intimista.

The Oprah Winfrey Show era um programa tanto de entretenimento como informativo e, por vezes, essa tentativa de manter as pessoas informadas o mais possível, poderia ter consequências nem sempre boas. Foi o caso do programa *Dangerous Food*, transmitido em 16 de abril de 1996, no qual Oprah e os seus convidados falaram sobre os riscos da doença das

¹² Será relevante lembrar neste mesmo contexto o conto de Henry James “The Beast in the Jungle” e a obra de Beckett “À espera de Godot”.

vacas loucas, uma doença que afetava o cérebro. No decorrer do programa, Oprah afirmou a sua rejeição do consumo de carne de vaca - “It has just stopped me cold from eating another burger” - o que levou um grupo de criadores de gado do Texas a interporem um processo judicial contra Oprah, afirmando que ela tinha difamado a sua imagem e que tal tinha provocado perdas de milhões de dólares na indústria e na comercialização de gado. Foi em 1998 que Oprah se deslocou até Amarillo, Texas, para o julgamento, juntamente com a sua equipa da Harpo Productions, tendo gravado lá o seu *talk show*. Após seis semanas, o júri declarou Oprah inocente de qualquer dano causado à indústria de gado, tendo sido retiradas todas as acusações contra ela. No final do julgamento, Oprah declarou que iria continuar a usar a sua voz em prol do que achava correto pois a liberdade de expressão existia.

De volta à indústria cinematográfica, Oprah volta a participar num outro filme, *Beloved*, (1998) realizado por Jonathan Demme e adaptado da obra de Toni Morrison. Ela representava o papel de Sethe, uma escrava que tinha fugido e que vivia agora numa quinta no Ohio, sendo um papel que para Oprah era especialmente importante. Sethe é constantemente assombrada pelas memórias da sua escravidão assim como pelo fantasma da sua bebé, Beloved. Este papel tocava, sem dúvida, na herança afro-americana, da qual Oprah sempre se orgulhou muito, no entanto, ela nunca pensou que fosse realmente tão difícil colocar-se na pele de uma escrava do século XIX. O filme recebeu críticas boas, mas não foi um êxito de bilheteira, ao contrário do que seria expectável. O facto de ter Oprah no elenco como atriz não foi suficiente para lhe garantir o sucesso.

O sucesso manteve-se, sim, a nível do *talk show* que foi premiado quase todos os anos com *Emmies*, e conseguiu em 1998 um *Emmy* especial para Oprah, o *Daytime Emmy Award for Lifetime Achievement*. Este foi um prémio inteiramente merecido e a partir daqui não haveria muito mais a atingir, pois tratava-se do maior reconhecimento pessoal e profissional que

poderia receber. Neste mesmo ano, Oprah iniciou outra temporada do seu programa, à qual chamou *Change Your Life TV*. Um dos seus convidados foi John Gray, autor de *Men are from Mars, Women are from Venus* (1992), *best seller* que argumenta que os homens e as mulheres lidam, efetivamente, de forma diferente com as emoções. No programa, Gray encorajou os casais a resolverem os seus problemas de forma útil e criativa. Foi neste momento que Oprah juntou um novo segmento ao programa, *Remembering Your Spirit*, onde ela mostrava aos telespectadores como poderiam tirar “tempo de qualidade” para si próprios, assim como poderiam efetivamente “viver” as suas vidas espirituais: “We will bring in more experts and emphasize the spirit. Every day we will have a segment called ‘Remembering Your Spirit’ to encourage viewers to go after their soul’s desires.” (in Mask, 2009, p. 145) Mais uma vez, a sua popularidade permanecia intocável, tendo sido considerada uma das mais poderosas marcas na indústria do entretenimento, ou seja, tudo o que tivesse o “selo” Oprah era um sucesso de mercado.

Em 2000, Oprah, juntamente com o *Hearst Magazines*, começou um novo projeto – a sua própria revista – *O: The Oprah Magazine*. Esta revista contém essencialmente artigos otimistas e de auto-aperfeiçoamento e crescimento pessoal, assim como histórias inspiradoras, tendo o primeiro número vendido cerca de um milhão e cem mil cópias. Oprah também escreve uma coluna para a revista, tendo a primeira sido sobre a sua missão de levar as pessoas a pensarem sobre o seu próprio crescimento, sobre como cada indivíduo poderá atingir o potencial máximo e viver uma vida de forma mais feliz, completa e produtiva.

Para muitos, Oprah assumia, e representava na perfeição, o papel de psicóloga e de ministro religioso, tanto no seu programa, como na própria revista, sendo certo que para milhões de pessoas Oprah continuava a ser uma verdadeira fonte de inspiração.

Ainda no ano de 2000, Oprah lançou a sua própria *Personal Growth Summit* e levou o seminário de autoajuda a quatro cidades, não para proclamar uma forma definida de como as pessoas deveriam conduzir as suas vidas, mas sim para partilhar o que tinha funcionado com ela própria. Em 2001, organizou os workshops *Live Your Best Life*, mantendo assim uma prática de inspiração dirigida a centenas de pessoas, apelando à espiritualidade, à meditação e à focagem nos sonhos individuais.

Também a nível de filantropia, há muito que é conhecida, pois Oprah não foi dando só o seu tempo, mas também o seu dinheiro. Em 2000, doou 10 milhões de dólares à organização *A Better Chance*, a qual colocava estudantes brilhantes pertencentes a minorias nas melhores escolas do país; em 2002, ofereceu cinquenta mil presentes de Natal a crianças de África do Sul, um país onde tantas crianças ainda hoje vivem em pobreza extrema, onde mais tarde veio também a construir escolas. Os prémios e o reconhecimento profissional foram continuando, tendo ganho em 2002 mais uma distinção, *Bob Hope Humanitarian Award*, pelo seu impacto social e cultural através da televisão.

Em 2002, assistimos ao que se poderá considerar como uma quebra de energia por parte de Oprah, tendo esta anunciado o final do seu *talk show* após a temporada de 2005/2006. Nesse mesmo ano, anunciou o fim do seu *Book Club*. No entanto, em maio de 2003, Oprah aparece com renovado ânimo e assina contrato para continuar *The Oprah Winfrey Show* até à temporada 2007/2008. Em junho do mesmo ano recomeçou o seu *Book Club* mais uma vez. Para além disso, ainda criou um segmento novo o *Oprah after the Show*, um espaço informal no qual o público e os convidados conversavam, ainda que mantendo-se em frente às câmaras. A sua tournée *Live Your Best Life* transformou-se num workshop de multimédia interativo, onde os participantes podiam experienciar o estilo próprio de Oprah, assim como abordar questões sobre mudanças de vida. O sucesso da revista *O* levou Oprah a criar *O at Home*, uma

edição que era publicada quatro vezes ao ano e se baseava nas várias formas como os leitores podiam remodelar e decorar as suas casas, de modo a melhor refletirem as suas paixões e personalidades. Como suporte de todos estes segmentos, surgiu também o seu sítio da internet www.oprah.com o qual ainda hoje recebe milhões de visitas.

Através do seu *talk show* e do seu sítio da internet, Oprah iniciou em 2005 um novo projeto, *Oprah's Child Predator Watch List*, uma lista que identificava predadores sexuais condenados em fuga, oferecendo uma recompensa pela sua captura.

Oprah produziu ainda, juntamente com uma equipa de produção da Broadway, *The Colour Purple* (2005) adaptado a um público diferente, no registo de um musical. Para além da divulgação no *The Oprah Winfrey Show*, o musical iniciou uma tournée pelo país com o objetivo de ajudar as vítimas do furacão *Katrina* a reconstruírem as suas casas, como antes referido.

Mudando de média, Oprah lançou-se também na rádio com o programa *Oprah & Friends*, apresentando personalidades que participavam no seu *talk show* tais como Gayle King e Bob Greene. Com início em setembro de 2006, o programa funcionava em segmentos regulares sobre assuntos atuais, por exemplo relativos a saúde, melhorias pessoais, livros e decoração de casas. Num dado segmento do programa, os ouvintes tinham também a possibilidade de falar diretamente com Oprah.

No dia 2 de janeiro de 2007, um dia que Oprah considerou como o melhor da sua vida e o que mais a encheu de orgulho, abriu a *Oprah Winfrey Leadership Academy for Girls* em Henley-on-Klip, a sul da cidade de Johannesburg, província de Gauteng, África do Sul. Na cerimónia de abertura estavam presentes várias celebridades como Nelson Mandela, anterior Presidente de África do Sul, o Ministro da Educação de então, Professor Kader Asmal, Mary J. Blige, Tina Turner, Spike Lee e Sidney Poitier. A mensagem deixada por Oprah, foi a seguinte:

The students who are invited to attend the Oprah Winfrey Leadership Academy for Girls have shown that they have the ability to excel, and to move beyond challenging circumstances. Through exemplary service to their communities, they have demonstrated their potential to effect positive and enduring change. The Academy will nurture this potential, and raise the next generation of transformative South African leaders. Every child has a right to an education, but to attend the Oprah Winfrey Leadership Academy for Girls will be a privilege. I refer the girls who attend, as well as those who aspire to attend the Academy, to the words of Dr. Martin Luther King Jr.: ‘My young friends, doors are opening to you - doors of opportunities that were not open to your mothers and fathers - and the great challenge facing you is to be ready to face these doors as they open.’ The Academy will prepare students for what awaits them on the other side of those doors. It is a place where young girls will have the opportunity to improve the quality of life for their sisters, and for generations to come. It is my great honour to open the doors of the Academy to South Africa’s future leaders. Welcome! (www.owla.co.za)

Esta academia para raparigas teve um custo de cerca de quarenta milhões de dólares e as suas instalações incluíam um cinema, um ginásio, residências, salas de computadores e laboratórios e uma biblioteca. As primeiras cento e cinquenta raparigas foram escolhidas pessoalmente por Oprah e tinham de demonstrar excelência académica assim como capacidade de liderança. Para além disso tinham também de ser oriundas de famílias com rendimentos baixos, no máximo de oitocentos dólares por mês. Esta escola demonstrou o grande interesse e empenho de Oprah na educação dos mais desfavorecidos, fazendo lembrar aquilo que ela própria tinha passado na adolescência. No entanto, as críticas cedo começaram na medida em que questionavam a razão de Oprah gastar tanto dinheiro numa única escola, quando poderia construir várias. Também o facto de ser numa região predominantemente de brancos, não agradou aos “vizinhos” que mostravam o seu descontentamento fazendo queixas sobre o barulho. Outra das críticas era sobre a Academia ser na África de Sul. A reação de Oprah a estas críticas foi nula pois a sua filantropia em relação à educação não ficou por aqui. E a breve referência a gastos filantrópicos no âmbito da educação escolar incluída de seguida, pretende apenas mostrar a diversidade geográfica e outra das ações de Oprah. Em 2007 doou

um milhão de dólares à *Miss Porter's School*, em Farmington, Connecticut; em 2008 ofereceu trezentos e sessenta e cinco mil dólares à *Ron Clark Academy* em Atlanta, Georgia; e ajudou monetariamente também o *Morehouse College* e o *Spelman College*, na Georgia, e a *Jackson State University*, no Mississippi.

Ainda durante o ano de 2007, a Academia na África do Sul foi notícia em várias partes do mundo. Uma das funcionárias reponsável pelos dormitórios, Tiny Virginia Makopo, foi acusada por sete raparigas de abuso sexual. Para Oprah esta situação foi o relembrar mais uma vez de tudo aquilo por que ela própria tinha passado na adolescência. E era precisamente o que ela não queria que acontecesse ali, naquela Academia que ela tinha fundado com tanto carinho. Ao tentar impedir que o perigo do exterior atingisse as raparigas, esqueceu-se de estar alerta em relação ao que se passava no interior. Oprah fez tudo o que estava ao seu alcance para proteger as raparigas, pedindo desculpa aos pais publicamente e falando sobre o caso numa conferência de imprensa, na qual afirmou ter sido uma das piores coisas que lhe podiam ter acontecido:

It has shaken me to my core [...] This has been one of the most devastating, if not the most devastating, experiences of my life... As with all such experiences, there is always something to be gained, something to be learned. At the core of me is a belief that all things happen for a reason no matter the devastation, and this too shall pass. All dorm matrons at the school had been dismissed. When I told them the dorm matrons had been removed, the girls cheered and wept, they were so happy [...] What I know is that no one — not the accused nor any persons — can destroy the dream that I have held and the dream that each girl continues to hold for herself at the school. I am prepared to do whatever is necessary to make sure that the Oprah Winfrey Leadership Academy for Girls becomes a safe and nurturing and enriched setting that I have envisioned, a place capable of fostering a full measure of these girls' productivity, creativity and of their humanity. (<http://www.telegraph.co.uk>)

No entanto os escândalos não ficaram por aqui, pois no seguimento deste caso de abuso sexual, Oprah perdeu a confiança na equipa que estava a coordenar a Academia e despediu

vários funcionários, inclusive a diretora, Nomvuyo Mzamane, pelo facto de esta não se ter apercebido do que se estava a passar com as alunas. Como, de certa forma, a ex-diretora se sentiu lesada por estar a ser indiretamente ligada à situação acima referida, interpôs um processo de difamação contra Oprah no ano de 2008. No entanto, o caso não chegou a ir a tribunal pois chegaram a acordo antes da audiência.

Em 2009, sete raparigas da Academia foram suspensas por comportamento inadequado envolvendo condutas sexuais e, em 2011, uma das raparigas deu entrada no hospital por estar com hemorragias, tendo dentro da sua mala um bebé morto. As polémicas foram assim continuando ao longo dos anos, mas Oprah manteve-se fiel ao seu ideal e nunca desistiu destas raparigas. Atualmente a Academia conta com cerca de trezentas raparigas desde o oitavo ao décimo ano. (www.owla.co.za)

Foi também no ano de 2007 que Oprah assumiu publicamente e pela primeira vez o apoio a uma figura política, Barack Obama. Os dois conheciam-se já há vários anos, viviam em Chicago e acima de tudo Oprah acreditava em Obama, tendo sido esta a principal razão para este apoio público e para juntar a Obama o seu nome, a sua voz e o seu estatuto de celebridade. Nem todos os seus seguidores concordaram com esta posição política, tendo como consequência uma quebra nas audiências do seu programa.

De volta à televisão, em 2008, produziu um *reality show*, *Oprah's Big Give*, apresentado por Nate Berkus, no qual os concorrentes chamados de *Big Givers* recebiam dinheiro, que deveriam gastar com pessoas com necessidades a nível financeiro, ajudando-as de forma significativa. O júri decidia qual dos *Givers* tinha gasto o dinheiro recebido da forma mais criativa e que tivesse realmente feito a diferença na vida da pessoa escolhida. A cada semana era eliminado um concorrente de entre os *Givers* e, no final, o vencedor receberia um milhão

de dólares. O programa só teve uma temporada e era produzido pela Harpo Productions e transmitido pela estação televisiva ABC.

Em 2009, assistimos a outro grande passo, a criação da sua própria rede de comunicações – *The Oprah Winfrey Network – OWN*. A Harpo passou, então, a desenvolver os conteúdos programáticos para a *OWN*, retomando de alguma forma os temas abordados no *talk show*. O seu contrato com a *King World*, produtora do *The Oprah Winfrey Show* terminaria em 2011, tendo Oprah referido que seria possível, após essa data, a transmissão de novos programas ou retransmissões na *OWN*.

Antes do derradeiro final, os produtores do programa e os amigos de Oprah, estrelas de Hollywood, prepararam-lhe uma festa de despedida intitulada *Surprise Oprah! A Farewell Spectacular* que decorreu no *United Center* em Chicago contando com a presença de cerca de treze mil pessoas, tendo sido transmitida nos dias 23 e 24 de maio de 2011. Todos os presentes quiseram prestar uma homenagem àquela mulher que tinha mudado a vida de tantas pessoas com a sua presença diária na televisão assim como com a amizade demonstrada. No dia 25 de maio de 2011 Oprah despediu-se daquela que foi a sua casa durante vinte e cinco anos. Este último episódio foi muito emotivo e tocante pois foi o relembrar de uma história de vida, dos bons e maus momentos, e foi principalmente um gesto de agradecimento a todos os funcionários e seguidores que percorreram esta viagem com ela. Oprah terminou dizendo: “I won’t say goodbye. I’ll just say, ‘Until we meet again.’ God be the glory.”

E foi assim a mudança para a *OWN* que ocorreu nesse mesmo ano em 2011, uma aventura conjunta com a *Discovery Communications* e com um início financeiramente complicado.

Oprah continuou a apresentar programas na *OWN*, quase todos em forma de entrevista. Passou então a ter autonomia e poder para decidir o que fazer e quando o fazer. E estreou o lançamento da própria *OWN*, no dia 1 de janeiro de 2011, tendo como convidado o rapper

Jay-Z com o programa denominado *Oprah Presents: Master Class*. Neste espaço são contadas histórias nunca antes ouvidas sobre pessoas que o mundo pensa conhecer, como por exemplo Jane Fonda, Cindy Crawford, Justin Timberlake, entre outros. Os convidados são atores, músicos, atletas, os quais são entrevistados num cenário intimista, havendo partilha de sucessos, fracassos, triunfos, desilusões e até amores. Foi com a estreia da segunda temporada que mudou o seu nome para *Oprah's Master Class*. Atualmente já finalizou a quarta temporada tendo sido transmitidos trinta e seis episódios. Foram realizadas duas emissões especiais, sendo uma delas sobre os Direitos Civis transmitida no dia 4 de janeiro de 2015. A quinta temporada terá início no outono de 2015 tendo como convidados Ellen DeGeneres, Robert Duvall, entre outros.

Oprah's Life Class trata-se de um programa de auto-ajuda (*self-help*) que reflete as lições de vida, revelações e momentos *aha* dos vinte e cinco anos de Oprah à frente do seu famoso *talk show*. Teve início em 10 de outubro de 2011, tendo sido gravados sessenta e três programas, encontrando-se na quinta temporada. Na segunda temporada houve uma ligeira alteração, passando a *Oprah's Lifeclass: The Tour*. Oprah pretende com a sua experiência e com os pensamentos dos seus convidados, sendo Iyanla Vanzant uma das mais assíduas, ensinar o público a viver o melhor das suas vidas. Na quarta temporada, foi criado o *The Social Lab*, um espaço de partilha de ideias e reflexões com público de todo o mundo através das redes sociais Skype, Facebook, Twitter e da sua página de internet Oprah.com.

Criou também o programa *Super Soul Sunday*, com início a 16 de outubro de 2011, apresentado também por ela, o qual tem como objetivo despertar o melhor que há em cada indivíduo e ajudar a estabelecer uma relação mais profunda com o mundo. Os temas giram à volta de felicidade, espiritualidade, realização pessoal, tendo como convidados filósofos, autores, visionários e líderes espirituais. Entre os convidados podemos referir Elie Wiesel,

Maya Angelou, Iyanla Vanzant e Eckhart Tolle. Encontra-se, assim, na sua décima temporada contando com cerca de cento e onze programas, tendo sido reconhecido pela *National Academy of Television, Arts & Sciences* e galardoado com dois *Daytime Emmy Awards*.

O atualmente denominado *Oprah Prime* é essencialmente um programa de entrevistas. Teve início no dia 1 de janeiro de 2012 com o nome de *Oprah's Next Chapter*, mas na sua terceira temporada mudou para *Oprah Prime*. Oprah analisa temas atuais através de entrevistas a celebridades tais como Steven Tyler, Bette Midler, ou Drew Barrymore, incluindo também pessoas desconhecidas do grande público. Encontrando-se na sua terceira temporada, já conta com cerca de oitenta e cinco programas.

No programa *Oprah: Where are they now?* que iniciou a 2 de outubro de 2012, Oprah vai recuperar histórias de pessoas do seu anterior *The Oprah Winfrey Show* e contar aos telespectadores o que mudou na vida destas pessoas que foram notícia anos antes.

Como se pode constatar pelos programas acima apresentados, Oprah, apesar do término do célebre *talk show*, continua a ser uma presença assídua na *OWN* e continuou a ser considerada uma das pessoas mais influentes do seu país.

Em outubro de 2012, Oprah foi mais uma vez notícia por ter apoiado a reconciliação de Rihanna e Chris Brown, pois tinha sido uma das pessoas que mais tinha alertado a cantora para a situação de violência doméstica, pela qual esta passou.

O seu pai, Vernon, em novembro de 2012, divorciou-se da sua mulher, cansado de todo o esbanjamento. Oprah pagou as custas legais do todo o divórcio.

Em 2013, Oprah ocupava o primeiro lugar do ranking da revista *Forbes* das cem celebridades mais mediáticas, tendo ficado em segundo lugar nos dois anos anteriores.

A rede fez manchetes em janeiro de 2013, visto o *Oprah's Next Chapter* ter apresentado a entrevista de Oprah a Lance Armstrong, o ciclista americano, sete vezes vencedor do *Tour de France*, que foi destituído dos seus sete títulos em 2012 devido a acusações de *dopping*. Durante a entrevista, Armstrong admitiu o uso de substâncias dopantes ao longo da sua carreira no ciclismo. Oprah, após a entrevista declarou que sentiu Armstrong como um homem sério, preparado para a entrevista e ciente de tudo aquilo que estava a admitir publicamente, apesar de ter sido uma conversa que a deixou efetivamente exausta pelo seu conteúdo.

Em fevereiro do mesmo ano, Beyoncé foi também entrevistada no *Oprah's Next Chapter*, no dia de estreia do seu documentário da HBO *Life is But a Dream*. Em abril foi a vez de Diogo Morgado, ator português que participou no filme *The Bible*, que durante a entrevista conduzida por Oprah e perante o ambiente informal criado também com outros atores do elenco do filme, levou Oprah a chamá-lo de *Hot Jesus*, quando foram comer um cachorro quente.

Foi nesta mesma altura que Oprah foi processada por uma ex-funcionária, Carolyn Hommel, a qual alegava ter sido alvo de discriminação por ter engravidado. A ex-funcionária alegou ter sido despromovida depois de regressar da licença de maternidade e foi despedida um mês depois. Fontes próximas de Oprah consideraram esta situação um absurdo, pois afirmam que a razão pela qual a ex-funcionária foi despedida se devia ao facto de não ter as qualificações adequadas para o lugar.

Rock and Roll Hall of Fame de 2013 tinha uma surpresa reservada para o seu público. Oprah foi a convidada para fazer o discurso de homenagem a Quincy Jones, tendo lembrado na altura que o facto de ele a ter escolhido para o filme *The Color Purple*, mudara

completamente a sua trajetória de vida. Oprah descreveu com emoção Quincy Jones dando relevância ao seu talento e generosidade:

You just have the most generous soul of anybody I know. [...] He has the incredible ability to pull people together from music and movie and TV in a way that nobody did before. He was the one who wrote the sign 'Leave Your Ego At The Door,' letting every one there know that he could write that because he was able to do the same. [...] He's been underestimated, but never counted out. He lives life completely on his terms and he has so much fun doing it. [...] I want to be like you, I really do. (www.youtube.com)

Foi bastante comovida que Oprah recebeu o grau de *Honorary Doctor of Laws Degree* pela Universidade de Harvard em maio de 2013 na cidade de Cambridge, Massachusetts. No entanto, não foi o primeiro reconhecimento acadêmico para Oprah, pois em 2002 já tinha recebido o grau de *Doctor of Fine Arts Degree* pela Universidade de Princeton e em 2009 o grau de *Honorary Doctor of Humane Letters Degree* pela Universidade de Duke. No fundo, todo este reconhecimento profissional e pessoal a marcou pois significam mais uma vez a sua vitória na vida, a mensagem que esta sempre tentou e continua a tentar transmitir aos outros.

Em julho de 2013, Oprah deslocou-se a Zurique, Suíça, para o casamento da sua amiga Tina Turner. Durante um passeio pela cidade, Oprah entrou na conhecida loja *Trois Pommes* e pediu à funcionária para ver uma mala Tom Ford que se encontrava exposta, a qual tinha um preço de trinta e oito mil dólares. A empregada, não reconheceu Oprah e tentou mostrar-lhe outras malas de valor mais acessível, embora Oprah continuasse a pedir aquela especificamente. Foi um incidente que foi capa de jornais de vários países e se tornou alvo de várias polémicas e contradições entre os envolvidos, pois Oprah encarou o sucedido como um ato de racismo.

Oprah voltou novamente ao grande ecrã com o filme *The Butler*, um drama histórico que estreou nos E.U.A. a 16 de agosto de 2013. Oprah representa o papel de Gloria Gaines, mulher do mordomo Cecil Gaines, papel representado por Forest Whitaker. Este filme baseia-

se na história verídica de Eugene Allen, representando um testemunho da história e de várias gerações de afro-americanos que foram criados e mordomos da Casa Branca. Este filme produzido e realizado por Lee Daniels conta assim a história de um mordomo que trabalhou na Casa Branca durante trinta e quatro anos, tendo convivido com oito Presidentes Americanos e testemunhado vários eventos notáveis do século XX.

Também nesse mesmo mês, Oprah entrevistou Lindsay Lohan, uma entrevista exclusiva com a atriz que tinha estado três meses internada em recuperação da sua dependência em relação ao álcool. Após esta entrevista exclusiva, a *OWN* produziu e transmitiu um documentário da atriz dividido em oito partes. Este documentário tinha mais uma vez um objetivo: demonstrar que figuras públicas, tais como Lindsay Lohan, também têm problemas. Esta transmissão específica, uma experiência única em televisão com uma personalidade tão mediática, pretendia revelar o que uma dependente alcoólica sofre para ultrapassar esta dependência, ao mesmo tempo que lhe permite partilhar com o público as suas maiores lições de vida, e assim poder dar algo de si também a quem sofre do mesmo problema.

A maior honra que um cidadão americano pode receber chegou em novembro de 2013 para Oprah, tendo esta sido condecorada pelo Presidente Barack Obama com *The Presidential Medal of Freedom* pelas suas notáveis contribuições dadas ao país. Nas declarações posteriores, Oprah afirmou: “This is the greatest honour of my life!” e sublinhou mais uma vez o seu lema de vida, ou seja, aprender a viver a vida com paixão, seguir o coração e encontrar o “chamamento” que todos têm. Há que descobrir esse “chamamento”, esse objetivo de vida e fazer tudo para o alcançar. Particularizou ainda a necessidade de ser autêntica, referindo que foi o seu modo de vencer na vida, quer pessoal, quer profissionalmente. E terminou mais uma vez com o seu lema:”Discover who you are and use

who you are in service to the world”, ou seja, através do auto-aperfeiçoamento há um resultado positivo tanto para o próprio indivíduo como para a sociedade em geral.

Em outubro de 2014, Oprah entrevistou Raven-Symone no seu programa *Oprah: Where are they now?* e o impacto foi grande a nível dos média devido às afirmações feitas pela atriz sobre o facto de esta dizer que não era afro-americana:

I'm tired of being labeled. I'm an American. I'm not an African American; I'm an American... I mean, I don't know where my roots go to. I don't know how far back they go... I don't know what country in Africa I'm from, but I do know that my roots are in Louisiana. I'm an American. And that's a colorless person. [...] I don't label myself. I have darker skin. I have a nice, interesting grade of hair. I connect with Caucasian. I connect with Asian. I connect with Black. I connect with Indian. I connect with each culture.
(www.oprah.own.com)

Oprah alertou-a para o facto de esta poder vir a ser muito criticada por fazer tais declarações publicamente.

No outono, seguiu em tournée com o seu seminário *The Life You Want*, seguindo de Newark até Seattle com o seu *slogan* de autoajuda, tendo tido lotação esgotada em todos os estádios onde passou.

The Queen of Talk, como tantas vezes a apelidaram, conseguiu no ano de 2014 contrariar as previsões pessimistas e negativas sobre o (in)sucesso da sua rede OWN. Sem nunca desistir, a OWN alcançou em 2014 um *cash-flow* positivo, com as audiências a subir devido, em parte, à colaboração do diretor e produtor Tyler Perry que trouxe séries tanto de comédia como de drama para o seu seio. Oprah ganha ainda milhões anualmente com a sua revista *O magazine* e também a partir do sucesso das estrelas *spin-off* que ela ajudou a criar, incluindo Dr. Phil, Rachael Ray e Dr. Oz.

Para Oprah, o ano de 2014 foi passado, na sua grande parte, a promover *Selma*, o premiado filme sobre a ação de Martin Luther King, Jr. e outros membros do SCLC na organização da marcha a iniciar em Selma, em meados dos anos sessenta. A sua produtora, *Harpo Films*, co-produziu o filme, onde ela própria também desempenhou um pequeno papel como ativista de direitos cívicos, encarnando a personagem de Annie Lee Cooper.

The Ellen DeGeneres Show transmitido a 9 de janeiro de 2015 teve como convidados Oprah Winfrey, David Oyelowo e Carmen Ejogo, tendo como objetivo principal a promoção do filme *Selma*. No dia 18 janeiro 2015, Oprah, juntamente com o elenco do filme *Selma*, juntou-se à marcha comemorativa da vida de Dr. Martin Luther King Jr. em Selma, Alabama.

Em março de 2015, Winfrey anunciou que a sede dos Harpo Studios, em Chicago, irá fechar no final do presente ano para concentrar as operações de produção da empresa para a sede própria a partir de Los Angeles.

Oprah foi convidada a fazer, em abril de 2015, o lançamento de um selo comemorativo em homenagem a Maya Angelou, o qual tem uma fotografia da escritora e uma citação retirada de um dos seus sucessos literários: “A bird doesn’t sing because it has an answer, it sings because it has a song.”

Talvez por todo este envolvimento social e cultural Oprah continue a fazer parte da vida dos americanos. Apesar de manter os seus programas na rede *OWN*, as audiências não atingem o nível das do seu afamado *talk show* que terminou em 2011. No entanto, continuou ao longo dos anos a ser considerada uma das mulheres mais importantes e mais ricas dos E.U.A.

A meu ver, Oprah quis, em 2011, mudar de vida apesar de tudo o que de bom os seus vinte e cinco anos à frente do *The Oprah Winfrey Show* lhe trouxeram. Essa fora a sua rampa para o sucesso, mas ela não parou por aí, não baixou os braços e continuou de várias formas a

defender os seus ideais. Continuou envolvida na luta pelos direitos civis, continuou a mostrar aos americanos a forma de serem felizes com as suas próprias vidas. Continuou a ser a mesma Oprah de sempre, mesmo sem a presença diária de outrora.

I'm black, I don't feel burdened by it and I don't think it's a huge responsibility.

It's part of who I am. It does not define me.

Oprah Winfrey

2.2 Raça e etnicidade em Oprah – Ícone cultural do *mainstream* americano

Conceitos como os de raça e etnicidade, ainda que complexos e frequentemente causadores de controvérsia, não podem deixar de ser abordados num trabalho sobre Oprah Winfrey, uma vez que a história dos E.U.A., marcada pela imigração de gentes das mais variadas proveniências geográficas e também pela escravatura de africanos e seus descendentes, bem como por todo um legado de preconceito a tal associado, a isso mesmo obriga.

Raça, de uma forma geral, foi e é constantemente associada a aspetos biológicos como a cor da pele ou outros pormenores de ordem física, sendo os negros o grupo mais marcado nos E.U.A. por esta conceção. Associado ao conceito de raça como marca biológica surge, ainda, uma hierarquia organizada segundo (pre)conceitos de superioridade e inferioridade. A tal acresce uma clara estereotipação, havendo conseqüentemente uma negação da identidade e da individualidade. Isabel Caldeira refere que a subalternização dos negros, situação que se manteve até à década de sessenta do século XX, se devia a características que lhes eram imputadas, nomeadamente o serem “infantis, preguiçosos, irracionais, amorais e pagãos, incompetentes para gerir as próprias vidas, incapazes de nutrir a mesma qualidade de sentimentos e indignos de ser considerados como iguais.” (2014, p. 23)

Segundo Barker, entende-se por etnicidade o seguinte:

a cultural term for boundary formation between groups of people who have been discursively constructed as sharing values, norms, practices, symbols and artefacts and are seen as such by themselves and others, closely connected to the concept of race. (2010, p. 173)

Quanto ao conceito de raça, o mesmo autor define-o nos seguintes termos:

Categories of people based on alleged biological characteristics including skin pigmentation. A ‘racialized group’ would be one identified and subordinated on the grounds of race as a discursive construct.” (2010, p. 174)

Por estas definições se pode ver a distinção que deve ser estabelecida entre estes dois conceitos e os problemas acrescidos que o conceito de raça acarreta.

A origem do conceito de raça associada alegadamente à observação científica dos povos remonta ao século XVIII e foi cunhado pelo sueco Carl Linnaeus (1707-1778), considerado o pai da taxonomia moderna por ter criado um sistema de classificação de raças baseado no essencialismo biológico.

Será, entretanto, necessário fazer a distinção entre os discursos biológicos subjacentes ao conceito de raça e os mais recentes discursos culturais da “racialização”, ou seja, entre a ideia de que os seres humanos se distinguem em resultado de fatores biológicos e a ideia de que os grupos humanos são culturalmente construídos como raças, sejam elas subordinadoras ou subordinadas. É devido à crescente ênfase numa visão que questiona a validade de um conceito fundado em distinções essencialistas como aquelas que advogam a ideia de que a identidade se funda em aspetos biológicos que se pretendem puros, no sentido em que não seriam perturbados por outros fatores, que ganha maior relevância o conceito de etnia como conceito que afirma a base cultural das fronteiras entre os grupos com características que podem ser distintivas.

Certo é que, no dia 3 de fevereiro de 1870, a Constituição dos E.U.A., na sua 15ª emenda usou as palavras raça e cor, referindo-se à escravatura e ao direito de voto, podendo ler-se:

Section 1. The right of citizens of the United States to vote shall not be denied or abridged by the United States or by any State on account of race, color, or previous condition of servitude. Section 2. The Congress shall have power to enforce this article by appropriate legislation.¹³

¹³ Disponível em http://www.archives.gov/exhibits/charters/constitution_amendments_11-27.html Consultado a 23/03/2015

Em finais do século XIX e início do século XX, assistiu-se nos E.U.A. a uma propagação de uma linha de pensamento inspirada nos estudos de Charles Darwin denominada darwinismo social, o qual resumidamente defendia a diferenciação entre seres e grupos de um modo que implicitamente incluía a valorização das raças consideradas superiores e efetivamente puras:

The idea of natural selection was translated to a struggle between individual members of a society, between different nations, and between different races. This conflict, far from being an evil thing, was nature's indispensable method for producing superior men, superior nations, and superior races. (Gossett, 1997, p. 145)

Este tipo de pensamento veio a ser claramente associável ao Nazismo que imperou na Alemanha assim como à trágica e chocante exterminação dos judeus que lá ocorreu. Foi em boa parte a consciência dos malefícios de tal modo de pensar sobre distinções baseadas na ideia de raça que levou a que se tentasse efetivamente substituí-lo por um outro, etnia, evitando assim a ligação biológica inerente ao primeiro termo.

Etnicidade concentra em si uma dimensão cultural distinta, baseada na partilha de normas, valores, crenças, símbolos e práticas culturais. Sobre este conceito, Barker acrescenta ao que acima se citou, definindo etnicidade ainda como: “a relational concept concerned with categories of self-identification and social ascription.” (Barker, 2010, p. 62) Envolve assim um processo de formação de delimitações construídas de acordo com determinadas condições sociais e históricas. No entanto, apesar da insistência na inadequação do uso do termo raça como fator identificativo, e da preferência pelo uso do termo etnia ou etnicidade, nunca a utilização do primeiro termo desapareceu por completo.

Note-se que, no campo da ciência, a questão também não era esquecida, tal como reconhece Teslow:

The construction of race in science has never been an either/or proposition. It has never been a question of race or culture, heredity or society, bodies or minds. The discourses of

human variation since the eighteenth century have always incorporated visions of bodies, capabilities, and cultures as a means to explain diversity and justify hierarchy.” (2014, p.10)

Ora se a diversidade continua a ser encarada como algo de positivo, já a hierarquia coloca questões de ordem social e outras, visto que os aproveitamentos dela feitos se têm geralmente revelado como muito nocivos.

Havia e continua a haver diferentes interpretações relativas à construção e à conceção de raça. No entanto e como acima já referido, apesar da contestação a que tem sido sujeito, o termo nunca desapareceu e continua até aos dias de hoje a ser usado recorrentemente, quer na linguagem comum, jornalística ou política, quer em várias áreas de estudo que sobre ele e a questão da diversidade humana para que remete se questionam. A esperança de que a ciência esclarecesse (ou venha a esclarecer) de forma clara e objetiva esta questão, persiste:

Although the nature of consensus clearly shifted away from racial essentialism and hereditarian racial typology between 1900 and 1970, this must be seen within a broader historical perspective of the waxing and waning of hereditarian, biologically deterministic, and essentialist views. The conviction that science will ultimately solve the riddle of human diversity is one that has persisted since at least the application of comparative anatomy to the problem of African Americans and Native Americans in antebellum America. (Teslow, 2014, p. 11)

É ainda de notar que Craig Venter (1946-), bioquímico, geneticista e empresário americano, um dos primeiros investigadores a verificar a sequência do genoma humano, também se pronunciou quanto à questão da raça, afirmando o seguinte numa entrevista ao *The New York Times*: “Race is a social concept, not a scientific one. [...] We all evolved in the last 100,000 years from the same small number of tribes that migrated out of Africa and colonized the world.” E a articulista acrescenta:

Dr. Venter and scientists at the National Institutes of Health recently announced that they had put together a draft of the entire sequence of the human genome, and the researchers

had unanimously declared, there is only one race -- the human race. Dr. Venter and other researchers say that those traits most commonly used to distinguish one race from another, like skin and eye color, or the width of the nose, are traits controlled by a relatively few number of genes, and thus have been able to change rapidly in response to extreme environmental pressures during the short course of Homo sapiens history. (Angier, 2000, s/p)

Esta explicação encontrada por Venter e outros investigadores leva-nos a concluir algo que muitas pessoas, não querem assumir: há uma raça apenas, a raça humana.

No entanto, há algo que não podemos descurar e que logo no início do século XX foi afirmado por W.E.B. Du Bois, sociólogo, escritor e ativista, fundador do *National Association for the Advancement of Colored People* (NAACP), e que veio provar ser uma apreciação arguta: “The problem of the twentieth century is the problem of the color-line”. Também o escritor Richard Wright acrescentou na década de cinquenta do século XX, em *White Man, Listen!* (1957), tornando assim mais clara a sua posição quanto a este tema, o seguinte: “The history of the Negro in America is the history of America written in vivid and bloody terms [...] The Negro is America’s metaphor.” (1964, pp. 71-72) E, apesar de muito ter mudado no campo das questões raciais durante o século passado e até já no século presente, os problemas frequentemente encarados como de fundo racial, tantas vezes esquecendo-se outras vertentes, continuam a ser atuais e bem visíveis no século XXI, pois há heranças que dificilmente irão desaparecer.

As diferenciações entre pessoas com base na ideia de raça irão surgir de forma evidente na literatura americana (basta recordar o romance de Mark Twain, *Adventures of Huckleberry Finn*, 1885) tal como em todo o tipo de representações culturais – na pintura, no cinema, na publicidade, e em muitos outros campos. Em termos de representações culturais, um dos média, a televisão, assume aqui uma ênfase especial.

Se a televisão constrói significados, a questão centra-se na validade desses mesmos significados, em especial quando estão em causa questões de identificação. A questão da significação em televisão também difundiu estereótipos que habitualmente definiam raça como uma forma de identidade. No entanto, a discussão deste conceito foi conduzindo ao entendimento de que raça funciona fundamentalmente como conceito de representação ligado a um processo de luta social e política. Veio a constatar-se, assim, que, mais relevante do que qualquer fundamento biológico, os conceitos de “raça” e “racialização” têm um substrato inerentemente racista a um nível estrutural, pois envolvem formas de subordinação social, económica e política.

O estabelecimento e a classificação de diferenças deram origem a manifestações de seleção, hierarquização e rejeição que redundaram em racismo, visível através de padrões de representação cultural profundamente enraizados em discursos, práticas e subjetividades sociais e, no campo que importa para este estudo, também em produtos televisivos.

Sobre esta matéria, escreve Bonilla-Silva:

The racial grammar helps accomplish this task [maintaining racial domination] by shaping in significant ways how we see/ or don't see race in social phenomena, how we frame matters as racial or not race-related, and even how we feel about race matters. Racial grammar, I argue, is a distillate of racial ideology and, hence, of white supremacy. (2012, p. 174)

Remete-nos ainda para as questões raciais que são interpretadas de forma diferente pela supremacia “branca” e pelas minorias, sendo estas últimas, na maioria das vezes, o alvo da discriminação racial. Este sentimento é apresentado por Bonilla-Silva da seguinte forma: “Whereas for most whites racism is prejudice, for most people of color racism is systemic or institutionalized.” (2014, p. 8) Esta diferenciação foi sentida desde sempre e continua hoje a ser validada pela experiência das minorias.

Talvez este sentimento de institucionalização de um modo de pensar e sentir ajude a explicar por que razão, apesar de várias contestações sobre a validade do conceito de raça como elemento caracterizador, ele tem mantido a sua presença no discurso do dia-a-dia nomeadamente no televisivo. As representações de raça e de etnicidade, tal como disseminadas através da televisão, surgem repetidamente, não podendo ser separadas de complexos estereótipos culturais. E isto não obstante o reconhecimento de que, tal como Hall refere: “stereotyping reduces, essentializes, naturalizes and fixes ‘difference’”. (Hall, 1997, p. 258)

Poderá dizer-se que, quer nos E.U.A. quer noutras sociedades do mundo ocidental, a representação visual dos negros foi sendo marcada por este tipo de reducionismo estereotipado, visto ter ficado preponderantemente nas mãos de membros de comunidades não-negras que os olhavam geralmente como seres não apenas diferentes mas também inferiores, objetos da história e não sujeitos dela. Assim, e consoante as circunstâncias, ora apareciam como infantis e vítimas, ora como predadores e causadores de todo o tipo de problemas sociais, por exemplo.

Em termos de imagens televisivas nos E.U.A., é por altura do Movimento dos Direitos Civis e devido à cobertura que certas ações agressivas da polícia sulista face a manifestantes pacíficos vieram a granjear, que se assistirá a uma alteração no modo como esse segmento da população americana é visto pela chamada América branca. Esta, encontrava-se claramente dividida entre dois grandes grupos, sendo um deles o dos brancos do Sul e o outro o de todo o território restante, com especial ênfase para o Norte que havia confrontado o Sul numa guerra civil cerca de um século antes. Enquanto, para o Sul, a realidade dos negros era marcada quotidianamente pela segregação institucionalizada pela política de “Separate but Equal” acordada em finais do século XIX, ou seja, por uma discriminação evidente no acesso à

educação e a todas as outras esferas do mundo social, no resto do país era notória a indiferença em relação aos negros e à sua representação, criando uma situação de ignorância e invisibilidade (assinalada aliás pelo título do romance de Ralph Ellison *Invisible Man*, de 1952) dificilmente compatível com o paradigma de uma sociedade democrática, como assinala Barker: “Media coverage which ignores black people places them outside of mainstream society, to be regarded as peripheral and irrelevant.” (Barker, 2010, p. 78)

Nos E.U.A., *Amos ‘n’ Andy* (1951-53) foi o primeiro programa televisivo com personagens negras e um elenco de atores também negros. Nascido de um programa radiofónico de grande popularidade (em que as vozes emprestadas às personagens eram de atores brancos), tornou-se simbólico pela forma estereotipada e até por vezes degradante como os negros eram representados. Isto apesar da diversidade de figuras do universo afro-americano que, por exemplo Harlem – nome a que se encontrava associado o termo renascença apontando para um momento de grande criatividade e visibilidade cultural - que ia apresentando. A naturalização da imagem de um grupo assente em estereótipos foi tanto mais marcante quanto só bastante mais tarde a televisão viria a acolher um outro programa baseado em histórias do quotidiano afro-americano, *Sanford and Son* (1972-77).

A partir dos anos setenta, houve várias tentativas de construir discursos sobre os E.U.A. enquanto sociedade multicultural. Na verdade, são realmente as culturas e os costumes dos diferentes grupos étnicos que enriquecem as representações de uma sociedade, adensando a sua vertente pluralista. *The Cosby Show* (1984-92) já veio afirmar-se como uma das mais populares comédias dos E.U.A., na qual o humor era apresentado sem conotações racistas.

No entanto, as representações negativas associadas aos negros continuaram ao longo dos tempos. Normalidade seria aquilo que uma família nuclear branca representaria, enquanto as famílias afro-americanas eram sinónimo de disfuncionalidades de várias ordens. O enfoque era,

afinal, colocado na cor da pele e não em qualquer outro aspeto bastante mais relevante para a representação do espectro social.

Contudo, estas conotações não impediram a população afro-americana de se afirmar e até vencer num mundo visto como sendo essencialmente de brancos. E essas vitórias foram muitas vezes justificção para os brancos poderem afirmar que nos E.U.A. não haveria desigualdades estruturais com base na raça, ao contrário do que na realidade acontecia: “[These] functioned to shift blame away from the structural and systematic character of racial inequality in USA and redirected blame on to alleged individual weakness and moral deficiencies of poor black people.” (Barker, 2010, p. 80)¹⁴

Com efeito, ao encarar-se a família Huxtable da comédia *The Cosby Show* e Oprah Winfrey como exemplos representativos de sucesso entre os afro-americanos, está implicitamente a afirmar-se que aqueles que falham o fazem devido a uma fraqueza individual mais do que devido a um aspeto que marque coletivamente a cultura afro-americana. Desta forma, o sucesso de uns implica a noção de que a maioria pura e simplesmente falhou. Acrescente-se que o sucesso dos afro-americanos a nível de representação televisiva, real ou ficcionada, acentua não só a questão material, mas acima de tudo os valores de trabalho árduo, honestidade e responsabilidade tão próprios da ética protestante e, em especial, puritana.

O facto de os E.U.A. apresentarem ao mundo produtos televisivos com figuras afro-americanas, as quais eram ícones culturais, sociais e comunicacionais, tornou-se uma forma de dizerem que aquele é um país onde já não há racismo. Mas tal também pode funcionar como forma de o ignorarem ou esconderem. Apesar do esforço para construir imagens

¹⁴ É de assinalar que, apesar de todos os progressos alcançados, ainda hoje os E.U.A. se debatem com atitudes que demonstram que a discriminação e a avaliação estereotipada de gestos e pessoas se mantém em diversas situações, como terá acontecido em Ferguson, Missouri, no caso de Mike Brown, em agosto de 2014 ou já em abril de 2015 em Baltimore, Maryland, com Freddie Gray.

positivas dos afro-americanos, a ambiguidade e a ambivalência continuaram sempre presentes nas representações com forte ênfase binária, falha/sucesso, bom/mau, civilizado/primitivo.

Sublinho que foi nesta circunstância de dualidade que Oprah Winfrey conseguiu marcar a diferença ao não se deixar aprisionar por binarismos espartilhantes. Oprah Winfrey, carregando o peso da herança cultural afro-americana numa sociedade onde os estereótipos sobre negros eram constantemente sublinhados, recusou ser definida por uma qualquer ideia ou condição associada a raça e venceu pelo esforço empreendido em ultrapassar todo um passado conturbado, marcado por derrotas e vitórias, mas acima de tudo pela sua vontade de vencer obstáculos e conseguir atingir os seus objetivos por mérito próprio: “Her individual charisma has grown out of the union between personal difficulties and her inner desire to transcend the trauma of her youth.” (Mask, 2009, p. 149) Isto demarcou-a do estigma associado aos afro-americanos e deu a oportunidade aos americanos de poderem idolatrar uma estrela que, sendo negra, não aceitava ser definida por essa circunstância, e assim se convencerem de que o fim do racismo tinha chegado. E colocava-se no campo da mera liberdade individual a escolha de um caminho de sucesso ou não. Tal como referido por Smith-Shomade:

Also popular was her own self-distancing from ‘blackness.’ She was quoted amply as not being into ‘that stuff’ (dashiki-wearing, ‘power to the people’ mantras) when in college, preferring to foster ‘excellence’ as the key to combating racism, framed as if the two sit in opposition.” (2002, p. 158)

Acentua-se assim a ideia da resiliência de Oprah em ultrapassar os obstáculos quer raciais quer de género, na maioria das vezes associados aos afro-americanos e às mulheres, e, assim, conseguir, através da auto-ajuda e auto-realização, alcançar o estatuto de membro cultural e socialmente aceite numa maioria, essencialmente constituída por brancos. No entanto, há que não esquecer todo um conjunto de fatores estruturais, tais como etnia, género e classe, que

habitualmente são considerados obstáculos, nem sempre fáceis de ultrapassar, os quais poderão levar à concretização do “sonho americano”¹⁵, o qual se encontra intrinsecamente ligado ao individualismo, ao liberalismo e ao sofrimento¹⁶ levando-nos assim ao conceito de *tokenism*, conceito muitas vezes associado a Oprah pela sua história de vida (pertencente a um grupo subordinado que alcança sucesso profissional, dando-se ênfase às suas qualidades na área cultural) e pelo consequente sucesso profissional (com ênfase nas suas qualidades inseridas na área cultural), ilustrando de forma clara esta simbologia (autorizada, se assim se pode dizer, a testemunhar por parte da cultura dominante). Note-se o que afirma Dana Cloud:

Biographical narratives of token personae acknowledge the subordinate positions of the oppressed, giving members of a subordinate group opportunities to identify with the hero of the story. The narratives dramatize extreme suffering and dejection, situations with which oppressed audiences can easily identify. (1996, p. 124)

Diga-se, no entanto, que, apesar de assumir a posição de que o facto de ser negra não a definia enquanto pessoa (como assinalado na epígrafe a esta secção), Oprah sempre assumiu o seu legado afro-americano com orgulho e a sua devoção por esta cultura enraizada nos valores dos negros do Sul, no seio da qual preponderantemente cresceu. Oprah quis sempre manter um laço estreito com as imagens da sua infância, recorrendo para isso a figuras do passado

¹⁵ Acresce referir a concepção de sonho americano, disponível em <http://dictionary.reference.com> e definido como: “the ideals of freedom, equality, and opportunity traditionally held to be available to every American; a life of personal happiness and material comfort as traditionally sought by individuals in the U.S.” Consultado a 13/03/2015.

¹⁶ “Rethinking the American Dream” trata-se de um artigo publicado pela revista *Vanity Fair* em Abril 2009, que nos remete para as características apontadas no corpus do texto e que nos permite repensar a definição do “sonho americano” no presente século: “The American Dream should require hard work, but it should not require 80-hour workweeks and parents who never see their kids from across the dinner table. The American Dream should entail a first-rate education for every child, but not an education that leaves no extra time for the actual enjoyment of childhood. The American Dream should accommodate the goal of home ownership, but without imposing a lifelong burden of unmeetable debt. Above all, the American Dream should be embraced as the unique sense of possibility that this country gives its citizens—the decent chance, as Moss Hart would say, to scale the walls and achieve what you wish.” Disponível em <http://www.vanityfair.com/culture/2009/04/american-dream200904> Consultado a 13/03/2015

como Sojourner Truth, ou do presente como Maya Angelou, pois via-as como parte da sua herança cultural afro-americana:

The fact that I was created a Black woman in this lifetime, everything in my life is built around honoring that. I feel a sense of reverence to that. I hold it sacred. And I am always asking myself the question, ‘What do I owe in service of having been created a Black woman?’ (in Illouz, 2003, p. 22)

Com efeito, apesar de nunca ter assumido qualquer papel político específico na defesa dos negros e de ter sido criticada por tal, Oprah sempre se identificou com os valores culturais da sua comunidade. No entanto, o seu lema era vencer pelas competências individuais, pela excelência, não se deixando tolher pela ideia de vitimização própria de uma comunidade que parecia continuar agarrada aos tempos da escravatura, em vez de perceber que os tempos novos (“in this lifetime”) também traziam novas oportunidades e responsabilidades – à comunidade afro-americana e às mulheres.

O estatuto de ícone de Oprah nasceu, assim, dos fenómenos de uma sociedade americana, na qual a *persona* de Oprah simbolizava e encarnava as dualidades e ambiguidades do multiculturalismo. Assistimos, no caso de Oprah, a um outro aspecto, a uma confluência de raça e género dando origem a outros tipos de polaridades: “Yet the duality of her Negroness and Americanness that W.E.B. Du Bois wrote about implicated the identifying characteristics of age, class, and sexuality, bringing to bear the force of ‘us and the Other’ configurations.” (Smith-Shomade, 2002, p. 149)

Mas a retórica do multiculturalismo, conjugada com a enorme capacidade de comunicação oral de Oprah com a sua arte do diálogo que recusava sistemas binários no modo de abordar questões de etnia, de género, de sexualidade e de classe, elevou-a a um patamar que a colocou muito para além do da mera condição de mulher negra – a sua própria identidade sendo entendida como o equilíbrio ideal da existência humana, em que a questão racial, sendo

sublinhada, contudo surgia como que sublimada, deixando de ser sentida para dar lugar apenas ao sucesso: “Winfrey has aided this redefinition not as a Black woman per se but as both a highly racialized woman and a de-raced, wealthy, American.” (Smith-Shomade, 2002, p. 150)

Segundo os estudos de Collins (2004), existem cinco estereótipos em relação às mulheres afro-americanas que ainda hoje são cruciais atendendo ao contexto hierárquico-social das mesmas. São eles: *the mammy*, *the black matriarch*, *the welfare mother*, *the black lady* e *the jezebel*. Segundo a autora, Oprah combina as imagens estereotipadas da *mammy* e da *black lady*. Relativamente à imagem de *mammy*, Oprah é vista como a mulher afro-americana que dá amor, carinho e trata das crianças e do espaço familiar. Nesta comparação, Oprah é vista como figura maternal que vela pelos seus telespectadores, dando-lhes tudo aquilo que de alguma forma lhes falta no seu quotidiano, através da sua empatia, das suas palavras de conforto e encorajamento. Por outro lado, a imagem de *black lady*, que acaba por ser uma versão moderna da *mammy*, remete-nos para a mulher negra trabalhadora, com uma vida profissional árdua. Ao assumir simultaneamente estas duas imagens, Oprah teria conseguido marcar a sua posição dentro do contexto familiar da *mammy* ao entrar na casa dos americanos e intervir de forma positiva, ao mesmo tempo que encarnaria a *black lady*, pois seria a sua *performance* como *entertainer*, o seu trabalho encarado como pessoal, que lhe permitia assumir a personagem de *mammy*: “Winfrey constitutes the penultimate successful modern mammy whom African American and more amazingly, White women should emulate.” (Collins, 2004, p. 142) Oprah situa-se, assim, num contexto sinérgico assumindo o papel de *mammy* moderna tanto para as mulheres afro-americanas, pois é da cultura afro-americana que advém essa conotação, como para as mulheres brancas, pelo facto de Oprah Winfrey se assumir e ser assumida como tal.

Penso ser pertinente neste contexto referir a Primeira-Dama dos E.U.A. Michelle Obama por considerar que ambas têm semelhanças a nível da história pessoal de cada uma. Slevin (2015), autor da biografia de Michelle Obama refere uma série de dados, provavelmente desconhecidos por muitos. Se Michelle Obama foi por alguns considerada a metade mais ácida de Barack Obama (“Barack’s Bitter Half”) devido à sua maneira inicialmente mais brusca ou frontal de lidar com a vertente racial, facto é que conseguiu ultrapassar os obstáculos e tornar-se atualmente numa das mulheres mais famosas do mundo, estando inclusive à frente do marido em popularidade, segundo sondagens recentes. Para além da excelente educação, destacando-se em várias áreas, Michelle frequentou Princeton e formou-se na Faculdade de Direito de Harvard. Teve sempre de lidar com os problemas raciais, pois num ou noutro momento a cor da pele falaria mais alto. Tornou-se numa reconhecida advogada e subiu a pulso no mundo do Direito. No entanto, também tinha consciência de que ao apoiar o seu marido numa candidatura presidencial, muito teria de mudar quer a nível pessoal quer profissional. E se, de início, estaria contra esta nova aventura, acabou por ceder e colocou de lado as ambições de vida que teria até então. (Cf. Pinto, 2015, s/p) Com a vitória de Barack Obama em 2008, Michelle tornou-se a *mammy* de todos os americanos. Recorrendo à terminologia utilizada em relação a Oprah “the penultimate mammy”, penso que Michelle será então a origem da referência indireta feita por Collins, na citação acima. Michelle nasceu no Sul e sempre assumiu a sua negritude, para além de ser quadrineta de uma escrava da Carolina do Sul.

Durante o período da campanha presidencial em 2008, Michelle teve uma das intervenções mais polémicas, mas no fundo, provavelmente, uma das mais sinceras, ao longo da sua história na política dos E.U.A. dizendo: “For the first time in my adult life, I am really proud of my country because it feels like hope is finally making a comeback” (*in* Thomas, 2008, s/p) Esta afirmação, ao contrário do que alguns pensaram não fora um deslize; fora realmente

aquilo que Michelle queria transmitir aos americanos. E, independentemente dos entendimentos individuais, ela teve e continua a ter um papel fulcral na vida de Barack Obama.

No meu entender, tal como Oprah, Michelle é exemplo de que através da dedicação, da motivação e de trabalho árduo, será possível, nos E.U.A. transcender questões raciais, de género e de classe.

Penso que as palavras utilizadas por Michelle Obama, numa visita a uma escola em Chicago, em 2013, resumem a mensagem que estas duas grandes mulheres pretendem transmitir tanto através de atos como de palavras:

The only reason that I am standing up here today is that back when I was your age, I made a set of choices with my life, Do you hear me? Choices. Although I am the First Lady of the United States of America – listen to this, because it is the truth – I am no different from you. [...] Look, I grew up in the same neighborhoods, went to the same schools, faced the same hopes and dreams that all of you share. (*in Slevin, 2015, p. 332*)

I don't look at people through color.

I didn't get to be where I am and who I am by looking at the color of people's skin.

I really, literally, took Martin Luther King at his word.

Oprah Winfrey

Barack Obama, em 2004, durante a Convenção Democrática Nacional, afirmou:

Tonight, we gather to affirm the greatness of our nation—not because of the height of our skyscrapers, or the power of our military, or the size of our economy. Our pride is based on a very simple premise, summed up in a declaration made over two hundred years ago: "We hold these truths to be self-evident, that all men are created equal, that they are endowed by their Creator with certain inalienable rights, that among these are life, liberty and the pursuit of happiness." That is the true genius of America—a faith in simple dreams, an insistence on small miracles. [...] There is not a liberal America and a conservative America — there is the United States of America. There is not a Black America and a White America and Latino America and Asian America — there's the United States of America. That is the true genius of America, a faith in the simple dreams of its people, the insistence on small miracles. (Wallenfeldt, 2011, p. 199)

Ainda que ocupando posições muito diferentes, tanto Barack Obama como Oprah Winfrey são conhecidos por todo o mundo e aclamados pelas suas qualidades oratórias e discursivas. E tanto um como o outro não ignoram que a identificação racial, sendo embora muito contestada, é algo incontornável na história e na sociedade dos E.U.A. O discurso de Barack Obama acima citado apresenta-se, afinal, como ilustrativo da posição de Oprah quanto a esta questão que justifica alguma atenção aqui no que respeita a enquadramento ideológico e temporalmente contextualizado do ponto de vista económico, político e social.

Não haverá provavelmente celebridade mais carismática e representativa do poder da ideologia denominada *colorblind* do que Oprah Winfrey que, imediatamente após a estreia do seu programa em 1986, afirmou: "I transcend race, really" (*in* Kelley, 2010, p. 387). Esta ideologia em Oprah foi reiteradamente demonstrada através dos seus testemunhos no seu *talk show*, o qual, apresentando uma espécie de reconciliação racial entre brancos e negros, se instituiu como representativo da não relevância do elemento cor, *colorblind*, portanto. Em 1991, quando se tornou, indiscutivelmente, *the Queen of daytime talk shows*, foi geral a opinião de que Oprah Winfrey, juntamente com personalidades como Bill Cosby e Arsenio Hall, tinha conseguido trazer à televisão uma presença de tal forma dominante e possuidora de

uma habilidade própria que lhe permitiam ultrapassar os problemas raciais que na sociedade americana em geral persistiam em existir.

Duas décadas depois, já no nosso século, tal como anteriormente referido, Oprah viria a ter um papel fulcral na eleição do primeiro presidente negro dos E.U.A., Barack Obama, que foi, ele próprio, considerado um candidato pós-racial, ao desafiar os estereótipos raciais e ir além de clivagens deste tipo.

Um dos exemplos do descrito anteriormente foi a realização de um dos maiores comícios da campanha democrata para a nomeação para a Casa Branca, no qual mais de trinta mil pessoas estiveram presentes, no estádio de futebol da Universidade da Carolina do Sul. Mas será que foram ver Barack Obama, o senador do Illinois que queria ser Presidente dos E.U.A., ou Oprah Winfrey, a personalidade televisiva que apoiava a sua candidatura?

Sem dúvida que juntar mais de dez mil pessoas num comício das primárias é algo estrondoso e raramente visto no panorama político dos E.U.A.. Oprah assumiu pela primeira vez, publicamente, o seu apoio político a um candidato, justificando-o da seguinte forma:

I think that what he stands for, what he has proven that he can stand for, what he has shown was worth me going out on a limb for [...] And I haven't done it in the past because I haven't felt that anybody — I didn't know anybody well enough to be able to say, 'I believe in this person.' (in Jones, 2007, s/p)

Neste comício, usando o mesmo tipo de linguagem do seu programa televisivo, Oprah não falou de propostas ou linhas políticas, preferindo focar-se em sentimentos e emoções:

For the first time, I'm stepping out of my pew because I've been inspired. I've been inspired to believe that a new vision is possible for America. Dr King dreamed the dream. But we don't have to just dream the dream anymore. We get to vote that dream into reality." (in Anburajan, 2007)

Poderá também aqui entender-se o modo como Oprah interpretou aquilo a que King, no seu célebre discurso, chamou a “urgência do momento”, no presente: “the urgency of now”.¹⁷

Diariamente, Oprah alcançava uma audiência de cerca de dez milhões de pessoas e até então tinha-se mantido afastada da vida política ativa, mas Barack Obama fê-la acreditar, tal como a muitos outros americanos, que era possível uma nova visão para os E.U.A. e para os americanos¹⁸. Mas qual a razão de ser tão importante para as campanhas políticas contar com o apoio de personalidades mediáticas? Será que o chamado *star power* que garante públicos e audiências a estas figuras públicas, também se pode refletir em votos? Oprah era efetivamente uma das personalidades em quem os americanos mais confiavam, logo o seu envolvimento na campanha de Obama poderia vir a alterar as previsões eleitorais nos Estados Unidos, principalmente porque Oprah exercia uma profunda influência sobre as mulheres, grupo que seria naturalmente sensível à campanha de Hillary Clinton, a outra candidata democrata às primárias.

Muitos continuam a afirmar que os E.U.A. não teriam tido Barack Obama como presidente sem o apoio público que Oprah deu ao candidato, justificando que tal não se deve propriamente ao apoio explícito demonstrado por Oprah, mas sim à mensagem de responsabilidade pessoal desta, ao facto de ter sido capaz de chegar ao topo dependendo apenas dela própria, o que por si só dava confiança na possibilidade de se poder definir um percurso individual coroado pelo sucesso, aplicando-se isto tanto a negros como a brancos. Além disso, se Oprah, sendo quem era, podia desempenhar exemplarmente a função de rainha

¹⁷ Disponível em <http://sandiegofreepress.org/2015/01/we-need-martin-luther-king-jr-s-fierce-urgency-of-now-beyond-our-current-failure-of-imagination/> Consultado a 14/04/2015

¹⁸ Penso ser interessante remeter para o texto escrito em 2008 por Mia Couto intitulado “E se Obama fosse africano?”, no qual o autor refere o seguinte sobre a vitória de Barack Obama: “Era a sufocada voz da esperança que se reerguia, liberta, dentro de nós. [...] Porque a vitória de Obama não foi a de uma raça sobre a outra: sem a participação massiva dos americanos de todas as raças (incluindo a da maioria branca) os Estados Unidos da América não nos entregariam motivos para festejarmos.” (2008, s/p)

dos *talk-shows* em horário diurno, porque não poderia Obama desempenhar cabalmente as funções presidenciais?

Para se entender a metamorfose de Oprah Winfrey desde 1980 até 1990, quando a revista *Time* a incluiu na lista das cem personalidades americanas mais influentes do século XX, torna-se necessário situar a sua viagem num contexto histórico mais alargado. O facto de Oprah ter ascendido de mera apresentadora de um *talk show* a ícone cultural da América *mainstream*, terá de ser entendido na relação com o projeto político-económico neoliberal da era de Ronald Reagan e que continuou com a eleição de Bill Clinton.

Não será por certo mera coincidência que este tempo de mudança política e económica tenha sido ocasião de uma reconfiguração no modo de encarar o problema racial, baseado no pressuposto de que, desde a época do Movimento dos Direitos Civis dos anos cinquenta e sessenta, o racismo nos E.U.A. retrocedera, subsistindo agora apenas em ações individuais e isoladas, não como uma prática institucionalizada. Teresa Cid refere num dos seus artigos intitulado “Wanting America Back – The Crown of Columbus as a Tentative Epic in an Age of Multiculturalism” o seguinte:

The epic of America is, once more, sharply focused on the individual being and the power or ability to recognize and accept oneself and the other as sites of a never-ending dialogue that may bring about, if only for brief fleeting moments, the experience of plenitude it craves for without ever completely achieving it. (1995, p 348)

Se durante esta década, se colocava a ênfase no multiculturalismo assim como em questões de insularidade da experiência particular e pessoal de cada um, nos dias de hoje continuamos com as mesmas questões de fundo bem presentes. Voltamos a falar do individual e do coletivo, do privado e do público e particularmente de direitos de cada um como americano. Os E.U.A. continuam rotulados por todo um conjunto de diferenças que não conseguem superar ou no limite apagar. Isto mais de um século depois de Du Bois, uma referência da

história afro-americana, na sua obra publicada em 1903, já ter afirmado não apenas o direito de qualquer afro-americano se tornar um cidadão americano de forma plena sem ter de abdicar de qualquer das vertentes a que chamou a sua alma:

The history of the American Negro is the history of this strife, - this longing to attain self-conscious manhood, to merge his double self into a better and truer self. In this merging he wishes neither of the older selves to be lost. He would not Africanize America, for America has too much to teach the world and Africa. He would not bleach his Negro soul in a flood of white Americanism, for he knows that Negro blood has a message for the world. He simply wishes to make it possible for a man to be both a Negro and an American, without being cursed and spit upon by his fellows, without having the doors of Opportunity closed roughly in his face.” (pp. 2-3)

Assistimos quase a um pedido de reconhecimento de cada indivíduo, único pelas suas diferenças, mas igual pela sua condição de ser humano. Só várias décadas depois se alcançariam algumas vitórias, tal como anteriormente referido.

Investigadores tais como Claire Jean Kim argumentam que o problema racial já não reside num tipo de oposição explícita ou frontal designada por racismo da parte dos brancos (*white racism*) que afirmam continuar a decair, mas sim em algo que denominam *racialism*, definido como uma ênfase na relevância de raças, mas menos marcado pela confrontação e mais como como elemento identitário não necessariamente nocivo por não acarretar forçosamente juízos de hierarquia e valor. Note-se o que sobre o assunto escreveu Appiah:

Racialism is not, in itself, a doctrine that must be dangerous, even if the racial essence is thought to entail moral and intellectual dispositions. Provided positive moral qualities are distributed across the races, each can be respected, can have its "separate but equal" place. Unlike most Western-educated people, I believe – and I shall argue in the essay on Du Bois – that racialism is false, but by itself, it seems to be a cognitive rather than a moral problem. The issue is how the world is, not how we would want it to be. Racialism is, however, a presupposition of other doctrines that have been called ‘racism’, and these other doctrines have been, in the last few centuries, the basis of a great deal of human suffering and the source of a great deal of moral error. (1992, p.13)

Assim, descontando o risco assinalado por Appiah da proximidade entre a ideia de racismo e a sua adulteração mais nociva, o racismo, este tipo de racismo continuaria a manter-se como uma tendência das minorias, especialmente dos negros, que continuariam a enfatizar a sua identidade racial, como estratégia de afirmação. De acordo com este tipo de argumentação, a origem do problema racial nos E.U.A. não estaria agora na maioria branca, mas nas minorias raciais que mantinham efetivamente uma posição constante de vitimização. A denominada ideologia da irrelevância da cor (*colorblindness ideology*) encontrou aqui um ambiente político bastante recetivo. No entanto, ainda que, no início do século XXI, a ideia de ausência de consciência de cor como obstáculo social (*colorblindness*) expressasse a seu modo um sentimento de emancipação racial e o fim da supremacia dos brancos, essas aspirações nunca foram totalmente contempladas na lei ou na política – ou na atuação policial, por exemplo. Em vez disso, como Bonilla-Silva (2002) argumenta, do Movimento dos Direitos Civis emergiu esta nova concepção relativamente à cor como parte da grande transformação da situação racial que ocorreu nos finais dos anos sessenta, princípios dos anos setenta, tornando-se a principal ideologia racial da era pós-Direitos Civis que, para este autor acaba por servir para mascarar a real situação vivida nos E.U.A. pela grande maioria da população pertencente a minorias étnicas, em especial os afro-americanos:

These explanations emanate from a new racial ideology that I label *colorblind racism*. This ideology, which acquired cohesiveness and dominance in the late 1960's, explains contemporary racial inequality as the outcome of nonracial dynamics. [...] Much as Jim Crow racism served as the glue for defending a brutal and overt system of racial oppression in the pre-civil rights era, color-blind racism serves today as ideological armor for a covert and institutionalized system in the post-civil rights era.” (Bonilla-Silva, 2013, pp. 2-3)

A discriminação institucionalizada, a segregação apoiada na legislação nascida da política de “separate but equal” bem como a assunção da inferioridade intelectual dos negros, conceitos que caracterizavam a era *Jim Crow*, foram substituídos por uma ideologia de discriminação

subtil, baseada na afirmação da igualdade essencial entre grupos raciais e étnicos, apesar de desigualdades sociais e histórias inconfundíveis. Esta subtileza colocaria, então, as minorias raciais no fundo de uma hierarquia considerada aceitável. As práticas e os mecanismos institucionais criavam, assim, um novo racismo que aparentemente não seria considerado como tal pois nem sempre era visível. Em vez de se utilizarem palavras como “nigger” ou “Spic” para caracterizar os negros, passou a afirmar-se que eram seres humanos, não se vendo a “cor”. Foram, assim, criadas ferramentas de manutenção da ordem racial, mas não exatamente de igualdade inter-racial, mantendo-se em termos gerais afinal o lugar de supremacia dos brancos.

Olhando para Oprah Winfrey, verifica-se que, como já referido, desde o início da sua carreira esta abraçou uma noção de igualdade, uma vez que sempre trabalhou no sentido de projetar uma imagem em que o elemento racial não fosse visto como fator de distanciamento ou mesmo como ameaça potencial pelo seu público (“a racially non-threatening image”) (Turner, 2014, p. 85).

Em 1987, Oprah faz a sua primeira capa na revista *People Weekly*, contando a sua vida na histórica *Black Tennessee State University*, narrativa na qual ela acentuou as suas diferenças em relação aos seus colegas que defendiam a ideia de *Black Power*. Oprah assumiu ainda que a raça não era e nunca tinha sido um problema para ela, pois nunca se sentira impedida de fazer fosse o que fosse só por ser negra ou mulher. Esta foi uma posição assumida publicamente por Oprah desde sempre, quer em relação à raça, quer ao género. Ao clarificar que se considerava livre de qualquer ressentimento racial e que nunca fora pessoalmente prejudicada pelo racismo, Oprah provava assim ser um modelo de afirmação social, inclusive para um público branco que ela esperava conseguir atrair. Não será então surpresa para ninguém que, enquanto *entertainer* negra que aspirava atrair grandes públicos, tenha adotado

uma postura pública descrita como uma ligação inteligentemente confortável entre as culturas de brancos e negros nos E.U.A. A cada vez mais reconhecida como rainha dos *talk shows* do horário diurno ia, assim, conseguindo forjar uma relação com os seus seguidores, os quais se revelaram ser predominantemente brancos, do sexo feminino e de classe média. A devoção destes, que viria a assumir a categoria de fenómeno relacional no espaço americano e até além-fronteiras, algo que se aproximava do domínio do lendário, seria considerada uma prova de que o racismo estava efetivamente a desaparecer nos E.U.A.

A habilidade para evocar uma relação para-social e uma intimidade, ainda que a uma certa distância, com um público maioritariamente branco, reflete, além do mais, a capacidade de Oprah de simultaneamente se apresentar como entidade não-racial e abraçar a sua herança negra, não se afastando de determinados aspetos da vivência histórica dos afro-americanos, mesmo correndo o risco de que tal pudesse alienar os seus seguidores brancos.

Oprah conseguiu o que se poderá chamar uma dimensão apelativa abrangente que se fundou numa representação cuidada e equilibrada, inspirada pela sua aclamada missão de confiança na auto-capacitação (*empowerment*), a qual realça aspirações individuais, em detrimento de objetivos políticos coletivos, sem todavia cair numa atitude solipsista e egoísta, desligada das preocupações da(s) comunidade(s) que são o seu público, efetivo ou potencial. Ao mesmo tempo que abraçou as filosofias de Eleanor Roosevelt e Martin Luther King, Oprah distanciou-se, subtilmente, de políticas feministas mais programáticas e da ênfase na militância de fundo racial herdeira do Movimento dos Direitos Civis. Tais estratégias refletem uma importante mudança no significado da ausência de ênfase na cor (*colorblindness*) ocorrida quando políticos democratas como Richard Russel e Robert Byrd¹⁹ começaram a

¹⁹ É de salientar que o *Civil Rights Act* (1969) teve vários senadores tanto do Partido Democrata como do Republicano a favor e contra a aprovação do decreto-lei. Destacam-se os Senadores Everett Dirksen e Thomas

rejeitar a ideia da diferenciação com base em elementos raciais, clamando por uma ação mais assertiva em termos de igualdade de oportunidades, enquanto os conservadores adotavam a causa política da não relevância do fator racial.

A ideia de uma América pós-racial, sem dar atenção a questões de cor, baseia o seu poder, não tanto nos factos relativos aos anos de luta ideológica bem-sucedida pela integração, intensificada durante o período da grande transformação da situação racial dos anos sessenta e setenta, mas acima de tudo nos poderosos desenvolvimentos económicos que facilitaram o crescimento da *New Right* organizada.

Lyndon Johnson previra, em meados dos anos sessenta, que a abertura para o *Civil Rights Act* (1964) e para o *Voting Rights Act* (1965) iria custar o Sul aos democratas, pois estas conquistas marcaram um movimento sem igual de resistência e luta²⁰. Em 1968, o estratega político de Nixon, Kevin Phillips, teve a oportunidade de enfraquecer a vantagem histórica do Partido Democrata nos estados sulistas, descrevendo-o como *Negro Party*. A profecia de Johnson provou estar correta pois, em 1968, quatro em cinco sulistas brancos votaram em Nixon ou no candidato independente segregacionista George Wallace.

Durante a década de setenta emerge a Nova Direita Republicana, uma nova atitude política no seio de uma crise do capitalismo dos E.U.A. que viu o fim da explosão económica da pós-segunda guerra mundial. Entre 1945 e 1970, os E.U.A. viveram um longo período de crescimento económico, o qual começou a vacilar no início dos anos setenta, tempo em que o

Kuchel do Partido Republicano a favor, assim como os Senadores Hubert Humphrey e Mike Mansfield do Partido Democrata também a favor.

²⁰ É de salientar que em 1968, Lyndon Johnson criou uma comissão que tinha como objetivo analisar as causas dos distúrbios raciais que alastraram em meados dos anos sessenta, presidida pelo governador de Illinois, Otto Kerner. Esta comissão, denominada *National Commission on Civil Disorders*, identificou o “racismo branco” como principal causa para tais tensões raciais e alertou que a sociedade americana poderia estar a dividir-se em duas partes, uma branca e outra negra, “separate but unequal”. A solução encontrada por esta Comissão seria a consciencialização de toda a nação americana para a necessidade de eliminar a crescente divisão racial.

desemprego e a inflação aumentaram. O fim deste período de maior prosperidade criou divisões e polarizações, não só entre classes, mas no seio das próprias classes.

Durante o seu mandato, Reagan tentou restaurar o crescimento económico e renovar os valores que considerava adequados, o que acarretou que os afro-americanos fossem encarados como defendendo interesses próprios, de políticas de exceção do tipo “discriminação positiva” conhecida por *Affirmative Action*, e como tal condenáveis, reforçando simultaneamente a ideia de que os verdadeiros valores americanos residiam na comunidade branca. Esta tornou-se uma parte vital da ideologia e do poder político de Reagan, ao qual ficou associada uma renovada ênfase numa visão negativa da vertente racial.

Todas estas mudanças económicas e as ansiedades que daí advieram deram o mote para o crescimento de uma ideologia que pressupunha a existência de uma classe inferior, muito associada, ainda que não exclusivamente, à maioria da comunidade afro-americana. Baseada no argumento de que a pobreza e a dependência são resultado de atitudes culturais erradas e de fracos valores familiares, esta teoria ganhou força nos anos oitenta. Apoiada tanto por conservadores, como por liberais, esta ideologia era direcionada para um setor específico de pobres: pessoas que viviam no centro das áreas urbanas marcadas por pobreza extrema, crime, drogas, desemprego, abandono escolar, gravidez na adolescência e agregados familiares monoparentais encabeçados por mulheres. A diferença em relação a tempos anteriores era que, tal como Julius Wilson (2012) argumenta, se assistia, durante as últimas décadas do século XX, a uma substituição das razões principais para a subalternização das minorias, deixando o fator racial de ser encarado como o mais relevante e colocando-se a ênfase na classe económica dos atingidos pelos males sociais acima referidos. Assim, o problema dos negros era agora, não a sua cor de pele, mas a sua pobreza extrema.

A alegada natureza reprodutora desta classe de gente inferior era geralmente atribuída às mulheres que falhavam em fomentar responsabilidade e moralidade nos seus filhos.²¹ No início dos anos noventa, esta concepção de classe inferior tinha já dominado a opinião pública, tendo adquirido um estatuto de senso comum profundamente enraizado.

É curioso que, a par da estigmatização da mulher negra pobre sem valores adequados a uma inserção positiva na sociedade, os anos oitenta testemunhavam o crescimento de estrelas de televisão negras muito populares. Oprah Winfrey, Bill Cosby, Arsenio Hall granjearam aceitação e adoração, sendo aclamados como prova de que era possível ultrapassar a barreira racial e demonstrando, pelo seu sucesso, que já não havia razão para a existência da discriminação racial, fator até aí tão estruturante na sociedade americana.

Em 1985, um grupo predominantemente de democratas conservadores do Sul, incluindo Bill Clinton e Al Gore, formaram o *Democratic Leadership Council*. A estratégia eleitoral de Clinton foi organizada em torno da assunção de que os eleitores brancos estavam cansados das políticas específicas de raça e género, exigindo uma redefinição do problema racial apoiado num crescimento de uma ideologia que deixasse de dar relevância à cor como já acima mencionado.

Contrastando com os republicanos que haviam lidado, de forma consistente, com a clivagem racial, apoiando as exigências discriminatórias dos brancos e repudiando os negros, Clinton visava agradar a brancos, sem afastar os negros, apostando na angariação dos votos de negros, levada a cabo pelo Partido Democrata. De modo não muito diferente, para manter e maximizar o seu alcance a nível de mercado televisivo, Oprah também teve de conseguir uma

²¹ Refira-se que a responsabilidade do homem negro na estrutura familiar viria a ser sublinhada por iniciativas como a *Million Man March*, de 16 de outubro de 1995 em Washington D.C. na qual participaram figuras afro-americanas proeminentes tais como Jesse Jackson, Rosa Parks, Cornel West e Maya Angelou.

posição de equilíbrio no que dizia respeito à questão racial, utilizando práticas que se assemelham às estratégias utilizadas por Clinton na gestão da situação racial nos E.U.A..

Oprah deixou desde sempre bem claro que não convivia bem com as pessoas que adotavam o posicionamento de vítima, a seu modo indo ao encontro da posição que viria a ser expressa por Bonilla-Silva (2013):

Nowadays, except for members of white supremacist organizations, few whites in the United States claim to be ‘racist’. Most whites assert they ‘don’t see color, just people’; although the ugly face of discrimination is still with us, it is no longer the central factor determining minorities’ life chances; and, finally, that, like Dr. Martin Luther King Jr., they aspire to live in a society where ‘people are judged by the content of their character, not by the color of their skin’ ... most whites insist that minority (especially blacks) are the ones responsible for whatever ‘race problem’ we have in this country. (2013, p. 1)

Há aqui uma referência direta à forma como as minorias continuariam a reagir a esta ausência de relevância do fator cor clamada pelos americanos no geral, ou seja, à crítica feita pela maioria branca às minorias, especialmente por estas mostrarem constantemente o “cartão da raça” em circunstâncias de que pudesse resultar algum benefício por tal, aproveitando-se nomeadamente das ações ligadas à política de *Affirmative Action* ou a programas do governo em que tais situações pudessem ser contempladas. Apesar das posições acima referidas que efetivamente poderão denunciar a existência de algumas injustiças na aplicação desse tipo de discriminação positiva, há que sublinhar que as probabilidades das minorias serem sujeitas a atos de discriminação negativa em qualquer área de ação eram, e não deixaram de ser ainda, bastante mais elevadas. Logo, as minorias, no geral, continuam a defender medidas governamentais que salvaguardem, pelo menos, parte dos seus interesses. No entanto, terá igualmente de ser tido em consideração que estas medidas não são suficientes para acabar com a diferenciação racial, podendo inclusive, da mesma forma que a tentam disfarçar, ampliá-la. Também neste contexto, mais uma vez a maioria dominante coloca a ênfase no

desempenho pessoal de cada um, considerando o mérito individual como o elemento principal em questões de sucesso e dando como exemplo figuras como a de Oprah Winfrey que venceu por si, pelas suas qualidades, pelo seu esforço e pela excepcional competência evidenciada. Mais uma vez, a maioria dos americanos se escudava numa personalidade oriunda de um grupo minoritário de forma a poder ostentar uma América onde o racismo estava (estará) a desaparecer.²²

A questão da responsabilidade pessoal no percurso de cada um assume especial importância na visão de Oprah sobre raça e racismo, que assim vai ao encontro da maioria dos americanos. Se, por um lado, ela rejeita que a raça determine quem é – ser negra, insiste, não teve qualquer influência nas suas ações – também reconhece o seu papel de mulher negra bem-sucedida no meio televisivo que tantas vezes é criticada por se aproximar mais dos brancos, mas sem os quais ela não se teria tornado numa das mais afamadas personalidades americanas:

I hear this a lot. I hear that I don't hug the black people the way I hug the white people, that I go to the white people in the audience first. First of all, there are more white people. There are just more! I could not survive with this show if I only catered to black people. I just could not. I couldn't be where I am if I did. (*in Mair, 1994, p. 174.*)

De facto, Oprah aumentou a sua popularidade entre o público branco, em parte por provar que não assumia uma defesa exacerbada e unilateral dos negros e que até estaria disposta a criticá-los publicamente sempre que houvesse razões para tal. Com efeito, defendeu ainda que, em vez de se criticarem uns aos outros, os negros precisavam de assumir a responsabilidade dos seus próprios erros. Esta foi a forma encontrada por Oprah para se distanciar das questões mais polémicas em relação à sua raça e assim captar para si um público desde sempre constituído maioritariamente por brancos. Peck refere a propósito o seguinte:

²² Convém, entretanto, não esquecer os mais recentes acontecimentos, quer em Ferguson, quer em Baltimore, como já anteriormente referido.

In making clear that she was free of racial resentment and had not been personally harmed by racism – while distinguishing herself from black Americans who felt otherwise – Winfrey proved early on to be a model of racial reassurance for the white audience she hoped to attract. (2014, p. 85)

Um dos grandes obstáculos para o avanço da comunidade negra, segundo Oprah, fora o ódio de si mesmo (*self-hatred*) e a recusa em reconhecer que a única coisa que pode libertar qualquer um é acreditar realmente que pode ser livre. Esta posição ajudou-a a reforçar a sua imagem como campeã da auto-realização (aspecto também englobado pelo termo *empowerment*) e serviu como demonstração para o seu público, da pouca disponibilidade dos negros em ultrapassarem a postura de vítimas e assumirem uma responsabilidade pessoal.²³

Tal como Peck refere:

This [...] goes to the heart of Winfrey's racial breach management strategy, which involves courting white favor with a substantive action and symbolic rejection of selected black individuals and groups, and placating African Americans with largely symbolic gestures. (2014, p. 93)

Através de tomadas de posição que vão neste sentido, Oprah encarnou e validou o novo consenso sobre a questão racial e acompanhou a ideologia da não relevância do elemento cor da pele (de acordo com a ideia de *colorblind*), pois se por um lado não descurou a sua herança afro-americana, também não a fez sobressair, visto, como referido anteriormente, afirmar não ter sido prejudicada por tal. Penso que esta posição intermédia é muito difícil de manter perante todo um público televisivo, e só com muita inteligência e subtileza poderá ser afirmada como justamente imparcial e como tal justificada perante um público

²³ Cabe aqui salientar a ideia de *Self-Reliance* (1841) de Ralph Waldo Emerson, segundo a qual o indivíduo não se deve conformar com aquilo que é imposto por outros, mas sim seguir os seus próprios instintos e ideias. Emerson evidenciava o “eu” como característica diferenciadora entre o tornar-se melhor ou simplesmente optar pela adoção de uma posição de conformidade, de aceitação de uma sociedade já existente, afirmando: “What I must do is all that concerns me, not what the people think. This rule, equally arduous in actual and in intellectual life, may serve for the whole distinction between greatness and meanness.” (1983, p.263)

maioritariamente feminino e branco que não se quer alheio às questões raciais, mas que também não as quer colocar em posição central no conjunto das preocupações do seu tempo.

Na década de noventa, Bill Clinton ganha a presidência com uma campanha que consiste no elogio a uma classe média virtuosa, na ênfase na responsabilidade pessoal e na interpretação da ideia de igualdade como igualdade de oportunidades e não exata ou necessariamente de resultados. Oprah participou no processo de formação da opinião pública, durante o mandato presidencial de Clinton, com o seu *talk show*.

Entre 1994 e 1996, enquanto Clinton aperfeiçoava a sua estratégia de gestão da clivagem racial, vários episódios do *The Oprah Winfrey Show* focaram temas relacionados com aspetos de ordem racial, a maioria dos quais apresentados por referência ao conceito de “classe de gente inferior” (*underclass ideology*), em que, muitas vezes, o sucesso e o fracasso eram encarados como consequência de atitudes e comportamentos individuais ou de grupos, convidando para o programa membros de grupos previamente selecionados. (Cf. Papke, 2010) Como exemplo, posso referir o episódio transmitido em 1987, sobre Forsyth County, Georgia, cidade onde nenhum negro tinha vivido nos últimos setenta e cinco anos. Estavam presentes no estúdio membros dessa localidade assim como negros. A comunidade, branca na sua grande maioria, defendia que era seu direito viver numa comunidade só de brancos, alegando também que não queriam uma mistura de raças, chegando a evidenciar ter medo dos negros. Depois de vários momentos de tensão entre os intervenientes deste debate, uma das mulheres que vivia em Forsyth County ganhou coragem e afirmou que estava na hora de mudar: "I just hate to think that someone is going to get hurt before the people get some sense about them and talk about this and get it like it's supposed to be...black and white together in Forsyth County. There's no other way." Em 2010, a produção do programa voltou a Forsyth County,

que entretanto se tornara num dos estados mais ricos dos E.U.A., e pôde constatar que já lá viviam cerca de sete mil afro-americanos.

Em 1991, Rodney King, um negro que vivia em Los Angeles, após uma perseguição policial, foi apanhado e agredido violentamente por agentes da polícia. Um vídeo amador mostrou este episódio, no qual se via Rodney King a ser pontapeado e espancado por várias vezes, antes de ser algemado, facto que despoletou muitas tensões e causou ondas de protesto em Los Angeles. Depois da decisão do tribunal, em 29 de abril de 1992, Los Angeles foi palco de muitos protestos e tensões, especialmente originados por parte da população negra que se sentiu injustiçada pela absolvição dos agentes policiais. Em 1992, Oprah transmitiu diretamente da cidade o programa *Rodney King Verdict: Anger and Aftermath*, no qual foram expressas opiniões divergentes sobre o uso de força excessiva por parte dos agentes policiais e também em relação ao veredicto. Foi possível assistir a relatos dos membros em estúdio, tanto brancos como negros, que haviam estado de alguma forma envolvidos nos confrontos, tendo Oprah mantido uma postura profissional, no sentido em que não verbalizou diretamente a sua posição, apesar de conduzir as perguntas de tal forma que deixassem transparecer a sua desilusão em relação ao veredicto. Sentia-se nas suas palavras o sentimento de injustiça em relação aos atos dos agentes da polícia contra um cidadão americano negro assim como em relação à absolvição dos agentes. Inevitavelmente coloca-se aqui a questão racial, podendo observar-se como, na maioria das vezes, a vitória da supremacia branca, independentemente dos atos condenáveis dos agentes.²⁴

²⁴ Este veredicto deu origem a recurso por parte do advogado de Rodney King e em abril de 1993, os quatro agentes policiais foram de novo a julgamento. Dois deles foram absolvidos e os outros dois foram considerados culpados e foram condenados a trinta e dois meses de prisão. Em 2012, Oprah entrevistou pela última vez Rodney King, que acabou por falecer devido a um ataque cardíaco no dia 17 de junho de 2012.

Outro programa que abordou a mesma questão de fundo foi dedicado a *The Little Rock Nine*, sobre a história de nove adolescentes negros que haviam sido transferidos para a *Rock Central High School*, Arkansas, em 1957. No seu primeiro dia de aulas, estes alunos negros haviam sido impedidos de entrar na escola pelos alunos brancos e inclusive pela Guarda Nacional. Depois de conseguirem autorização para entrar por uma porta lateral, uma multidão de brancos aguardava-os em fúria completa. Foi naquela altura que começaram as lutas destes nove alunos pelo direito à igualdade e ao respeito. Em 1996, Oprah falou com estes ex-alunos sobre os momentos de terror que tinham vivido durante aquela época. Estavam igualmente presentes três ex-alunos brancos que falaram sobre o passado e sobre o seu arrependimento em relação ao facto de se terem oposto aos *Little Rock Nine*, nome pelo qual ficaram conhecidos esses jovens que haviam lutado pela integração racial nas escolas em Little Rock.

Em 1998, Oprah apresentou um programa em que foi abordada a questão da escravatura, tendo como convidado Edward Ball, cujos antepassados haviam possuído mais de quatro mil escravos e uma dúzia de plantações. Este programa reuniu também familiares desses escravos, nomeadamente Katie Roper e a sua filha Charlotte Dunn que recordaram os horrores vividos pelas suas famílias. Edward Ball quis, desta forma, pedir uma desculpa pública a todos os escravos que tinham sido vítimas dos seus antepassados, o que, em conjunto com as declarações das duas mulheres negras, deixou Oprah em lágrimas pela profundidade de sentimentos ali evidenciados.

Oprah conseguiu, assim, trazer a um dos mais importantes meios de comunicação e informação, a televisão, casos concretos, bem reais, de racismo. Utilizou o seu programa para alertar o público sobre a necessidade da reflexão sobre múltiplas vertentes da questão da discriminação racial, ouvindo sempre diferentes perspetivas e tentando levar o seu público a refletir sobre o assunto. Refira-se que Oprah nunca se inibiu de mostrar a sua própria opinião

(ainda que por vezes de forma oblíqua, pelas perguntas colocadas, como acima referido), assim como de concordar com os seus convidados ou deles discordar. E foi por falar abertamente sobre estas questões, com as quais sentia grande proximidade por ser afro-americana, que Oprah se tornou um exemplo para muitos. Oprah assumiu-se, assim, de forma consciente e estratégica, como figura modelar ou representativa na gestão da clivagem ou do conflito racial, usando esta ferramenta com raízes tão profundas na cultura americana (basta pensar em Benjamin Franklin ou Emerson por exemplo) e também na afro-americana (refira-se Booker T. Washington ou W.E.B. Du Bois como figuras marcantes e de ideias bem diversas na viragem do século XIX para o século XX) a nível da comunicação e criação de sentido de comunidade. Deve notar-se, ainda, que esta ideia de figura tutelar era também central para a ideologia de auto-ajuda (*self-help*) defendida pelos conservadores negros, à qual se associava ainda a ideia de que, à existência de maiores recursos, nomeadamente económicos, correspondia maior responsabilidade na orientação e na ajuda a quem os não tivesse.

Oprah irá adquirir efetivamente o estatuto de *role model*. Nas várias biografias publicadas, é retratada como tendo ultrapassado os obstáculos ou limites de raça, género e classe social, através da sua autodeterminação e das suas ações individuais, sempre sublinhando depender somente de si própria. Para Oprah, a questão central é a da busca da excelência, visto considerar esta como a melhor ferramenta para ultrapassar a discriminação, quer de raça, quer de género, quer de classe social. A retórica comunicativa de auto-ajuda (*self-help*) e de auto-realização (*self-empowerment*) define o projeto de vida profissional de Oprah. O seu império audiovisual teve e continua a ter como objetivo fulcral, não só dar poder às pessoas, mas também ser um catalisador para que as pessoas comecem a pensar mais em si próprias e nas suas vidas.

A sua fama e também a sua fortuna são apresentadas por ela (e, dado os resultados obtidos, é difícil contestá-lo) como sendo fruto de ter abandonado uma mentalidade de subserviência (a chamada *slave mentality*), rejeitando a vitimização e assumindo total responsabilidade pelo seu percurso de vida. Também ela poderia dizer o que Benjamin Franklin referiu ao mencionar o percurso feliz de ascensão na sua vida, ou seja, que, por mérito próprio (e por certo ajuda divina), soube aproveitar as oportunidades que a vida lhe foi colocando no caminho. Ela apresenta-se e é a prova viva de que uma pessoa pode nascer pobre, negra e mulher e, mesmo assim, alcançar o sucesso através das suas capacidades próprias se devidamente desenvolvidas, desde logo pela instrução. Torna-se, assim, não apenas um exemplo vivo, mas também uma inspiração para todas as outras mulheres negras e pobres (e não apenas para estas) perceberem que podem, se estiverem dispostas a assumir a sua responsabilidade pessoal, pelo menos tentar chegar ao topo em qualquer empreendimento profissional ou pessoal que escolham abraçar.

Com efeito, Oprah Winfrey, ao optar por um registo de encorajamento da ação individual, ao sublinhar o poder de cada um para se auto-determinar, dando, por ser mulher, uma ênfase especial à situação de todas as mulheres e, por ser afro-americana oriunda de uma família com problemas económicos e outros, uma atenção particular a mulheres afro-americanas que enfrentariam todo o tipo de dificuldades, acaba por ser reconhecida como guia, adquirindo uma função claramente ideológica. De facto, ao considerar cada pessoa (e mais especificamente, cada mulher) como igualmente digna de atenção e ao incentivá-la a perseguir um rumo próprio independentemente da sua cor de pele, reforça a ideia de irrelevância do elemento racial (sublinhando a ideia de *colorblindness*) no percurso de vida individual, o que muito contribui para a sua aceitação quer por brancos quer por negros:

Oprah's persona is significant, for she offers herself as an unprecedented model for black and white women [...] To the extent that Oprah symbolizes the very values that are

promoted in the white middle class to account for success (hard work, self-help, endurance, altruism, moral self-improvement), she not only offers a powerful alternative to the stereotypical images of black women but also has become a symbol of power and moral strength for all women. That a black woman would become a model and a guide for mainstream white women is, to the best of my knowledge, unprecedented in American history. (Illouz, 2003, p. 228)

Ao assumir os valores da moralidade americana preponderante, de inspiração puritana, para promover a real emancipação das mulheres, incluindo as afro-americanas, irá conseguir o que Illouz considera como inédito na história do país. Illouz defende ainda que, ao ser capaz de transcender uma inscrição racial, Oprah Winfrey torna-se, por assim dizer, um sinal de avanço na história das relações raciais nos Estados Unidos da América. Isto ajuda a explicar o facto de Oprah ser vista como uma amiga íntima pelos seus seguidores, apesar de predominantemente brancos, a maioria dos quais afirma não ter outras amizades com negros.

Todos os que veem Oprah na televisão, ou os que leem os seus livros e assistem aos seus seminários tendem a sentir-se iluminados e cheios de poder interior. Note-se, ainda, que geralmente não é pedido aos seus seguidores que considerem que estão, de alguma forma, implicados no sofrimento dos outros ou que devam, assim, assumir qualquer responsabilidade por isso, o que, claramente, diminui a hipótese de virem a sentir-se desconfortáveis.

É o sublinhado do papel de cada um, seja quem for, na sua vida que está na base do que é visto como o “transcender da raça” (*transcendence of race*) de Oprah, atitude que esta se empenha em passar aos seus seguidores. Isto é o que lhes permite imaginar que o racismo foi vencido, ou que o será em breve, pois o seu público branco como que convida uma mulher negra para entrar nas suas casas, sentindo-se confortavelmente atraídos por ela.

No entanto, talvez esta atração do público branco por celebridades negras revele mais sobre o poder da televisão do que sobre o estado das relações raciais nos E.U.A.. Com efeito, e segundo Steinhorn e Diggs-Brown (1999), o carácter repetitivo da programação de televisão e

o seu contexto doméstico de recepção dão aos americanos brancos a sensação de terem contactos significativos e repetidos com negros, sem na realidade os terem, fenómeno que designam por “integração virtual” (*virtual integration*). Esta integração permite aos brancos viver num mundo com negros sem ter de o fazer realmente. Dá-lhes uma forma de intimidade segura, sem qualquer risco. Deste modo, estabelecem e alimentam o seu compromisso com a justiça, com a tolerância e com a ausência da ênfase na cor da pele. Se, através deste tipo de integração virtual, os brancos conseguem arranjar espaço nas suas vidas para as celebridades negras e mostrar afeição por pessoas como Oprah, isto de algum modo valida a ideia de que a nação não é assim tão dura para com os negros. Oprah utilizou, assim, esta integração virtual e a sua particular capacidade de persuasão para conseguir uma vasta adesão às causas de toda a ordem que foi abraçando:

Oprah Winfrey has had a far greater impact within American culture than any other living African American woman, her corporate power is impressive, she instructs and raises general consciousness on a list of important social issues ranging from child abuse to wife battering to rape, and Winfrey immense success provides a stamp of endorsement to any philosophy that she might endorse... a good deal of Winfrey's success lies in her ability to market herself within the familiar realm of the mammy, not violate the tenets of being a Black lady, yet reap the benefits of her performance for herself. (Collins, 2004, pp. 142-143)

Isto liga, assim, a sua abrangência representativa dos vários tipos de mulher negra, anteriormente referido numa outra citação da mesma autora.

Ora se os brancos aceitaram e acarinharam figuras negras encaradas como modelares, tais como Barack Obama e Oprah Winfrey, tal parece surgir como uma validação da ideologia da irrelevância do elemento racial na sociedade americana assim como um reforço da ideia de que o racismo é obsoleto. No entanto, esta aceitação não pode ser considerada como pacífica ou ilimitada. O apoio de Oprah a Obama em 2008 despoletou um conjunto de críticas por parte dos seus seguidores. Alguns acusaram-na mesmo de apoiá-lo apenas por ser negro e

desta forma trair as suas afirmações públicas sobre a irrelevância do elemento racial, o que contribuiu para uma queda na sua popularidade, fazendo também decair as audiências do seu programa e os leitores da sua revista. Confrontada com estes resultados adversos e consciente de ter ido longe demais no apoio político a um candidato presidencial, Oprah recuou, discretamente, na campanha de Obama, para melhor cuidar da sua imagem de figura mais comprometida com as vertentes pessoal e social.

Assunções de que os E.U.A., conseguiram ultrapassar as questões de ordem racial, sinalizadas seja por via de Oprah ou de Obama, são algo de muito frágil, pois baseiam-se na negação da desigualdade institucionalizada e na ilusão criada pelo que, como acima referido, é apelidado de integração virtual.

Note-se que Oprah foi muitas vezes alvo de críticas, essencialmente por parte da comunidade afro-americana, isto apesar de tentar sempre posicionar-se dentro de um contexto cultural negro onde as raízes históricas do racismo estavam bem presentes. No entanto, a sua busca de um equilíbrio entre públicos através da ênfase na identificação individual de cada um, e decorrente desvalorização das diferenças de cariz essencialmente racial, continuou a alimentar muita discussão pois continuam a existir muitas divergências na sociedade americana.

Penso que é importante acima de tudo reter que Oprah mudou a vida de muitos americanos em vários sentidos. Mudou o formato dos *talk shows* a que estavam habituados e, ao fazê-lo, mudou a televisão americana e proporcionou-lhe uma expansão pelo mundo fora, tornando-se num produto que vende em qualquer lado. Por outro lado, é nela que se podem ver representados os temas atuais da América contemporânea: raça, género, consumo, celebridade, poder, otimismo, violência, altruísmo e tantos outros.

Sobre a questão racial, direi que, tanto no passado como no presente, ignorar a vertente racial e toda uma história a ela associada não irá com certeza ser a solução. Nem será verdadeira

solução apenas substituir a termo raça por etnia, ainda que possivelmente mais adequado e menos carregado de negatividade. A meu ver há que encarar a raça e o racismo com todas as considerações inerentes a estes conceitos pois não será pela mera oposição que se ultrapassarão os problemas de uma sociedade como a americana. Neste contexto valerá a pena referir um dos discursos do atual Presidente dos E.U.A., Barack Obama, proferido em 2008, intitulado “A More Perfect Union”, no qual este salienta os seguintes aspetos:

Race is an issue that I believe this nation cannot afford to ignore right now. [...] Even for those blacks who make it, questions of race, and racism, continue to define their worldview in fundamental ways. [...] the memories of humiliation and doubt and fear have not gone away; nor has the anger and the bitterness of those years. [...] That anger is not always productive; indeed, all too often it distracts attention from solving real problems; it keeps us from squarely facing our own complicity in our condition, and prevents the African-American community from forging the alliances it needs to bring about real change. But the anger is real; it is powerful; and to simply wish it away, to condemn it without understanding its roots, only serves to widen the chasm of misunderstanding that exists between the races. (Whiting, 2011, pp. 237-252)

Este discurso ficou sempre associado ao problema racial, recordando, de certo modo, o famoso discurso de Abraham Lincoln, proferido em Springfield, Illinois, em junho de 1858, no qual este chamava a atenção para o facto de a nação poder estar em vias de extinção por estar completamente dividida ao meio (pela defesa ou recusa em aceitar um modelo de vida e desenvolvimento assente na escravatura), ao mesmo tempo que afirmava a sua convicção de que conseguira ultrapassar essa divisão: “I believe this government cannot endure, permanently half slave and half free. I do not expect the Union to be dissolved – I do not expect the house to fall – but I do expect it will cease to be divided.” Com o fim da Guerra da Secessão, a nação deixou de estar politicamente dividida, mas a divisão continuou ao longo dos anos até hoje.

Tal como referido por Isabel Caldeira (2014), nas suas reflexões sobre Toni Morrison, escritora afro-americana galardoada com o Nobel, século e meio após o discurso de Lincoln voltamos a encontrar o conceito de “casa racializada” num dos textos da autora que abordam o seu papel tanto como negra como mulher na sociedade americana. Caldeira refere ainda que tanto Cornel West como Toni Morrison afirmaram não terem tido a oportunidade de viverem num mundo em que a questão de raça fosse irrelevante. Esta realidade mantém-se até hoje podendo ser comprovada por vários atos de discriminação que têm vindo a ocorrer aos longo dos tempos, apesar de a América continuar a idealizar tornar-se um país pós-racial.

CAPÍTULO 3 –
OPRAH E A SITUAÇÃO DA MULHER

I'm a woman in process.

I'm just trying like everybody else.

I try to take every conflict, every experience, and learn from it.

Life is never dull.

Oprah Winfrey

3.1 Mulheres americanas – Uma luta, uma imagem, um sentimento

Ao analisar-se Oprah Winfrey como figura de mulher americana marcante, não pode deixar-se de olhar, ainda que brevemente, para a história dos movimentos feministas ao longo da história dos E.U.A.²⁵

A sociedade americana foi, desde os meados do século XIX, marcada por importantes movimentos em prol dos direitos de cidadania das mulheres, sobressaindo o movimento sufragista explicitamente inscrito na agenda da Convenção de *Seneca Falls* em 1848. Anteriormente a esta data, já muito se fizera ou tentara fazer. Por exemplo, logo no momento inicial do país, em março de 1776, Abigail Adams (1744-1818), escrevera uma carta ao seu marido, John Adams, que viria a ser o segundo Presidente dos E.U.A., pedindo-lhe que os congressistas constituintes se não esquecessem das mulheres. E, no final da década de vinte de oitocentos, Frances Wright promovia a educação das mulheres americanas com as suas palestras em vários Estados como Nova Iorque, Filadélfia, Boston, entre outros, em que expressava a sua preocupação com os direitos da mulher.²⁶

O movimento feminista nos E.U.A. no século XIX recebeu e deu inicialmente uma importante contribuição aos movimentos a favor da abolição da escravatura. Ao lutarem pelos direitos de liberdade e participação social dos escravos, as mulheres americanas consciencializavam-se da própria situação, afinal muito semelhante à de aqueles pelos quais lutavam. A sintonia destes dois movimentos do ponto de vista conceptual, pela libertação e pelos direitos dos

²⁵ Importa aqui assinalar que, já na minha dissertação de Mestrado, “Lucille Ball – Uma Mulher Americana” apresentada à Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa em 2005, abordei este assunto que aqui retomo de forma mais desenvolvida e atualizada.

²⁶ É de salientar que este movimento aconteceu em várias partes do mundo, referindo por exemplo Annie Besant (1847-1933) tal como assinalado por Teresa Malafaia “[...] in the last decades of the century there was a slight opening to the public sphere to women, expressed mostly in the access to higher education. Whenever she fought for education, she always looked forward to the new century both as a new world for women and for colonised people.” (2000, p. 85). Esta foi uma preocupação recorrente por entre várias mulheres de vários países e durante séculos, até ao presente.

escravos e pela emancipação e pelos direitos das mulheres, fez com que se alimentassem e fortificassem mutuamente, tendo, contudo, começado a tomar rumos distintos com a desilusão sentida com a discriminação verificada na Convenção de Londres, realizada a junho 1840, organizada pela *British and Foreign Anti-Slavery Society*, e autonomizando-se definitivamente com a abolição da escravatura e o reconhecimento do direito dos negros ao sufrágio, expresso pela 15ª Emenda à Constituição Americana em 1870.

O primeiro documento marcante do feminismo norte-americano data de 1848 e denominou-se *Seneca Falls Declaration* ou *Declaration of Sentiments*. Nele se consagra, pela primeira vez, uma filosofia feminista, traduzida no apelo ao direito de participação socio-política das mulheres enquanto cidadãs, ou seja, no direito ao sufrágio.

Tendo em conta que a 15ª Emenda à Constituição proposta em 1869, ainda que só ratificada no ano seguinte, Elizabeth Candy Stanton e Susan B. Anthony criaram, em maio de 1869, a *National Women Suffrage Association*, uma associação independente dos partidos políticos vigentes e de todos os movimentos reformistas. No entanto, apesar de várias tentativas por parte de diversas organizações defensoras do sufrágio universal, só em 1920, a 19ª Emenda à Constituição Americana outorga o direito de voto a todos os cidadãos, independentemente do sexo. Com efeito, e apesar do que constava da Declaração de Independência sobre direitos de cidadania, a aquisição deste importante direito só foi possível através da luta desenvolvida pelas mulheres ao longo de cerca de século e meio.

Uma vez alcançado o direito de voto e confiando em que isso alteraria o estatuto da mulher nos E.U.A., o movimento feminista teve uma certa acalmia durante as décadas que seguiram. Contudo, a partir de meados dos anos cinquenta, assiste-se ao aparecimento de um novo movimento, na medida em que se assistira, entretanto, também a uma transformação gradual e irreversível na sociedade americana. A integração de um número significativo de mulheres no

mercado de trabalho, em grande parte devido à escassez de mão-de-obra durante o período da Segunda Grande Guerra, leva à alteração de conceitos como trabalho e família. O trabalho remunerado deixa de ser visto como exclusivo de uma parte da sociedade – a masculina ou as classes economicamente mais débeis. E cada vez mais a contribuição financeira das mulheres é encarada como decisiva para o orçamento doméstico. Por outro lado, este tipo de trabalho começa a ser considerado como relevante para a realização pessoal por muitas mulheres para quem o tradicional papel de esposa e mãe a tempo inteiro não se afigura como satisfatório. Tudo isto vai levar ao enfraquecimento do modelo tradicional de família baseado na autoridade masculina de *paterfamilias*. A luta pelo direito das mulheres a uma paridade na sociedade vai tornar-se marcante nos anos sessenta e manifestar-se em práticas e em discursos variados.

Surgiram vários tipos de feminismo e de feministas, apesar de nos Estados Unidos ser o feminismo liberal que tem dominado. Este advoga que a igualdade pode ser conseguida através da estrutura social e política existente, por via de argumentos racionais e mudanças na legislação. O liberalismo parte do princípio de que o indivíduo enquanto indivíduo – e não enquanto homem ou mulher, rico ou pobre, ignorante ou instruído, membro desta ou daquela família, desta ou daquela religião, ou mesmo sem religião – tem valor intrínseco, na medida em que é dotado de razão e de autonomia, e é portador de direitos inalienáveis que o Estado deve garantir e proteger. O conceito de direitos do indivíduo revelou-se assim um instrumento poderoso na luta das mulheres contra a opressão de que foram sendo vítimas e permitiu-lhes reivindicar, com sucesso, o direito a tomarem decisões acerca da sua própria vida.

O feminismo radical foi desenvolvido durante a segunda vaga de feminismo, no final dos anos sessenta e início dos anos setenta, quando as mulheres pertencentes ao movimento político “New Left” se sentiram repugnadas com o tratamento arrogante que recebiam dos membros

radicais do sexo masculino. Estas mulheres defendiam vários princípios, tais como: que o regime de patriarcado, também denominado como império dos homens, e não o capitalismo, estaria na origem da opressão das mulheres; que as mulheres deviam identificar-se como uma classe social subjugada e deviam reunir as suas energias num movimento com outras mulheres de forma a combater os seus opressores – os homens; que as mulheres e os homens são fundamentalmente diferentes, têm estilos e culturas diferentes, logo a base de uma sociedade futura deveria ser a defendida pelas mulheres. Bell hooks é uma das defensoras do feminismo radical, tendo publicado vários livros no sentido de alertar as mulheres para o verdadeiro problema, e apresenta-o da seguinte forma:

Feminism is a struggle to end sexist oppression. Therefore, it is necessarily a struggle to eradicate the ideology of domination that permeates Western culture on various levels, as well as a commitment to reorganizing society so that the self-development of people can take precedence over imperialism, economic expansion, and material desires. (hooks, 2000, p. 26)

Já anteriormente a hooks, também Eisenstein (1981) discutiu as raízes liberais do feminismo norte-americano salientando o seguinte:

Patriarchy as a political structure seeks to control and subjugate women so that their possibilities for making choices about their sexuality, childrearing, mothering, loving, and laboring are curtailed. Patriarchy, as a system of oppression, recognizes the potential power of women and the actual power of men. Its purpose is to destroy woman's consciousness about her potential power, which derives from the necessity of society to reproduce itself. By trying to affect woman's consciousness and her life options, patriarchy protects the appropriation of women's sexuality, their reproductive capacities, and their labor by individual men and society as a whole. (Eisenstein, 1981, pp. 14-15)

Por seu lado, feministas marxistas e socialistas tais como Clara Fraser (1923-1998), Nellie Wong (1934--) e Sheila Rowbothan (1943--) acreditam que a opressão das classes subjugadas pelo capitalismo é um fator fundamental na opressão das mulheres. A luta destas feministas é pela independência económica pois, segundo elas, é esta a razão da subjugação das mulheres

face aos homens. As feministas deste movimento identificaram as obras de Bebel “Woman and Socialism” (1879) e de Engels “The Origin of the Family, Private Property and the State” (1884) como a explicação da ligação entre a opressão de género e da exploração da classe. No entanto, atravessando vários movimentos e posições, marcaram a sua posição na sociedade americana:

Through Radical Women, which we organized in 1967, we led the movement locally. Firmly associating Marxism with women’s liberation, we cut through the radical feminist and reformist confusion with the sharp knife of socialist analysis. (Martin, 1986, p. 88)

As feministas ecológicas tais como Karen Warren (1947--), Greta Gaard (1960--) e Lori Gruen (1962--), dando particular ênfase à ecologia, encontram as suas raízes no feminismo cultural e radical. O termo feminismo ecológico tem as suas raízes na obra da escritora francesa Françoise d’Eaubonne, intitulado *Le Féminisme ou la Mort* (1974).

Outro tipo de feminismo, denominado por feminismo cultural, termo cunhado por Brooke Williams, membro do grupo feminista *Redstocking*, baseia-se numa visão matriarcal e na ideia de uma sociedade de mulheres fortes, guiadas por preocupações e valores alegadamente femininos, incluindo o pacifismo, a cooperação, o estabelecimento não violento do direito à diferença, e a regulamentação harmoniosa da vida pública. Este tipo de feminismo derivaria do feminismo radical tal como apresentado por Naples (2007):

The rise of cultural feminism within the U.S. women’s movement according to the current feminist orthodoxy, spelled the death of radical feminism. Because cultural feminism is based on an essentialist view of the differences between women and men and advocates separatism and institution building, it has, say critics, led feminists to retreat from politics to ‘lifestyle.’ (Naples, 2007, p. 57)

Alice Echols, historiadora feminista especialista nos anos sessenta, foi uma das vozes críticas mais proeminentes deste movimento, uma vez que, segundo esta, o feminismo cultural – termo cunhado por Brooke Williams - despoliticizava o feminismo radical. Este grupo foi um

dos fundadores do movimento feminista dos anos sessenta nos E.U.A. sendo constituído por feministas que se opunham ao feminismo liberal, tal como aquele representado pelo NOW, fundado em 1966 por diversas figuras entre as quais se encontra Betty Friedan (1921-2006), a autora do célebre *The Feminine Mystique* (1963), *best seller* que fomentou a segunda vaga do feminismo, vindo Friedan a ser a sua primeira presidente, juntamente com Pauli Murray e Bernard Nathanson. Foi uma importante ativista americana do século XX e abordou o papel da mulher e as suas implicações tanto no campo doméstico como no do trabalho.

Mais recentemente, teorias do pós-modernismo e pós-estruturalismo causaram um grande impacto, sendo para algumas feministas uma resposta cultural às mudanças ambientais e globais, adotando assim uma conceção de indivíduo como subjetividade fragmentada. Podemos aqui mencionar a investigadora americana Judith Butler, assim como a sua obra *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity* (1990), a qual aborda a natureza contingente e discursiva de todas as identidades, particularizando a construção social da subjetividade de género.

A terceira vaga do feminismo baseia-se na construção da identidade, na qual tanto a raça como a conceção binária de género são rejeitadas em prol da ambiguidade e dos múltiplos posicionamentos. Rebecca Walker, escritora americana, filha de Alice Walker, autora da obra literária *The Color Purple* (1982), introduziu o conceito da terceira vaga de feminismo, tendo escrito um artigo em 1992, na revista *Ms. Magazine* intitulado *Becoming the Third Wave*, no qual se pode ler:

To be a feminist is to integrate an ideology of equality and female empowerment into the very fiber of life. It is to search for personal clarity in the midst of systemic destruction, to join in sisterhood with women when often we are divided, to understand power structures with the intention of challenging them. [...] I am not a postfeminism feminist. I am the Third Wave. (1992, s/p)

Walker apresentou assim um novo pensamento feminista, uma nova visão e acima de tudo marcou a sua posição.

Assim, entende-se que uma pessoa do sexo feminino não pode assumir uma identidade de género pré-estabelecida e adquirida como mulher, pois a subjetividade de género está em constante processo de transformação. Este conceito próprio do pós-modernismo está intrinsecamente ligado às feministas da terceira vaga que se definem segundo aquilo que não são, rejeitando o feminismo da segunda vaga, alegando que tal reflete quase exclusivamente as perspetivas e os valores das mulheres brancas, de classe média e preponderantemente heterossexuais, as quais se definem como vítimas oprimidas do patriarcado. Foi durante o período do feminismo da segunda vaga que Carol Hanisch, membro dos grupos feministas *New York Radical Women* e *Redstocking*, se destacou com a sua célebre frase “The Personal is Political”, artigo publicado em 1970 na antologia *Notes from the Second Year: Women’s Liberation*.

Conclui-se, então, que ser mulher pode significar muitas coisas diferentes, em momentos e circunstâncias diferentes, pelo que também o feminismo não pode ser pensamento único:

[Society] opens up choices and possibilities and speaks to the very nature of feminism. It is rooted in choice and self-determination and does not prescribe one ‘official’ position that feminists must hold. Feminism also is an evolving process that necessarily changes as conditions in the world change and as feminists develop new understandings.” (Foss, Foss & Griffin, 1999, p. 3)

Segundo Brown, (1994) houve também, por parte dos primeiros investigadores e críticos feministas, uma rejeição dos comumente denominados pelos média géneros narrativos femininos, especialmente *soap operas* e romances, pois neles só se encontrariam imagens estereotipadas dos papéis representados por mulheres, fortemente marcados por concepções

convencionais de género. Ao contrário, existem outras feministas que adotaram estes mesmos géneros narrativos e que os consideram libertadores.

Defendendo o direito de as mulheres (usu)fruírem de narrativas ficcionais classificadas como sem valor, Brown refere o seguinte:

[The insistence of women] on their right to their own pleasure is not only an act of cultural resistance within the politics of the family in that it defies masculine power within the patriarchal family, but such insistence is also a recognition that the differences between masculine and feminine tastes can be understood in terms of a power relationship of domination and resistance. The term 'trash' is so rich because it contains within it the social struggle for power articulated in terms of cultural taste and preference. (1994, p. 116)

Brown levanta aqui a questão do poder de significação e da definição de gosto e valor cultural, e de quem se autorga ser seu detentor, colocando a questão também num campo marcado pelo género.

Em relação ao modo como pode ser apreendido o sentido existente em papéis pré-estabelecidos, Brown baseia a sua análise no conceito de Carnaval²⁷ e no riso que lhe estará associado, o qual envolve a inversão de papéis e o ignorar das hierarquias estabelecidas, permitindo às pessoas agirem de formas não convencionais. Explicita, então, o seguinte:

Carnavalesque laughter with its droll view of the world produces a position of defiance for women within discursive networks and it is such discursive networks that ultimately define reality. When women talk and joke in recognition of their subordination, they break

²⁷ Recorde-se que Mikhail Bakhtine desenvolveu uma teoria da cultura popular e da sua apropriação pela literatura, baseada nos conceitos de carnaval e carnavalização. Para Bakhtine, o Carnaval constituía simultaneamente um conjunto de manifestações da cultura popular e um princípio de compreensão holística dessa cultura em termos de visão do mundo coerente e organizada. O elemento que unifica a diversidade de manifestações carnavalescas e lhes confere a dimensão cósmica é o riso, um riso coletivo que se opõe ao tom sério da cultura oficial e do poder eclesiástico que não se limita a ser negativo e destrutivo, mas sim que projeta o povo que ri em liberdade.

boundaries and assert their power. This inversion of power can be a threat to dominant institutions and transgress the barriers of polite society. (1994, p. 149)

Isto significaria que mesmo papéis de subalternização podem dar origem a reconhecimento de um poder discursivo que não deve ser ignorado.

Outro teórico, Hobson (1990), com base em conversas de trabalho, defende também que as mulheres usam os programas de televisão como parte dos discursos diários nas suas próprias vidas, nas vidas das famílias e de amigos e até para acrescentar interesse às suas vidas profissionais no local de trabalho.

Por sua vez, Brown relacionou as conversas sobre produtos de televisão com a noção de consciência crescente usada pelo movimento feminista dos anos setenta como um instrumento político, salientando algo fundamental para todos os movimentos proto- e feministas, e entendido como:

a form of gossip although more formal and purposeful. Women gathered in small groups and took turns talking about their personal issues. In this way they discovered the power of the idea that the personal is political. Their personal stories, when taken collectively, outlined the parameters of their oppression. In other words, these are not personal problems but structural limitations built into a system that oppresses them. (1994, p. 179)

Constata-se, assim, que muitas vezes as mulheres riem em grupo enquanto contam os episódios ou falam das personagens dos vários produtos televisivos a que assistem, ou então, riem sozinhas enquanto assistem a um programa, tornando-se o humor tanto uma forma de libertação como de consciencialização dos próprios papéis sociais. O importante é, sem dúvida, encarar as personagens e as suas histórias e refletir sobre o seu possível impacto nas vidas de cada um.

Em Portugal também as mulheres dos E.U.A. foram alvo de investigação e de estudos, sendo Teresa Castilho, Diana Almeida, Isabel Caldeira e João de Mancelos, alguns dos que

centraram a sua atenção nesta área. Castilho (1996) abordou a ficção de Eudora Welty como outra, entenda-se sulista, e como a mesma, entenda-se americana. Neste estudo, Castilho trata a condição de diferença e identidade, tomando a mulher e a sua experiência como metáfora do Sul, embora enfatize que não é a questão do feminismo que pretende ser o seu enfoque. Tal como Castilho refere: “[...] Eudora Welty celebra o feminismo (mas sulista), a tradição, presta homenagem às mulheres – “Ladies” – que ao longo da história do Sul sustentaram – no coração de um ‘matriarcado’ virtual – a ideologia (patriarcal) sulista.” (1996, p. 30) Tal como a autora refere, ao ser interrogada a questão do matriarcado (sulista), questiona-se também a identidade feminista que o Sul construiu, acentuando a resistência a esse estereótipo. E se Castilho problematiza as visões do Sul na “ficção longa” de Eudora Welty, Almeida (2007) analisa também a mesma escritora, mas de uma outra perspectiva, ou seja, através das metáforas produzidas na ficção curta de Welty. Almeida (2007) faz uma contextualização literária do Sul e analisa o papel criativo da comunidade feminista, dando ênfase à componente visual, criando assim uma espiral de viagem, sinónimo da identidade em progresso, nas obras de Welty. Almeida refere ainda:

Once again Welty dislocates the political to the private realm, a strategy not only due to the historical context that mediated her biographic experience and defined its potential models for action, but also informed her spiritual beliefs [...] the artist defends that all meaning is private, requiring science, concentration and commitment, the willingness to engage in a process of self-discovery beyond the security of dogma, ‘for life is lived in a private place; where it means anything is inside the mind and heart.’ (2013, p. 84)

Eudora Welty (1909-2001) foi a escolha destas duas investigadoras por se tratar de uma das mais importantes escritoras do Sul dos E.U.A. do século XX. Eudora Welty ganhou o *Pulitzer Prize* em 1973 com a sua obra *The Optimist's Daughter*, e foi também condecorada com a *Presidential Medal of Freedom* em 1980, entre outros prémios.

Isabel Caldeira dedicou-se ao estudo de uma escritora afro-americana, Toni Morrison. No seu estudo de 1993, para além de todo um enquadramento histórico necessário, tendo em conta o “lugar” (Sul), coloca-nos perante uma escritora marcada por todo um passado de escravatura, cujas obras se assumem como narrativas de escravos, apresentando o perfil de uma cultura minoritária como a afro-americana. No entanto, Caldeira salienta que, neste contexto de opressão, em que a cicatriz deixada pela escravatura para além de física é também simbólica e permanece na memória, há a busca pela libertação. Essa libertação em Morrison é obtida através da arte, da escrita, onde a palavra se assume como veículo da cultura singular dos afro-americanos. Num dos seus artigos intitulado “Racismo e Exclusão: O Passado do Futuro da Sociedade Americana” (2013), Caldeira debruça-se sobre a questão da raça, tema anteriormente abordado no presente estudo, salientando o seguinte: “Os legados raciais do passado de escravatura e os exemplos de intolerância e fanatismo que marcaram e ainda marcam vários grupos de imigração continuam a assombrar e influenciar o presente desta sociedade.” (2013, p. 20)

E é este “assombrar” que continua a pairar sobre as minorias, nelas incluídas as mulheres afro-americanas. E é este presente, que por mais anos que passem, continuará a carregar toda uma herança marcada pela escravatura e desigualdade de direitos.

Mancelos acrescenta ainda no seu último livro *Magia Negra – A obra de Toni Morrison* (2014) que “Morrison partilhou com os leitores de todos os países e grupos étnicos, uma imaginação e talento prodigiosos [...] Acredito que tal se deve ao génio de Morrison, ao sólido conhecimento das técnicas da escrita criativa [...] e a várias qualidades fundamentais.” (2014, p. 20) Com esta citação, pretendo apenas sublinhar que Toni Morrison foi reconhecida, assim como Oprah, pelas suas qualidades e competências de escrita. A nível de estrutura narrativa Morrison, tal como referido por Mancelos:

[Morrison] gosta de trilhar estratégias invulgares para narrar uma história: finais semiabertos; alterações na ordem cronológica, com destaque para analepses e enredos em espiral; recurso a diversos narradores, alguns pouco fiáveis; personificações de elementos do reino vegetal; e uma forte presença do fantástico. Tais traços recorrem com uma coerência notável, que nem todos os escritores canónicos possuem. (2014, p.21)

Apesar de nomear estes investigadores, há vários outros que têm dedicado parte do seu tempo ao estudo quer das mulheres (afro)americanas, quer das minorias americanas. Bastará recordar o nome de Teresa F. A. Alves, por exemplo, assim como o seu artigo publicado em 2003 *Autobiographies of Women in the 'Promised Land'*. Mas limito-me a citar os acima indicados por pensar serem mais pertinentes para situar Oprah Winfrey enquanto mulher e afro-americana uma vez que tem tantas vivências comuns a outras mulheres do Sul, a outras mulheres afro-americanas e até a mulheres de outras geografias e circunstâncias.

Importa referir que a interligação entre as representações encontradas nos produtos televisivos e as preocupações feministas assume contornos bastante complexos. Consciente disso mesmo, Rabinovitz constata o seguinte:

Feminism's capacity to disrupt and upset cultural categories has always been so ambiguously presented on television that it lends itself to a range of political interpretations. Although television consistently articulates feminism as reformist, liberal, and progressive, it simultaneously disavows any racial or class determinants. Television allows for the expression of a feminist critique but represses feminism's potential for radical social change. (1999, p. 145)

O acolhimento de posições feministas que não contenham a consciência de que as circunstâncias das mulheres também são marcadas por questões raciais e de classe social acaba, assim, no entender de Rabinovitz, por esconder reais tensões, não contribuindo para as colmatar.

Por outro lado, a questão do uso excessivo da feminilidade é central para alguns programas considerados feministas, podendo formar-se a ideia de que entre feminismo e feminilidade se

estabeleceria uma relação binária (isto é, uma personagem com mais ou menos traços de feminilidade implicaria necessária e talvez inversamente que fosse menos ou mais feminista); no entanto, esses são aspetos bem distintos, podendo mesmo o pensamento feminista criticar o modo como é usada a imagem da feminilidade, visto esta ser em grande parte uma construção cultural:

The notion that femininity and feminism are in a mutual relationship [...] depends on two important assumptions about femininity. First, femininity is not an essential property of women; it is an image that is usually correlated with women's appearances. Second, the function of femininity, as elaborated by numerous feminist critics, is to provide cover for the female's Otherness and to distance the female spectator from finding fullness in self-identification. (Rabinovitz, 1999, p.149)

Entende ainda que a feminilidade não é exclusiva das mulheres, podendo, por vezes, ser representada de forma estereotipada (por exemplo por travestis), criando-se assim alguma distância entre a realidade e a ficção dos produtos televisivos.

Andrea Press (1991) dividiu a programação televisiva em três categorias: pré-feminista, feminista e pós-feminista. Na primeira, que situa no final da década de sessenta do século XX, as mulheres raramente se apresentam como pessoas maduras e independentes, apesar de algumas personagens oferecerem uma leitura subtextual denotadora de alguma resistência ao *status quo*. Também aqui as mulheres aparecem unidas contra os maridos através de uma espécie de aliança de guerra com as suas amigas. Na categoria feminista, durante os anos setenta, aparecem mulheres fortes que representam papéis não tradicionais, sendo dada particular relevância ao individualismo e não a qualquer movimento coletivo de mulheres. Na última categoria, que se refere à década de oitenta e seguintes, é dada às mulheres uma identidade profissional, embora a ênfase continue a ser colocada no papel familiar. Assim se pode apreciar o modo como a produção televisiva vai acompanhando e interligando-se com as

tendências culturais de cada época, neste caso no que ao papel da mulher diz respeito, quer a nível pessoal quer social.

Na década seguinte²⁸ verifica-se uma contínua deterioração dos direitos das mulheres. Assiste-se a grandes mudanças ao nível da tecnologia, no entanto, relativamente aos direitos das mulheres, tanto esta década como o início do século XXI, foram marcados sobretudo por um aumento do ambiente de instabilidade que se mantinha no que diz respeito às mulheres. A nível da manifestação de respeito pela diversidade étnica e cultural nos E.U.A., continuou a assistir-se a programas iniciados nos anos oitenta, mas em que os atores se caracterizavam por serem socialmente mais conscienciosos e reconhecedores do carácter multi-cultural dos E.U.A. Surgiram novas estrelas televisivas, desta vez afro-americanas, visando a captação de um público de americanos jovens e negros.

No entanto, a escassez de oportunidades de trabalho devido a discriminação de género continuou a ser um problema. Em 1992, o *State Farm Insurance Company* pagou milhões de dólares a mais de oitocentas mulheres às quais tinham sido recusados empregos, contrariando a essência da Lei dos Direitos Civis de 1964²⁹, sendo a sua atuação considerada o maior ato de discriminação de género na história dos E.U.A até então.

Uma das formas de tornar os governantes mais sensíveis para este problema de discriminação seria aumentar o número de mulheres no universo governamental. Em 1992 apenas 5% dos membros do Congresso eram mulheres. Após a campanha de “feminização” do poder,

²⁸ Utilizou-se para recolha de informação vários autores que constam na bibliografia tais como Foss, Foss e Griffin (1999); Haralovich e Rabinovitz (1999); Ryan (2001); Spangler (2003); Brunson e Spigel (2008); entre outros.

²⁹ Esta lei tem como essência o final da segregação racial nos E.U.A.

efetuada pela Maioria Feminista³⁰, em Novembro desse mesmo ano, a percentagem de mulheres no Congresso duplicou para 10% e o número de mulheres no Senado aumentou de dois para seis lugares. Carol Moseley Braun, de Illinois, tornou-se na primeira afro-americana a ser eleita como senadora, tendo o estado da Califórnia sido o primeiro a eleger duas mulheres para o Senado. Em 1998, as mulheres representavam 13% da *House of Representatives* e 9% do Senado. O Presidente Bill Clinton, durante o seu mandato, nomeou Madeline Albright com Secretária de Estado, a primeira mulher a ocupar tal posição. Hillary Clinton foi igualmente eleita em 2000 como Senadora por Nova Iorque, tendo sido durante as eleições primárias, em 2007/2008, uma das candidatas do Partido Democrata e a rival do atual Presidente dos E.U.A., Barack Obama. Também a nível da cultura se verificaram alterações assinaláveis. Em 1993, Toni Morrison tornou-se na primeira afro-americana a receber o Prémio Nobel da Literatura. Alanis Morissette e o seu álbum de música pop *Jagged Little Pill* foi o mais vendido da década. De 1997 a 1999, o *Lilith Fair*, um *tour* musical, fundado por Sarah McLachlan, de e para todas as mulheres, atribuiu ao festival *rock* uma vertente decididamente feminista, tendo este regressado em 2010. Julia Roberts tornou-se numa estrela cinematográfica com o seu papel no filme *Pretty Woman* (1990), ganhando, no ano de 2000, o Óscar para Melhor Actriz com o filme *Erin Brockovich*. As mulheres correram para as salas de cinema para verem *Thelma & Louise* (1991), filme realizado por Ridley Scott. Muitos dos populares livros de autoria feminina tornaram-se grandes êxitos de bilheteiras no início do século XXI, ao serem adaptados ao cinema, sendo disso exemplos a *memoir* de 1990 de Mary Brave Bird intitulada *Lakota Woman* (1994) e a obra literária de 2002 da autora Alice Sebold denominada *The Lovely Bones* (2009). Oprah Winfrey, apresentadora de televisão e atriz nomeada para um Óscar no filme *The Color Purple* (1985), tornou visível a sua influência

³⁰ A Maioria Feminista é uma organização feminista sem fins lucrativos fundada em 1987 por Eleanor Smeal, tendo como principal objetivo a igualdade das mulheres, os direitos de reprodução e saúde e a não-violência.

através da criação do seu *Oprah's Book Club* (1996), um dos segmentos mensais do seu *talk show*, que tornou vários livros em *best-sellers*, simplesmente por serem recomendados por ela. Martha Stewart, personalidade televisiva e empresária americana, fundadora da empresa *Martha Stewart Living Omnimedia* (1997), tornou-se igualmente uma gigante dos média com os seus livros direcionados para a realização de várias tarefas domésticas, os quais venderam milhões de cópias, vendas essas promovidas na sua revista de alta tiragem, *Martha Stewart Living* (1990) e nos seus dois programas televisivos *Martha Stewart Living* (1993-2005) e *Martha* (2005-2012).

Pode assim constatar-se que, ao longo do tempo, a mulher americana foi ganhando batalhas pelo reconhecimento da sua condição de cidadã, capaz de abraçar desafios de várias ordens e intervir de forma visível e marcante na sociedade do seu país. Com efeito, apesar de alguns retrocessos, a mulher americana conseguiu afirmar-se em várias e diferentes áreas da sociedade americana. Uma dessas áreas foi precisamente a da televisão que alcança um público vastíssimo e variado e onde as mulheres têm tido um peso fundamental quer como espectadoras quer como intervenientes. Esta relação binária mulher-televisão passou por diversas fases, se se atender ao papel da televisão como um meio de entretenimento e também como um meio de informação em momentos cruciais da história dos E.U.A.

Em primeiro lugar, há que interrogar se a própria televisão poderia funcionar, em especial para a mulher de classe média, como consola tantas vezes lisonjeadora e talvez a única compensação, dado o entretenimento oferecido, para um quotidiano de labor doméstico rotineiro e pouco desafiador. Há ainda que ter em conta como as famílias que usufruíam da presença da "caixa" televisiva se sentiriam representadas dentro dessa mesma "caixa". E não pode deixar de se ter em consideração que a presença do aparelho de televisão no espaço doméstico se alterou muito ao longo das décadas, tal como se alterou o comportamento das

peças nesse mesmo espaço. O ritmo crescentemente acelerado das vidas individuais com reflexos nas vidas familiares veio a traduzir-se já não na presença conjunta do agregado familiar num espaço único frente a um único aparelho, mas numa movimentação entre divisões da casa e entre uma oferta imensa cujo usufruto é potenciado pela presença frequente de múltiplos aparelhos numa única habitação. Assim, mesmo para a mulher, quando no espaço doméstico, muito se foi alterando, visto ser-lhe proporcionada uma tal oferta de produtos que podem ser consumidos com a naturalidade do simples ato de comer, que a incentivam a vaguear, impaciente, ligando-se a vidas inventadas e a experiências falsas de acordo com o menu que os canais de televisão disponibilizam.

É de notar que, apesar de vários programas televisivos terem sempre sido e continuarão preponderantemente a ser sobre famílias, não se afirmaram como reais instituições de socialização. Isso estava mais a cargo de pais, escolas, igrejas, e outras instituições. Tanto nos anos de ouro da rádio como nas duas primeiras décadas das emissões televisivas, o que de melhor se poderia esperar dum programa seriam umas gargalhadas a par de alguma sabedoria, pessoas essencialmente simpáticas e que se dedicavam a atividades agradáveis como golfe e jardinagem. Programas que, não se atrevendo a fazer mais do que sugerir mecanismos de resolução nos casos de crises domésticas por assuntos de pouca relevância, não iriam tão cedo começar a explorar os mistérios da intimidade, muito menos promover qualquer propósito de grande impacto social, por exemplo a favor de mulheres trabalhadoras, questões de classe, sexo na adolescência, justiça racial, humanismo secular, ou direitos dos homossexuais.

Na década de cinquenta, os temas retratados em vários programas televisivos havia sido essencialmente do tipo dos seguintes: a representação estereotipada de personagens afro-

americanas, como por exemplo em *Beulah* (1950-1952);³¹ as lições desencorajadoras de qualquer rejeição do *status quo* que eram transmitidas às filhas, presentes em *Father Knows Best* (1954-1960); as imagens de mulheres pateticamente desesperadas por encontrar marido, tal como aparece em *Our Miss Brooks* (1952-1956). A contrastar com estas últimas, surge, no entanto, em *Private Secretary* (1953-1957) uma mulher forte que luta contra as ideologias masculinas porque, acima de tudo, gosta da sua vida como ela é, ou seja, a vida de uma mulher de carreira que vive sozinha em Nova Iorque.

A turbulenta década de sessenta ficou marcada por guerras, manifestações e vagas de feminismo. Na década dos tumultos ligados à questão dos direitos civis, na comédia *Room 222* (1969-1974), o ator principal, um negro, surgia como professor de liceu num estabelecimento não discriminado, um estatuto que contrastava com o que se passava na realidade. Na década da consciencialização e do feminismo militante, no pequeno ecrã pulavam criaturas fantásticas – bruxas na cozinha como por exemplo em *Bewitched* (1964-1972), amas mágicas em *Nanny and the Professor* (1970-1971) e até freiras voadoras em *The Flying Nun* (1967-1970). Na mesma altura, assistia-se às escolhas de Laura Petrie em *The Dick Van Dyke Show* (1961-1966), que opta por ser simplesmente uma dona de casa, apesar de o marido a apoiar, ainda que de forma relutante, na sua decisão de continuar a ser bailarina. Aparece-nos, assim, um elemento significativo ainda que inconsequente, que assenta no facto de a personagem feminina ter opção de escolha e ainda assim escolher o papel tradicionalmente atribuído à mulher casada. *I Dream Of Jeannie* (1965-1970) é, talvez, o programa de fantasia masculina que melhor resume o desejo interior de o homem se tornar “dono” de uma mulher bonita; no entanto, isso revela-se de facto uma fantasia porque nem mesmo ela (tanto a fantasia como a génio chamada Jeannie) pode ser controlada.

³¹ Todas as referências a programas televisivos têm como fonte os respetivos sítios da Internet.

Com a segunda vaga de feminismo já com grande expressão, alguns programas dos anos setenta começam finalmente a refletir uma maior diversidade de papéis para as mulheres, atribuindo até algumas atitudes feministas às próprias personagens. Mary Richards em *The Mary Tyler Moore Show* (1970-1977) demonstra alguma hesitação em expressar os seus direitos por um pagamento igual ao dos seus colegas do sexo masculino, mas acaba por o fazer. Em *All In The Family* (1971-1979) observa-se o crescimento na consciencialização de si e dos seus direitos da personagem Edith ao longo dos anos, já que aprende a mandar calar Archie, o seu marido, ao mesmo tempo que vê reconhecido o seu trabalho fora de casa. Com *Maude* (1972-1978) estamos, talvez, perante a única *sitcom*, na qual a personagem principal faz um aborto.

No entanto com a administração de Reagan, assiste-se nos E.U.A. a um retrocesso nos direitos das mulheres, situação resultante da grande instabilidade provocada pela implementação do novo plano económico dos E.U.A.. Este programa da nova administração Reagan, que conduziu os americanos à conhecida Recessão de 1982, apresentava, à primeira vista, o mérito da simplicidade, tendo como objetivos restaurar a liderança americana e relançar, sanear e modernizar a economia, buscando a grandeza do país atribuindo atenção apenas pontual às questões de ordem social. Exemplos desta mentalidade mais conservadora são o restabelecimento das orações facultativas nas escolas públicas ou a interdição do aborto.

Neste contexto, *The Golden Girls* (1985-1992) dá-nos uma imagem rara sobre a vida de mulheres com idades acima dos cinquenta anos, oferecendo-nos também uma perspetiva em relação às suas relações amorosas. A amizade alcança nesta série o significado de família. Por seu lado, *The Cosby Show* (1984-1992), apesar de ser alvo de algumas críticas por não ser suficientemente radical em termos de cultura afro-americana (*black*), retrata temas como o

sexismo, sendo uma representação agradável de uma família afro-americana de classe média-alta.

Grace Under Fire (1993-1998) apresenta-nos uma mãe solteira, extremamente lutadora, sendo simultaneamente uma alcoólatra em recuperação que no passado sofreu de violência doméstica, trabalhando agora, arduamente, para manter o seu emprego de forma a pagar as despesas. Chega mesmo a voltar a estudar com o objetivo de obter mais qualificações académicas e, assim, conseguir um emprego mais gratificante com um melhor ordenado.

Por outro lado, surgem também no final da década de oitenta do século passado mas que perduram até aos dias de hoje, programas com um certo pendor de originalidade e contestação. *The Simpsons* (1989 --) é disso exemplo, por ser totalmente provocatório, elaborado de uma forma extremamente inteligente. Tem uma incidência satírica sobre a disfunção social, sendo as situações de anomalia social ou de inconsistência cultural precisamente o cerne do humor. De certo modo, é o oposto da imagem política e saudavelmente correta que os americanos exportam para o mundo. A aposta neste programa de animação é a de exibir uma família “ao contrário”. As situações são apresentadas com um humor sarcástico e crítico, numa oposição completa e paródica à representação das famílias tradicionais e socialmente corretas dos primórdios da televisão.

Com a breve retrospectiva anterior pode observar-se a grande mudança que teve lugar a partir do final dos anos quarenta, aquando do aparecimento das estações televisivas, até aos nossos dias, nomeadamente nas temáticas que se articulam com os direitos civis e também com os direitos das mulheres. Continuam a existir batalhas por pagamentos iguais e oportunidades de emprego entre mulheres e homens, sendo o direito ao aborto, por exemplo, uma luta interminável. Nos programas televisivos, o sexo, que começou por aparecer quase elidido ao serem apresentados casais que dormiam em camas separadas, passou a surgir em situações

que incluíam até, por exemplo, a homossexualidade. O sexo passa a ser um assunto recorrente, discutido por todos, embora raramente se mencionem as doenças transmitidas sexualmente ou até a questão do controlo de natalidade.

Uma das séries que rompe com as abordagens temáticas de décadas anteriores é, sem dúvida, *Allie McBeal* (1997-2002), um programa diferente se o compararmos a outros que abordam o mesmo tema: um escritório de advogados e todos os enredos e histórias próprias da profissão. O programa centra-se na personagem Allie McBeal, uma advogada de vinte e nove anos que vive em Boston; trata do quotidiano de um escritório de advogados, aliando sentimentos e humor de uma forma equilibrada, passando de situações hilariantes a momentos de alguma profundidade reflexiva sobre as vivências humanas e onde, também, se deteta a contestação a valores da sociedade americana, assim como, de uma forma satírica e aparentemente ligeira, se põe em causa o sistema judiciário dos E.U.A.

Neste âmbito, pode referir-se, por exemplo, uma série original e com laivos de provocação, *Sex and the City* (1998-2004). A tónica desta série é o mundo construído por quatro jovens mulheres, solteiras e a viverem em Nova Iorque, que se arrogam o direito de terem as vivências sexuais que, na generalidade da civilização ocidental, eram tradicionalmente apanágio de homens solteiros. Nesta série televisiva, são constantemente postos em causa tabus, de uma forma extremamente aberta, sobretudo no que respeita à sexualidade feminina.

No início deste século surge, talvez, o exemplo mais interessante da *sitcom* americana da modernidade: *Six Feet Under*³² (2001-2005) que é a história da vida e dos amores da família Fisher; é uma história “negra”, pois eles são donos de uma agência funerária, sendo este o

³² É de referir a Dissertação de Mestrado de José Olivença Duarte “Da beleza das almas: para uma autópsia do corpo físico e social em *Six Feet Under* de Allan Ball” apresentada à Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa em 2009.

espaço central de todo o enredo. Esta *sitcom* marca a viragem para o século XXI e é de uma grande pertinência temática. Com muito bom gosto se fala da homossexualidade, do inconformismo da adolescência, da sexualidade das mulheres de meia-idade, e de muito mais, tudo isto de uma maneira e com um tom muito distante dos eufemismos utilizados nas décadas anteriores.

Com efeito, nas últimas décadas, os temas sociais passaram a ser abordados com maior frequência, sendo as soluções baseadas principalmente no esforço individual, não no coletivo ou no político.

As mulheres continuaram a representar papéis de relevância quer na televisão quer em filmes produzidos durante o presente século. De entre as muitas séries televisivas em que as figuras femininas ocupam posição de relevo em áreas tão diversas como as da investigação criminal será talvez de referir alguns dos mais populares, tais como *Bones* (2005 --) na qual Dra. Temperance “Bones” Brennan é uma das personagens principais, investigando os restos mortais de vítimas, essencialmente ossos; *Unforgettable* (2011 --), sendo Carrie Wells, papel representado pela atriz Poppy Montgomery, a personagem principal que não esquece nada do que vê, lembrando-se de tudo ao pormenor; e até *CSI: Cyber* (2015 --), que estreou nos E.U.A. em abril deste ano, sendo que a série gira em torno da Agente Especial Avery Ryan, papel representado por Patricia Arquette, encarregada da Divisão de Crimes Cibernéticos do FBI, em Quântico, Virgínia.

Há claramente uma representação variada no que concerne a papéis femininos na televisão durante o presente século. Mas também há a clara noção da sub-representação das mulheres assim como da desigualdade tanto salarial como de direitos nos E.U.A. Parece-me relevante fazer aqui referência ao discurso de Patricia Arquette, vencedora do óscar na categoria de *Best Supporting Actress* pelo seu papel no filme *Boyhood* (2014). Este discurso decorreu no dia 22

de fevereiro de 2015, tendo sido bastante aplaudido e devendo salientar-se a reação entusiasta e de apoio de Meryl Streep e Jennifer Lopez: “To every woman who gave birth to every citizen and taxpayer of this nation, we have fought for everybody else’s equal rights. It’s our time to have wage equality once and for all and equal rights for women in the United States of America.” (2015)

As palavras da atriz não deixam margem para dúvidas para o facto de a mulher continuar a não ter os mesmos direitos que o homem, neste caso específico, no mundo dos média.

A televisão no século XXI é talvez um mundo que se poderá considerar como pós-feminista, (Cf. Brundson e Spigel, 2007) onde a igualdade de direitos é assumida como algo já adquirido e os problemas são encarados e tratados individualmente, não de forma sistémica. É de algum modo igualmente apresentado como um mundo pós-racial e pós-moderno, onde raramente se discutem temas como o racismo ou a estratificação de classes sociais. Daí que seja evidente que as imagens, quer das mulheres brancas quer das afro-americanas, nos programas televisivos tenham evoluído de forma significativa, tanto em termos de reconhecimento, como de respeito. As mulheres são retratadas de formas muito mais diversificadas do que nos anos cinquenta, aparecendo-nos desde personagens casadas ou solteiras, divorciadas ou homossexuais, e com uma grande variedade de ocupações. Segundo alguns críticos, as mulheres americanas de hoje são o resultado de um conjunto de contradições porque cresceram com um imaginário transmitido pelos média, repleto de mensagens confusas sobre o que as mulheres deviam ou não fazer e sobre quem deviam ou não ser. Muitas mulheres do mundo televisivo lutaram arduamente por enriquecer a representação das personagens femininas e das suas realidades. Um dos exemplos de notoriedade do final do século XX e início do século XXI é precisamente Oprah Winfrey.

A influência exercida no mundo do quotidiano social pelos produtos televisivos e as formas de a interpretar são várias, mas, independentemente do papel que possam assumir, o público anseia pelo contacto com as figuras que lhes entram, por assim dizer, em casa por via da televisão, e por toda a discussão a elas subjacente. Os telespectadores crescem associados a programas particulares, desenvolvendo relações parassociais com as personagens, pois estas já fazem parte integrante do seio familiar. Produtos televisivos como as *sitcoms* permitem explorar as suas personagens/atores e os temas que dificilmente se encontram em outros média, e o riso potencia a hipótese de catarse para frustrações e até fúria. Todavia, reconhecendo-se embora que estas imagens podem afetar os telespectadores de formas variadas, já se torna difícil ajuizar até que ponto realmente os afetam.

Mais do que qualquer outro meio de comunicação incluindo a imprensa diária e a rádio, a televisão foi sempre uma presença penetrante na vida da maioria das pessoas, induzindo assim, uma relação de amor/ódio entre si e o seu público. Mas as interpretações daquilo que se vê na televisão podem variar consoante o género, a raça, a classe social, a educação, a idade e a localização geográfico-cultural de cada telespectador. Isto acontece devido à natureza polissémica dos discursos televisivos, ou seja, de abertura a várias interpretações por muito formulaicos que textos e situações possam ser, e ao facto de a forma como se vê televisão depender de um número de variáveis, tanto de natureza demográfica como pessoal, incluindo neste ponto a disposição do telespectador num dado momento. Apesar de existirem diferentes formas de interpretação em relação aos programas televisivos, o aspeto a salientar parece-me ser que essas imagens podem afetar os telespectadores – o que sentem em relação a si próprios, aquilo que pensam que podem alcançar na vida, e até mesmo a forma como tratam os outros. Importa, assim, realçar que tanto a televisão como os outros média são parte integrante e importante da nossa cultura.

As imagens de Oprah Winfrey em *The Oprah Winfrey Show* (1986-2011), de Evangeline Lilly como Kate Austen em *Lost* (2004-2010), de America Ferrera como Betty Suarez em *Ugly Betty* (2006-2010), de Chandra Wilson como Dr. Miranda Bailey em *Grey's Anatomy* (2005-), de Hayden Panettiere como Claire Bennett em *Heroes* (2006-2010) e a de tantas outras mulheres da história televisiva acabam por fazer parte de cada espectador e da forma como interpreta a sua vida.

3.2 Feminismo e identidade

“I am every woman, Oprah has said. Look at me and see yourself and your concerns.” (*in* Nelson, 2005, p. 6) Esta é a postura de inspiração whitmaniana³³ assumida por Oprah e transmitida a todas as mulheres que fazem parte dos seus públicos, televisivo ou outro. Ela assume ser uma mulher comum, igual a tantas outras, independentemente do seu sucesso ou da sua fama e riqueza.

Apesar de não se assumir publicamente como feminista, o seu posicionamento demonstrou-nos quer a sua ideologia quer as suas práticas feministas. E dada a sua influência social e cultural conseguida através do seu *talk show*, Oprah promoveu o feminismo *de facto* ao entrar semanalmente na casa das mulheres americanas ao longo de vinte e cinco anos.

Uma das reflexões essenciais sobre o modo como o fez prende-se com o facto de Oprah quebrar as barreiras entre o público e o privado, o pessoal e o político. É na articulação entre o pessoal e o político, em televisão, que Oprah partilha as convicções do movimento contemporâneo feminista dos E.U.A. A sensação de proximidade provocada no público feminino que a vê como “amiga” é o elemento que permite quebrar estas fronteiras: “Oprah utilizes a method of ‘rapport-talk’, which in its focus upon confessional, intimate, personal conversation, is unique to women’s relationships.” (Tannen, 1998, p. 198) O seu estilo de conversa confessional cria assim uma empatia própria das e entre as mulheres, de incidência feminista pelo modo de abordagem pessoal e íntima dos temas em questão.

Um outro aspeto relevante a nível do feminismo é o apelo à consciencialização individual, no qual Oprah desempenha um papel fundamental ao dar voz e densidade humana tanto a

³³ Não posso aqui deixar de remeter para Walt Whitman que, em *Leaves of Grass* (1855-1892) especificamente no poema “Song of Myself” escreve: “What I assume you shall assume” (p. 27)

mulheres, como a minorias e até mesmo a classes trabalhadoras. Oprah apelou constantemente no seu programa à força interior de cada indivíduo como forma de ultrapassar as suas fraquezas e os seus medos. Falar das experiências pessoais sobrepunha-se a qualquer técnica de autoaperfeiçoamento, tendo como origem o próprio feminismo. (Cf. Masciarotte, 1991)

Segundo Moorti (2002), Oprah, sendo uma figura pública de reconhecido mérito, conseguiu criar um espaço discursivo feminista assim como uma esfera pública de âmbito feminista. O seu *talk show* funcionaria como um local de discurso público no qual haveria partilha de histórias pessoais, de e para mulheres, criando assim um espaço de autoreconhecimento, de autoidentificação para os que assistiam ao programa. Oprah demonstrou a sua posição e os seus ideais ao transmitir a mensagem de que aquele seria o espaço que iria desafiar o preconceito (fosse a que nível fosse) e aumentar o sentimento de autocapacitação (*empowerment*), especialmente para as mulheres, criando assim um feminismo televisual dinâmico, tal como referido por Squire: “[*The Oprah Winfrey Show* is an] often-declared commitment to empowering women [...] the show’s aim is to empower this shared womanhood, creating a ‘televisual feminsim’ in process.” (1997, p. 102).

Misciagno (1997) é uma das defensoras da existência e relevância de um feminismo *de facto*, o qual abrange muito mais pessoas do que o feminismo organizado, servindo inclusivamente de suporte a este. É neste tipo de feminismo informal, mas não menos digno de reconhecimento, que engloba Oprah pela postura assumida no seu *talk show*. Este tipo de feminismo tem sido colocado nas franjas dos movimentos feministas por não se inscrever no campo político, pois nas últimas décadas as teorias e movimentos feministas foram, de forma geral, associados à questão da consciência feminista. Para Misciagno, a relevância está nas ações e, no fundo, na prática do que o feminismo alcançou ao longo de toda a história,

afirmando: “the group of women ‘doing feminist things’ far surpasses women who consider themselves feminists and thus supports the notion of the existence of a large number of *de facto* feminists.” (1997, p. 69-70) Constata-se, assim, que Oprah se encaixa no perfil das feministas *de facto*, não precisando de se reclamar como defensora de qualquer movimento feminista, visto que tudo o que fazia no seu *talk show*, através dos temas abordados, dos convidados escolhidos e da sua posição tantas vezes tornada pública, o demonstrava. O seu público correspondeu ou seja, houve uma identificação entre aquilo que era visto no programa e que de alguma forma mostrava o feminismo em ação, induzindo os telespectadores a agir no mesmo sentido, visto haver a intenção subjacente de os influenciar.

Como referido anteriormente, Oprah foi, desde muito cedo, influenciada por figuras femininas fortes que se tornaram modelares para a sua formação, tais como Sojourner Truth (1797-1883) lembrada pelo seu papel de ativista pelos direitos das mulheres e pelo seu célebre discurso *Ain't I a Woman?*; Harriet Tubman (1820-1913), também conhecida por *Black Moses*, que lutou pela liberdade, contra a escravidão e o racismo tornando-se um ícone americano de coragem e liberdade; Ida B. Wells (1862-1931), jornalista que utilizou a sua profissão para denunciar os horrores dos linchamentos, ativista dos direitos das mulheres e do movimento sufragista, tendo fundado o *National Association of Colored Women's Club* e cofundado o *National Afro-American Council*; ou Madame C. J. Walker (1867-1919), empresária, filantropa e a primeira mulher na América a tornar-se milionária através da criação de uma linha de produtos de beleza e para o cabelo das mulheres negras. Estas foram algumas das mulheres que influenciaram e moldaram a personalidade de Oprah, ajudando-a a estabelecer os seus objetivos de vida, a determinar os seus valores e a lutar por si própria através da sua autorrealização. Ao longo da vida, Oprah foi demonstrando as suas tendências feministas, tendo ela também marcado a história da América ao ter fundado, em 1989, o

Harpo Studios, a sua própria empresa de produção, a primeira fundada por uma mulher afro-americana.

O tema da violência contra as mulheres foi recorrente nos seus programas e abordado por diversos convidados através de casos de vida reais. Pode mencionar-se o episódio transmitido no dia 7 de maio de 2007, no qual Susan Still foi dar o seu testemunho como vítima de violência doméstica, ou até mesmo o célebre caso de Rihanna que também foi vítima de Chris Brown, tendo ido, em 2009, ao *talk show* de Oprah contar a sua versão dos acontecimentos. *The Oprah Winfrey Show* continuou a abordar temas “complicados” e “frágeis”, pouco abordados em televisão, mas tal diferença foi reconhecida, assim como referido por Soileau: “How does society deal with domestic violence? Often by not talking about it. The only time I have really heard domestic violence being spoken about has been on talk shows such as the ‘Oprah Winfrey’ show.” (Soileau, 2008, p. 70)

Oprah abordou assim vários temas durante a emissão do seu *talk show* e continua a fazê-lo agora na *OWN* e nos programas que apresenta. Havendo vários tipos de violência, e havendo um enfoque particular naqueles sofridos pelas mulheres, Garson sublinha: “Oprah offered a grim statistic: one in four women and girls or more suffer from a form of domestic violence.” (2011, p. 101)

Reconhecendo que não é uma mulher tradicional e justificando assim o facto de nunca ter casado com Stedman, Oprah defende que as mulheres devem construir a sua própria identidade, independentemente das figuras masculinas existentes nas suas vidas, considerando o casamento desnecessário para que se tenha uma relação com significado e compensadora. Ou seja, mais uma vez, voltamos aos seus ideais – pensar primeiro na felicidade individual, na autorrealização e a partir desse momento fazer o que for necessário para se atingir a plenitude

de sentimentos, sem obrigações morais ou sociais e somente com um objetivo – a satisfação pessoal.

Ao longo da sua vida pessoal e empreendedora, Oprah nunca esqueceu as mulheres e parte do seu investimento foi efetivamente para promover o papel destas na sociedade, para tornar a mulher proeminente e socialmente relevante. Em 1999, ao fundar o *Oxygen Media*, um canal televisivo por cabo, este era maioritariamente dirigido ao público feminino com a intenção de influenciar efetivamente as mulheres a tornarem-se “melhores”, no sentido de se autorrealizarem. Ao publicar a revista *O, The Oprah Magazine*, almejava de certa forma ajudar as mulheres a verem-se de uma forma mais positiva, tanto interior como exteriormente. Quando fundou a *Oprah Winfrey Leadership Academy for Girls*, na África do Sul, tinha como objetivo educar e dar oportunidades a raparigas desfavorecidas economicamente, mas que demonstrassem excelência a nível de estudos.

Em todos estes atos, pode observar-se uma conotação feminista *de facto*. Há uma preocupação evidente na voz e nas ações de Oprah – a de permitir a aquisição pelas mulheres do devido reconhecimento pelos seus feitos assim como da igualdade de oportunidades. No entanto, nas referências que faz às mulheres, há algo de mais profundo ainda – o seu legado de mulher afro-americana, tal como sugerido por Rexcoat: “Oprah is extraordinarily committed to the advancement of women in society, but she seems even more acutely aware of her responsibility toward continuing the legacy of black women.” (Rexcoat, 2010, p. 25) Dada esta ligação entre género e raça - mulher afro-americana, torna-se difícil separar a sua posição pois encontram-se constantemente implícitas uma na outra, nos discursos e nos atos. No entanto, tal como ela própria referiu:

The fact that I was created a black woman in this lifetime, everything in my life is built around honoring that. I feel a sense of reverence to that. I hold it sacred. And so I am

always asking the question, ‘What do I owe in service having been created a black woman?’ (in Adler, 1997, p. 75)

Oprah sente acima de tudo que, nesta vida, tem um dever para com as mulheres afro-americanas, honrar a sua cultura e o facto de ser mulher, acrescentando ainda: “You can be born poor and black and female and make it to the top.” (idem, p. 278) Esta é a sua mensagem transmitida através de diversos meios, de forma a consciencializar as mulheres (afro-americanas e não só) de que irão conseguir, assim como ela conseguiu. No entanto, para alcançar a igualdade de direitos e oportunidades não é necessário assumir-se como feminista associada a qualquer tipo de ativismo político. Oprah nunca o quis fazer e podemos especificar duas razões principais: simplesmente porque nunca achou necessário fazê-lo e essencialmente por não concordar e não se identificar com algumas formas de luta e ações mais agressivas de determinados movimentos feministas. Por outro lado ainda, porque o seu objetivo principal é promover a autoconfiança e a autorrealização das mulheres, de uma forma geral. Assim, Oprah consegue ser fiel ao seu *slogan* “I’m every woman” sem fazer qualquer tipo de distinção, que de alguma forma possa dividir o seu público, pois a tomada de uma posição pública em televisão sobre um tema tão melindroso como este iria gerar controvérsia e ter o efeito contrário ao desejado, ou seja, da união e partilha existente no seio de um público feminino. Se Oprah pretendia ser o espelho no qual as mulheres americanas se revissem, seria difícil tomar uma posição “política” em relação ao feminismo, pois nem todas as mulheres se iriam rever naquela imagem. Assim, ao não entrar em questões de “políticas” e ativismos”, Oprah estaria também a salvaguardar a relação com o seu público, reforçando a ideia do estatuto de qualquer mulher – “I’m every woman”. No entanto, é óbvio que o facto de Oprah se considerar a “amiga” do seu público, de partilhar as mesmas alegrias e tristezas assim como as mesmas aspirações e objetivos de vida coloca-nos perante uma contradição, no sentido em que, por mais que Oprah se esforce, as mulheres, o seu público primordial, sabem

que não podem ser Oprah ou a personalidade mediática e milionária que ela é. Contudo, a amizade, a solidariedade, o companheirismo e o carinho transmitido por Oprah basta-lhes para esquecerem essa grande diferença, que comparada com o que ela lhes oferece é muito pequena.

Oprah tem consciência deste impacto e da influência exercida, tal como referido em Adler: “It’s a powerful medium [television] ... I think a politician would want to be me. If you really want to change people’s lives, have an hour platform every day to go into their homes and say what you want to say.” (*idem*, pp. 246-247) Esta citação remete-nos para o poder (e também o feminismo) *de facto* pois coloca Oprah num lugar de influência por poucos alcançado. Aquilo que é promovido no seu *talk show*, sejam produtos ou simplesmente ideias, alcança o público, parecendo este assumir, muitas vezes, o papel de “objeto” subordinado a uma “ideologia” – a de Oprah – no qual ela representa um papel – o papel pessoal de Oprah Winfrey, ela própria.

CAPÍTULO 4 –
THE OPRAH WINFREY SHOW

When your life is on course with its purpose, you are your most powerful.

Oprah Winfrey

4.1 A arte de comunicar

Ao analisar um objeto televisivo, neste caso, Oprah Winfrey e o seu *talk show*, há que ter em consideração alguns conceitos ligados à atividade a examinar. Impõe-se desde logo abordar o conceito de comunicação, visto esta ser um dos pontos fulcrais deste estudo. Quanto à sua etimologia, a palavra deriva do latim *communicare*, que significa partilhar algo. A comunicação é um fenómeno inerente à relação que os seres vivos mantêm quando se encontram em grupo, através do qual as pessoas partilham ideias, notícias, informações sobre o seu meio, sentimentos ou emoções. O processo comunicativo implica a emissão de sinais que podem ser sons, gestos, entre outros, com a intenção de transmitir uma mensagem. Para que a comunicação seja bem-sucedida, o recetor deve ser capaz de descodificar a mensagem que lhe é dirigida e de a interpretar. O processo inverte-se no momento em que o recetor responde e passa a ser este o emissor, passando, por sua vez, o emissor original a ser o recetor do ato comunicativo.

No caso dos seres humanos, a comunicação é sobretudo um ato próprio da atividade mental, que deriva do pensamento, da linguagem e do desenvolvimento das capacidades psicossociais de relação. A troca de mensagens, que pode ser verbal ou não verbal, permite ao indivíduo influenciar os outros e ser influenciado.

Entre os elementos que se podem distinguir no processo comunicativo, encontra-se o código, o conjunto de signos usado na transmissão e receção da mensagem, o canal, o meio pelo qual circula a mensagem, o emissor, aquele que emite a mensagem, e o recetor, aquele a quem é dirigida a mensagem. A comunicação pode ainda ser afetada pelo ruído, uma perturbação que dificulta o normal desenvolvimento do sinal durante o processo. Também se considera ruído na comunicação quando os intervenientes no processo, mesmo dominando os mesmos códigos linguísticos, interpretam as situações de forma diferente (frequentemente por causa de

diferentes valores) dando origem a falhas de comunicação (vulgarmente referidos como mal-entendidos). A consideração de todos estes aspetos e o modo como se articulam dá origem a várias definições, implicando as variações específicas de cada modelo de comunicação.

Assim, Fiske (1990), problematizando a natureza dos estudos de comunicação que para si não se tratam de uma disciplina, mas sim de uma área de estudo multi-disciplinar, afirma o seguinte: “Communication is talking to one another, it is television, it is spreading information, it is our hair style, it is literary criticism: the list is endless.” (1990, p. 1). As questões colocadas por este autor são efetivamente pertinentes:

Can we properly apply the term ‘a subject of study’ to something as diverse and multi-faceted as human Communication actually is? Is there any hope of linking the study of, say, facial expression with literary criticism? Is it even an exercise worth attempting? (Fiske, 1990, p.1)

E, naturalmente, que o autor responderá afirmativamente ao seu próprio desafio, recuperando as bases do ato comunicativo acima referidas para chegar a uma definição de grande abrangência:

I assume that communication is amenable to study, but that we need a number of disciplinary approaches to be able to study it comprehensively. I assume that all communication involves signs and codes. Signs are artefacts that refer to something other than themselves; that is, they are signifying constructs. Codes are the systems into which signs are organized and which determine how signs may be related to each other. I assume, too, that these signs and codes are transmitted or made available to others: and that transmitting or receiving signs/codes/communication is the practice of social relationships. I assume that communication is central to the life of our culture: without it culture of any kind must die. Consequently the study of communication involves the study of culture with which it is integrated. Underlying these assumptions is a general definition of communication as ‘social interaction through messages.’ (Fiske, 1999, p. 1-2)

Neste estudo, apoiei-me essencialmente nas assunções deste mesmo autor, visto serem tantas e tão discutíveis as propostas de conceitos e definições no que concerne a comunicação.

Contudo, julgo ser pertinente apresentar também a definição de Berlo (1960) que expande o modelo *Shannon-Weaver*, desenvolvido por estes dois investigadores em finais dos anos quarenta e já previamente mencionado. Assim, Berlo considera a propósito da forma como as pessoas comunicam o seguinte:

Essentially, it is concerned with the scope and purpose of communication, the factors involved in the process, and the role of language in human behavior. It is about people's behaviors and the relationships between the talker and the listener, the writer and the reader, the performer and the audience. It explores the complex nature of the communication process. It identifies and describes factors affecting communication and its results. (Berlo, 1960, p. v)

Por sua vez, McLuhan, um dos principais e mais conhecidos teóricos neste domínio, ficou conhecido por augurar a existência do que viria a ser a internet quase trinta anos antes de ser inventada, vindo a cunhar o termo *Global Village*, assim como pela sua máxima *The medium is the message*. McLuhan foi realmente um pioneiro no estudo filosófico das transformações sociais provocadas pela revolução tecnológica e das telecomunicações.

In a culture like ours, long accustomed to splitting and dividing all things as a means of control, it is sometimes a bit of a shock to be reminded that, in operational and practical fact, the medium is the message. This is merely to say that the personal and social consequences of any medium – that is, of any extension of ourselves – result from the new scale that is introduced into our affairs by each extension of ourselves, or by any new technology." (McLuhan, 1964, p. 7)

Um dos mais criativos seguidores de McLuhan, Kerckhove, aprofunda algumas das suas principais teorias mas também apresenta novas ideias. Em determinados casos, destaca-se mesmo a sua capacidade de reinventar a herança deixada por McLuhan. A análise que este teórico faz da televisão é relevante por considerar que “a caixa que mudou o mundo” se oferece como oportunidade de projeção do inconsciente emocional, sendo um meio capaz de analisar e até de controlar o corpo social, estando, no entanto, também sujeito às várias mudanças que ocorrem na sociedade. Kerckhove, ao contrário de McLuhan, não se assume

como um entusiasta da globalização e nas suas investigações analisa os efeitos que esta poderá ter nas estruturas sociais, considerando os meios de comunicação como extensões do ser humano, tal como havia dito McLuhan, mas destacando que este faz parte da máquina social. Os seus estudos abordam várias questões relacionadas com as ciências da comunicação e com as novas tecnologias tendo em conta a contextualização dos média, destacando a internet e a sua constante inovação. Kerckhove apresenta-nos conceitos como instantaneidade, velocidade e aldeia global e defende que o grande problema da realidade é o facto de esta ser demasiada e em constante mutação, algo de que nos apercebemos melhor sempre que nos tentamos aproximar dela. (Kerckhove, 1997)

O século XXI vive atualmente um paradoxo pois a comunicação nunca teve tantas ferramentas técnicas, como a rádio, a televisão e principalmente a internet, à sua disposição, mas esta facilidade acrescida tem redundado não apenas numa profusão tendencialmente indiferenciada de mensagens, como num maior distanciamento entre as pessoas que se apegam mais às ferramentas que ao ato de comunicar em si. Os estudos sobre o assunto falam efetivamente de toda esta evolução digital. Mas a interação humana vai para além disso. Comunicamos todos os dias uns com os outros. É neste momento que começa o desafio da comunicação humana, que é muito mais complexa do que a comunicação através dos meios técnicos. A comunicação é também forma de se abordar as diferenças, diferenças pessoais, de conviver em sociedade, e por isso é que é uma questão, antes de tudo, humana e, não apenas técnica. A informação torna-se mais simples neste contexto, porque é essencialmente uma mensagem; a comunicação torna-se muito mais complicada porque implica a relação, o “outro”. O pensamento mundial dominante almeja apenas multiplicar as redes sociais e digitais, enviar cada vez mais informação, mas isso não resolve os obstáculos da comunicação. A técnica está realmente muito evoluída e é por isso que o mundo está hoje tão aberto e interativo. A rapidez e facilidade de proliferação de informação geraram novos

desafios e levantaram novas problemáticas à questão da circulação da informação e gestão da comunicação. O desafio político da comunicação no século XXI é efetivamente fazer a gestão das diferenças humanas.

A internet permite, sem dúvida, o contacto entre indivíduos que estão distantes geograficamente, e permite que este se estabeleça de forma quase instantânea devido à velocidade das redes. Trata-se de um meio de comunicação comunitário e segmentado, que não resolve a questão da complexidade e diferença em comunicação, pois estas pessoas já têm interesses em comum. Os meios de comunicação de massa continuam com a sua função de juntar biliões de pessoas com interesses diversos. No entanto trata-se de um desafio que a internet ainda não conseguiu alcançar, pois falamos de veículos generalistas, onde se criam grupos heterogéneos, comunidades distintas.

Wolton (1997), um dos especialistas em comunicação, foca-se numa questão pertinente: Como é que a comunicação faz a mediação de conflitos e possibilita a convivência? Wolton considera a comunicação como situando-se numa dupla conjuntura entre as dimensões normativa e funcional, ligadas pelas tecnologias de comunicação e de informação, sublinhando a hipótese de esta poder constituir-se como produtora de formas sociais na cibercultura e a dificuldade de tal acontecer³⁴:

A comunicação é um dos símbolos mais brilhantes do século XX; o seu ideal, aproximar os homens, os valores, as culturas, compensa os horrores e as barbaridades da nossa época. Ela é também uma das frágeis conquistas do movimento de emancipação e os seus progressos acompanharam os combates pela liberdade, pelos direitos do Homem e pela democracia. De onde vem então esse sentimento de mal-estar que acompanha aquilo que

³⁴ Assumindo o termo cibercultura vários significados possíveis, poderá definir-se como uma nova forma sociocultural que surge da ligação entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias, e que encontra no ciberespaço o seu habitat natural. Trata-se também de uma área de estudo sobre as várias formas sociais associadas à internet e a outras formas de comunicação, não descurando questões relacionadas com a identidade, privacidade e pós-humanismo.

deveria constituir um orgulho legítimo, um dos avanços mais tangíveis deste século, noutros aspetos tão duvidoso? Vem, sem dúvida, do facto de haver de tudo e demasiado, na comunicação. É certo que as possibilidades de intercâmbio são decuplicadas, à medida de uma liberdade individual sem limites, mas realizam-se por intermédio de indústrias “culturais” cujo poder financeiro e económico se opõe muitas vezes a qualquer ideia de cultura e de comunicação. (Wolton, 1997, p. 14)

Dadas as potencialidades, mas também as limitações e os obstáculos acima assinalados, importa colocar uma questão quando dirigimos a nossa atenção sobre o objeto central deste estudo. Mas o que é que Oprah terá de tão diferente que ultrapasse as dificuldades sugeridas por vários mestres da comunicação? O que é que acontece quando Oprah começa a falar? De acordo com um artigo do *Washington Post*, de 13/05/2007, uma resposta foi sugerida através da opinião de uma especialista sobre o assunto:

What exactly is that thing that happens when Oprah Winfrey gets up and starts talking? How does she do that? The talk-show queen, who gave the commencement address at Howard University yesterday, has an almost preternatural ability to dazzle audiences. The speech was inspirational, of course (be strong, believe in yourself, etc.) but became a ‘transporting experience’ through Oprah’s performance and demeanor, according to Karen Bradley, a professor of dance at the University of Maryland and an expert on nonverbal communication. Okay, but what’s the trick? We asked Bradley to demystify it for us: Oprah’s body movements and voice reinforce her words, a consistency that helps her seem ‘entirely authentic.’ (Example: While referring to ‘blessings,’ she held up one hand, palm facing the audience, as if to bestow a benediction on the crowd.) Bradley calls her ‘completely embodied -- what someone is feeling internally is congruent with what they’re expressing. That’s what we call presence or charisma.’ She’s engaged, not sneaking glances at her watch. Oprah sang along to every song and spoke to fellow participants onstage. ‘This is someone who knows she’s always being watched,’ says Bradley. ‘She’s always absorbing and always expressing something. The impression I get from her is that she’s showing us how to be in the world.’ Oprah cried when she received her honorary doctorate, then -- instead of being embarrassed -- turned toward the audience of 30,000. ‘There was a sense that this was her family, everyone there was family. I was crying, too. . . . She used her emotions to feed her message.’ On a scale of 1 to 10, Bradley rates her ‘a 12’ as a communicator. ‘She’s better than Bill Clinton, better than Ronald Reagan, has more range

than Martin Luther King.' So if Oprah wanted to run for president? 'She could win.'
(Argetsinger & Roberts, 2007, s/p)

Existem outros fatores, identificados por Perloff (2010), que podem também contribuir para a eficácia de Oprah enquanto comunicadora, nomeadamente ao nível da persuasão. Especificamente, refiro-me à credibilidade e à atratividade social.

No que diz respeito à credibilidade, o autor aponta três aspetos cruciais: "expertise"; "trustworthiness"; "goodwill". Oprah apresenta sobretudo aspetos relacionados com a confiança e com a preocupação com o outro. No primeiro caso (confiança), Perloff lembra que: "A speaker may lack expertise, but can be seen as an individual of integrity and character." (2010, p.167) e no segundo caso (preocupação com o outro) refere: "communicators who show us they care can gain our trust and inspire us. Goodwill is an element of charisma" (2010, p. 168). Neste contexto, poderá também ser enquadrada a abordagem empírico-experimental ou até a teoria da persuasão (as referidas no enquadramento teórico deste estudo) na medida em que os fatores associados à mensagem apontam sempre a credibilidade do comunicador como um dos elementos que contribui para uma maior e mais eficaz capacidade persuasiva das mensagens.

Relativamente à atratividade social, Perloff explica que "[...] socially attractive communicators - those who are likable, similar to messages recipients, and physically appealing - can also induce attitude change." (2010, p. 174). Oprah terá usado esta sua característica para influenciar, pela positiva, assumindo o seu poder comunicativo em prol de causas tais como questões de género, alimentação saudável, entre muitas outras.

4.1.1 Oprah – Mais do que as palavras

One of the most wonderful things in nature, where all is wonderful, is the glance, or meeting of the eyes; this speedy and perfect communication which transcends speech and action also and it is in the greatest part not subject to the control of the will. It is the bodily symbol of identity of nature. Here is the whole miracle of our being, made sensible, – the radical unity, the superficial diversity. (Emerson, 1964, p. 283)

Já R. W. Emerson, há mais de século e meio, se maravilhava com o muito que era possível transmitir por meios que vão para além das palavras e da ação. E também da relação entre o olhar e aquilo a que Emerson chama alma e que se poderá talvez referir como genuína humanidade, algo não totalmente controlado pela mente racional. Daí eu achar pertinente iniciar esta sub-secção com uma citação que ilustra precisamente aquilo que Oprah fez durante os anos em que esteve responsável por um *talk show* transmitido tanto a nível nacional como internacional, mostrando saber bem o modo como uma mensagem deveria ser comunicada ao público de modo a conseguir a adesão deste.

No âmbito da comunicação cabe-nos, então, diferenciar a verbal e a não-verbal, sabendo que as duas estão obviamente interligadas, tal como sublinhado por Kendon:

It is common observation that, when a person speaks, muscular systems besides those of the lips, tongue, and jaws often become active. Gesticulation is organized as part of the same overall unit of action by which speech is organized [...] Gesture and speech are available as two separate models of representation and are coordinated because both are being guided by the same overall aim. That aim is to produce a pattern of action that will accomplish the representation of a meaning. (Kendon, 1983, p. 17-20)

Assim, a comunicação não-verbal, sendo uma componente da comunicação, engloba os movimentos corporais, as expressões faciais, a forma como falamos, como demonstramos as nossas emoções, como nos vestimos, aquilo a que damos preferência, os nossos comportamentos conscientes e inconscientes. Havendo elementos observáveis, tal como acontece num espaço físico onde encontramos objetos decorativos, iluminação, cores, haverá

sempre comunicação, sendo essa uma das vertentes da comunicação não-verbal: “You can’t ‘not communicate’ with others. Without saying a word, you reveal your feelings and attitudes.” (McKay, Davis, Fanning, 1995, p. 59)

Por outro lado, há que ter em conta as qualidades intangíveis do ser humano tais como a atitude, a confiança, o carisma, a empatia, a capacidade de liderança, entre muitas outras que poderíamos aqui enumerar. Todos estes aspetos e particularidades não-verbais ampliam as palavras e as ações de forma incalculável, sendo universais a toda a humanidade, ainda que o significado de cada um possa não ser o mesmo em cada local ou cultura e a sua influência não seja necessariamente explícita. Estas considerações remetem para a existência de uma inteligência não-verbal intrínseca ao ser humano, característica essa que intervém no sucesso profissional, independentemente da área a ser considerada.

O mundo está constantemente a comunicar connosco através dos sentidos, enviando uma sucessão contínua de impressões que estamos constantemente a interpretar, mesmo sem nos apercebermos de tal. Consequentemente, as nossas decisões irão resultar também dos estímulos constantes à nossa perceção inconsciente residual, uma perceção omnipresente nas vidas de cada um, que ultrapassa a lógica, funcionando indiretamente e interferindo nas nossas perceções.

Todo o ser humano tem a capacidade de ler o corpo à medida que ele “fala”, seja por movimento e gestos mais expressivos, seja através da simples inclinação da cabeça. Ao observarmos a aparência das pessoas, estamos a julgar e a tomar decisões com base naquilo que vemos.

O ser humano tem ainda uma predileção por modelos pré-definidos de, por exemplo, estética e beleza, sendo esse um aspeto comum a todas as culturas, considerado aliás uma necessidade evolucionária. (Cf. Navarro, 2011) A mera presença física de cada ser humano causa impacto,

seja pela altura da pessoa, pela sua juventude ou harmonia estética, havendo uma afinidade biológica que, podendo não ser um aspeto que se considere socialmente justo, é afinal bem próprio do humano.

Cabe aqui fazer referência à expressão “marca pessoal” ou, como é conhecida no meio da comunicação empresarial, *personal branding*. Esta remete para uma ferramenta usada para a promoção pessoal tendo como propósito alcançar-se o sucesso. Insere-se numa estratégia utilizada para vender a imagem de alguém e influenciar a forma como as outras pessoas olham para quem dela usufrui. Em linguagem simplista, é fazer os outros falarem sobre alguém. Graça Rosado (2010) relaciona o fenómeno com as teorias da liderança carismática e transformacional (Shamir et al, 1993), estabelecendo uma ligação sólida com a emergência dos média sociais. O *personal branding* é hoje usado de muitas formas diferentes, aplicando-se a campos tão diversos como o do *coaching* e do desporto (lembremo-nos das biografias de Ferguson e de Mourinho, por exemplo), ou da gestão (tal como se pode ver com as biografias de Bill Gates e Steve Jobs), entre muitos outros campos de que não deve sequer excluir-se o mundo da política partidária.

Oprah, ela própria construindo-se como marca através das várias plataformas comunitárias e humanitárias de que foi fazendo uso, tornou-se rainha deste conceito – *personal branding* –, sendo a sua pessoa enquanto marca normalmente associada a celebridades, caridade, educação e também ao lançamento de produtos de consumo (e até de pessoas) os mais variados e todos eles de grande sucesso, tal como se pode comprovar na seguinte apreciação:

Along the way, via her show she has sold everything from books (Oprah’s Book Club) to Spanx, to Sprinkles cupcakes. She consistently had “favorite things” shows where vendors donated their products in return for her genuine endorsements. It is estimated that when Oprah tweeted live on the air, US web traffic shares by Twitter increased by 24%. When Oprah offered free grilled KFC chicken, there were 10.2 million coupons downloaded for free KFC. When she featured Spanx on air, the company sold 50,000 pairs of their product

in three months. [...] As any great personal brand expert/marketer would do, she has expanded her reach constantly- from magazines (O Mag) to education. She has also stayed relevant by launching the careers of other experts who she liked- Dr. Oz, Nate Berkus and Dr. Phil, to name a few. She has moved on now to the cable industry and we'll see how her OWN Network does. (Goshtasbi, 2011, s/p)

Será, assim, necessário problematizar a forma como a marca "Oprah" pode ser vista no âmbito do *personal branding*, discutindo duas perspectivas que são complementares. Se, por um lado, Oprah explorou técnicas de *branding* mais ortodoxas, criando uma relação de marca sólida com audiências e anunciantes, Oprah - enquanto líder carismática - antecipou dimensões que hoje estão muito ligadas ao sucesso de estratégias de comunicação online e que irei elencar mais adiante.

A expressão *personal branding* aparece com a conotação que conhecemos hoje, pela primeira vez, num artigo de Tom Peters, publicado em 1997 na revista de gestão *Fast Company* intitulado "The Brand Called You". De acordo com o autor, cada pessoa deveria adotar para o seu posicionamento, sobretudo profissional, os princípios de gestão de marca que as grandes organizações usam para se posicionarem no mercado. Criar uma marca pessoal não seria um fenómeno de vaidade, mas sim uma necessidade de gestão e uma estratégia inteligente. Isto porque, mesmo que não seja definida e, por conseguinte, controlada, pelo indivíduo, cada pessoa acaba por ter uma marca pessoal mais ou menos marcante e será sempre posicionada pelos outros num universo definido por um conjunto de referentes.

Peter Montoya (2002) virá a aprofundar a ideia de marca pessoal e a discutir o fenómeno Oprah Winfrey, entre outros, apresentando oito leis que julgo serem relacionáveis com a vertente em discussão neste estudo, passando assim a enumerá-las:

1. Especialização. Importa reconhecer uma atividade central e manter uma marca a ela associada, mantendo, por conseguinte, a simplicidade da mensagem. No caso de Oprah, a

especialização e a diferenciação são feitas pela excelência, uma visão positiva e ambiciosa do eu, assim como pela ligação a projetos filantrópicos. Numa época marcada pelos grandes *talk-shows* de entretenimento focados no extraordinário e na diferenciação negativa (Gerardo Rivera, Jerry Springer, entre outros), Oprah usa a sua diferença - ser mulher e ser negra - como pilares para a sua comunicação, positiva, empática, consistente com a afirmação da capacidade de se ultrapassarem obstáculos.

2. Liderança. À semelhança de outros líderes carismáticos como Steve Jobs, Oprah conta uma história de vida que consubstancia a sua visão. Da mesma forma que uma empresa adota para si e divulga uma narrativa própria, Oprah conta a sua história de vida, salientando a importância do trabalho e da ética nas suas decisões. Ela representa as mulheres, os negros norte-americanos e, também, as vítimas e os excluídos.

3. Diferenciação. Ao manter a simplicidade na mensagem e alimentar uma narrativa pessoal, que consegue ser simultaneamente forte e empática, Oprah distingue-se claramente da concorrência. É única. É excepcional. E, no entanto, não deixa de representar cada mulher naquilo que lhe é mais íntimo e mais próximo das suas aspirações.

4. Consistência. Tem uma relação direta com a diferenciação e com uma atitude proactiva perante a carreira e o mercado. A mensagem da Oprah é positiva, faz eco das aspirações e preocupações das mulheres no mundo todo. E é, claramente, diferente, no sentido em que não foca a sua atenção em aspetos como o papel da mulher para com a família ou o marido, mas sim naquilo que a define e que a torne feliz. É uma mudança de perspectiva que não se centra no sacrifício pessoal, mas na capacidade da realização pessoal.

5. Personalidade. Todas estas dimensões se relacionam com a personalidade de Oprah, que incorpora e dá tangibilidade aos valores que defende. Abre a porta ao companheiro e aos

amigos, convertendo os espectadores em pessoas próximas, tudo isto muito antes do advento dos média sociais.

6. Unidade. Esta lei articula-se com as outras e tem uma relação direta com os grandes desafios que as próprias empresas enfrentam. Aqui está em causa a coerência entre a vida interna, ou pessoal, neste caso, e a imagem pública. Note-se que o equilíbrio delicado estabelecido com amigos e familiares numa casa aberta é muito difícil de manter de forma persistente e pode ser perturbado pelo alimentar de discussões privadas no espaço público (como aconteceu recentemente com a madrasta) pondo em questão a manutenção dos valores apregoados.

7. Visibilidade. Reforçada pela omnipresença da marca na televisão, na comunicação impressa, na rádio e outra atividade.

8. Produtividade. Esta lei estabelece, novamente, uma ligação direta com a atividade empresarial mais convencional. Uma marca que não vende, que não produz, é inútil. No caso de Oprah, a ética de trabalho e a multiplicação de projetos reforça esta dimensão.

Com efeito, como acima explicitado, todas as leis de Montoya são relevantes para a apreciação do caso vertente. Acresce que, para a sedimentação de uma marca, é preciso existir um ciclo de vida que demonstre a sua coerência e, em simultâneo, permita que o número dos que atrai cresça. A marca Oprah capitalizou sobretudo num segmento que viveu do seu *talk-show* ao longo de meio século e que hoje está a envelhecer – o das mulheres com mais de trinta anos. Do ponto de vista do consumo, são um grupo muito interessante, porque são as principais responsáveis pelo consumo do seu lar. Como confiam em Oprah, são recetivas a fenómenos de *endorsement*, ou seja, de apoio explícito a um determinado produto, e reproduzem a sua mensagem nos média sociais.

Sendo mais velha que o seu segmento de público mais fiel, Oprah pode ainda capitalizar no fator tempo para controlar o declínio da sua marca e manter a credibilidade das suas recomendações. Da mesma forma que soube capitalizar nos fatores de género e de etnicidade num primeiro momento, e pôr em questão a imagem física e identidade pessoal na sua luta com as dietas, Oprah saberá por certo usar o envelhecimento como parte de uma fascinante narrativa pessoal e um fator de poder na sua comunicação.

Importa focar ainda um outro ponto: o facto de Oprah ter antecipado muitas técnicas de média sociais na sua comunicação. Usando o trabalho de Mangold (2009), será de referir nove métodos usados na gestão dos média sociais:

1. Disponibilizar plataformas de *networking*, através da organização de eventos e criação de grupos de discussão (como o *Oprah's Book Club*).
2. Utilizar a comunicação *online* e impressa (ex: revista) para criar comunidades de consumidores.
3. Vender um produto ou serviço através de uma ideia ou de um valor intangível. O estímulo relaciona-se diretamente com a imagem pessoal e com a ideia de "eu mereço", muito presente nos média sociais.
4. Disponibilização de informação através do *blog* e da revista, reforçando a mensagem televisiva, permitindo o aprofundamento de informação.
5. Ser chocante. O inesperado e o improvável estimulam a conversa e, por isso, a reprodução da mensagem.
6. Exclusividade. Não só o objetivo de se chegar a ser um convidado (da Oprah, neste caso), como o reverso (ser Oprah a convidada de um outro programa), o facto de se partilhar

produtos exclusivos, criar oportunidades para os consumidores, através de ações concertadas com os parceiros (tudo isto totalmente adequado ao que sucedia com o programa de Oprah).

Tanto as leis de Montoya como os métodos elencados por Mangold parecem ter sido pensados para descrever e explicar o fenómeno comunicativo que foi Oprah Winfrey e a sua criação de uma marca pessoal como simplesmente Oprah. Isto leva-me a tirar daí a seguinte ilação: o facto de ela ter evoluído como evoluiu, num mercado com características completamente diferentes das atuais, serviu realmente para demonstrar até que ponto foi pioneira nas técnicas que hoje fundamentam o marketing social e o *personal branding*.

Aquilo que é considerado a verdade de uma marca, um verdadeiro mantra dos gestores, encontra aqui fundamento, graças à sua correspondência com as leis definidas por Montoya. Ao dar espaço à comunicação pessoal e às pessoas, enquanto líder de um império de consumo, Oprah conseguiu reforçar aquilo que há de mais humano em cada um dos membros do seu público, de nós. E cada qual, mesmo no caso mais recente do escândalo de Lance Armstrong e da sua entrevista, por exemplo, se relaciona com esta dimensão, tão procurada pelas marcas.

Seja-me permitido aqui fazer uma digressão para apresentar um exemplo semelhante de um caso português mediático, à devida escala do nosso país. Cristina Ferreira é uma mulher de trinta e sete anos, apresentadora de televisão, oriunda de uma família de classe média baixa da zona da Malveira. Concluiu uma Licenciatura em História, foi professora do Ensino Secundário e tirou outro curso superior em Ciências da Comunicação. Foi durante este curso que resolveu tirar um curso específico de Apresentação de Televisão, durante o qual teve contacto com vários professores, figuras mediáticas do panorama televisivo nacional. Lançou-se na televisão com os diretos do *reality show Big Brother*, passando de seguida, em 2004, para o *talk show* da manhã, *Você na TV*, líder de audiências conduzido até então somente por

Manuel Luís Goucha. Criou-se uma dupla de apresentadores com bastante impacto no público, o qual se mantém até aos dias de hoje. Ainda partilharam a apresentação do programa *A tua cara não me é estranha*. Cristina Ferreira foi eleita em 2011 e 2012 a Melhor Apresentadora de Televisão. Mais tarde, tomou a dianteira a solo do programa *Dança com as estrelas*, ainda hoje transmitido, também com grande sucesso a nível de audiências, e foi também nomeada Diretora de Conteúdos Não Informativos da TVI. No campo pessoal e empreendedor, Cristina Ferreira continuou a marcar espaço em várias áreas nomeadamente: através da recente publicação da sua revista mensal intitulada *Cristina*; com o seu blogue *Daily Cristina*, criado em 2013, no qual partilha momentos do seu dia quer pessoal quer profissional; com a publicação de um livro de receitas intitulado *Deliciosa Cristina*, também publicado em 2013; com a loja de roupa na Malveira, da qual é proprietária, chamada *Casiraghi Forever*; com uma parceria, em 2014, com a marca de sapatos americana Hush Puppies, que a convidou a desenvolver a sua própria linha de calçado; com o lançamento de um perfume com o seu nome, designado por *Meu*, no mesmo ano, a convite da empresa de venda directa *LR Healthy and Beauty*.

Esta breve descrição de uma das caras mais conhecidas de Portugal a nível televisivo permite, assim o penso, fazer um breve paralelismo com Oprah, quer a nível de reconhecimento profissional de alguém que ascendeu a um nível bastante elevado no mundo da televisão pelas suas próprias capacidades e vontade de vencer, quer a nível de empreendedorismo, pela criação de diversos produtos (se assim lhes podemos chamar) com a sua própria marca *Cristina*. Estamos, obviamente, perante um universo bastante menor e muito diferente do americano, mas que de alguma forma nos permite encontrar alguns paralelismos.

Regressando à questão do que arrisquei chamar a arte de comunicar, verifica-se que a forma como se pensa e o modo mais ou menos eficiente como se comunica o que se pensa são

aspectos que também podem alterar a imagem que os outros criam de cada um de nós. Há realmente uma correlação entre a palavra falada e a comunicação não-verbal, tendo a ver não tanto com o que se diz, mas sim com a forma como se diz. Sendo o discurso constituído por palavras, também outras características – paralinguísticas - assumem um papel fundamental, nomeadamente a atitude, a inflexão, o volume, a velocidade, a cadência, a ênfase, as hesitações e pausas, e até mesmo o momento em que se fala ou se está em silêncio.

Assim, a par da questão de *branding* pessoal, todos os aspectos relativos à comunicação não-verbal são importantes quando se analisa uma apresentadora televisiva como Oprah Winfrey. Com efeito, ela é detentora de uma capacidade de interação cuja grande qualidade é o ser tranquilizadora para quem a ouve e vê o modo como fala, com intenção e atenção. Para tal, ela socorre-se de dois fatores essenciais que lhe permitem compreender o seu público: a capacidade de sentir empatia (ou pelo menos de manifestar que a sente) e o facto de ser uma boa ouvinte.

Tudo isto tem também um papel fundamental no seu desempenho, concretamente, por exemplo, na condução das entrevistas que faz aos seus convidados. Oprah utiliza uma técnica descrita como terapêutica, simples e poderosa, que permite estabelecer rapidamente uma ligação com alguém. Refiro-me ao espelhamento verbal, tal como apelidado por Carl Rogers nos seus estudos sobre a “abordagem centrada na pessoa”³⁵. Assistimos, aqui, à recolha de informação em torno da psique de uma pessoa e que vai construindo uma relação mais eficaz. Há, por parte do terapeuta (ou entrevistador, neste caso), uma utilização propositada da linguagem da outra pessoa, pois ao fazê-lo, espelha o que lhe vai na mente, criando-se uma correspondência linguística e psicológica, que potencia uma total sintonia entre ele próprio e o

³⁵ Carl Rogers (1902-1987) foi um psicólogo norte-americano que investigou o espelhamento/reflexão verbal e a abordagem centrada na pessoa, tendo publicado, entre outros estudos: “On Becoming a Person: A Therapist’s View of Psychotherapy” (1961); “On Personal Power” (1977); “A Way of Being” (1980)

convidado. Criando-se empatia, a outra pessoa sente-se inconscientemente compreendida a um nível mais profundo e tende a ser mais receptiva às questões colocadas. De forma a tornar as pessoas mais confortáveis e a obter resultados positivos deve também estabelecer-se uma correlação entre etiqueta e boas comunicações não-verbais, no sentido em que ambas lidam consequentemente com comportamentos. Rogers frisa ainda que a etiqueta é a arte de colocar as pessoas em posições confortáveis. É importante estar atento ao que se passa à nossa volta, ter uma perceção situacional, ao mesmo tempo que se tem em consideração a forma como as nossas ações afetam os outros.

Com efeito, tal como Navarro afirma, “As comunicações não-verbais atingem amplamente as nossas vidas. As [...] comunicações não-verbais formam uma impressão agressiva daquilo que [se] representa.” (2011, p. 39) Quem reconhecer este facto terá acesso a um poderoso nível de influência, pois as nossas relações para com o mundo que nos rodeia são essencialmente binárias, da mesma forma que o nosso cérebro é binário no que diz respeito a proteger a nossa sobrevivência. A forma como nos sentimos é refletida, momento a momento, nos nossos comportamentos instantaneamente. É pois o nosso sistema límbico que impulsiona a nossa resposta de sobrevivência:

Desde que nascemos, as nossas interações com os outros treinam as respostas químicas e elétricas do nosso cérebro, o que por sua vez afeta as nossas emoções e os nossos comportamentos num sofisticado circuito de feedback que modela literalmente quem nos tornamos. (Navarro, 2011, p. 52)

Sem dúvida que a sintonia estimula e indica harmonia social, sendo que o espelhamento, ou melhor, a comunicação empática, é talvez a mais poderosa demonstração de conforto interpessoal. E, apesar das nossas preferências culturais também nos modelarem, não se sobrepõem realmente às nossas respostas límbicas, pois estas são tendencialmente universais, tendo, no entanto, de ser compreendidas dentro do seu contexto cultural.

A ênfase, considerada uma forma de pontuação não-verbal, acrescenta emoção às mensagens, tornando-as assim memoráveis, havendo comportamentos que desafiam até a gravidade (como por exemplo levantar os braços, havendo uma comunicação não verbal ascendente oposta à força da gravidade). Para além da ênfase, também a háptica, ou seja, a ciência que estuda a forma como tocamos nas coisas e nas pessoas assim como as sensações que perduram em nós, assume que a dimensão táctil tem um papel de extrema importância, pois quanto mais toque houver mais empática se torna a comunicação. Podemos também aqui conciliar as sugestões de intenção, que muitas vezes são reveladas antes de verbalizadas, assim como a cinética, o estudo do movimento do corpo, em particular de mãos e pés.

Microgestos ou microexpressões são termos cunhados por Paul Ekman que os define da seguinte forma: “What I have termed micro expressions, very fast facial movements lasting less than one-fifth of a second, are one important source of leakage, revealing an emotion a person is trying to conceal.” (Ekman, 2007, p. 15) Estes microgestos passam muito rapidamente comunicações não-verbais que podem ser muito reveladoras e é a sua rapidez e sentido de ocasião que desafiam o controlo consciente e por isso tendem a corresponder a um sector associado a verdade e honestidade.

Outros sinais da comunicação não-verbal são os comportamentos pacificadores, no sentido em que são ações que tranquilizam e tentam restaurar o conforto a partir de um estado de desconforto.

Uma outra vertente, a proxémica, ou seja, o estudo das distâncias interpessoais e a forma como usamos o espaço, aponta para o facto de as relações entre pessoas serem influenciadas pela hierarquia, social ou económica, pela cultura, pelas circunstâncias e pelo nível de conforto pessoal. É também através de demonstrações territoriais que comunicamos as nossas necessidades espaciais, a forma como nos vemos social e até emocionalmente. Segundo

McKay, Davis e Fanning (1995) a quantidade de espaço de que precisamos à nossa volta para nos sentirmos confortáveis é uma questão tanto pessoal como cultural: “How far you stand from a person you’re talking to, how you arrange the furniture in your home, and how you respond to others invading your territory are important nonverbal statements.” (1995, p. 65)

Todos estes aspetos são tidos em conta pelos grandes comunicadores como é o caso de Oprah Winfrey. A forma como estes posicionam as pernas, os pés, o tronco, os ombros, os braços, a cabeça, as mãos e os dedos diz muito, se esta informação for “lida” adequadamente e se for devidamente contextualizada: “Os oradores públicos mais persuasivos são treinados para usarem as mãos para atrair atenção, enfatizar pontos importantes e infundir as suas mensagens com emoção memorável.” (Navarro, 2011, p. 85)

O toque, segundo autores como Jones (1999) e Knapp e Hall (2010), em determinados ambientes, é apropriado para enfatizar um ponto, para chamar a atenção, para interromper, isto se for efetuado de modo adequado e melhorar a comunicação. Há atos inconscientes, tal como fazer a torre com as mãos, que demonstram uma forte confiança nas afirmações, no pensamento ou na posição. Apesar de ser inconsciente, é um ato universal e com muito significado pois demonstra estar à vontade consigo próprio, engrandecendo a mensagem transmitida. Esta situação acontece quando alguém realmente acredita naquilo que está a dizer. Existem, no entanto, inúmeros códigos sociais e culturais no que respeita ao toque, especificamente no que concerne os cumprimentos sendo o contexto, a cultura e as normas sociais que modelam os níveis de conforto para o cumprimento e o toque:

To illustrate, two cultures might engage in different amounts of interpersonal touch, but the meanings attributed to various kinds of touches – sexual, friendly, dominant, aggressive, and so forth – may be the same in both. Thus, we would see cultural specificity in terms of usage but universality in terms of meaning. (Knapp & Hall, 2010, p. 56)

A face, com a sua rede imensa de músculos, é capaz de formar milhares de expressões que comunicam os nossos sentimentos, pensamentos e emoções em tempo real:

The face is an uncanny semaphore. In life and in some fictions like Jane Eyre, it issues messages of startling depth and infinitive hue. We rely on these signals constantly and willy-nilly for almost none of us can define them. (McNeil, 2000, p. 8)

O simples inclinar da cabeça demonstra que nos sentimos confortáveis, especialmente ao pé dos outros, pois esta inclinação vai expor o pescoço, a parte mais vulnerável do nosso corpo. Para teóricos como Anderson (1999) e Gamble & Gamble (2013), os olhos assumem-se como o nosso principal canal de informação acerca do mundo que nos rodeia e, de certa maneira, do mundo interior:

The Eyes. ‘Shifty eyes.’ ‘Goo-goo eyes.’ ‘The evil eye.’ ‘Eye to eye.’ Eye behaviors are a key part of interpersonal communication, as we use our eyes to establish, maintain, and terminate contact. As with all nonverbal cues, the messages you send with your eyes may be interpreted in a variety of ways, but there are three central functions eye movements serve: 1. Eyes reveal the extent of interest and emotional involvement. 2. Eyes influence judgments of persuasiveness and perceptions of dominance or submissiveness. 3. Eyes regulate person-to-person interaction. (Gamble & Gamble, 2013, p. 160)

O olho, por si só, responde quando exposto a estímulos positivos ou negativos na forma de dilatação e contração das pupilas. O tapar dos olhos, por exemplo, é um comportamento reflexivo e ubíquo que é paradoxalmente fácil de passar despercebido, pois é intrínseco ao nosso cérebro, visto que, por vezes, não nos apercebemos de que o fazemos.

Quanto à boca, também ela diferencia um sorriso verdadeiro de um sorriso falso. O sorriso pode mover montanhas e atrair boa vontade, sendo uma ferramenta essencial para estabelecer laços, um marco da sobrevivência humana pois humaniza a interação. Este simples gesto pode abrir oportunidades, mentes, corações e criar boa vontade:

A smile can stem from a variety of feelings in different cultures including happiness, uncertainty, mockery, apology, confusion, humiliation, shame and discomfort. People from

the United States tend to smile for photographs, or to show gratitude, to make others feel welcome, or to acknowledge another's presence. (Fontes, 2008, p. 103)

A postura e o posicionamento adotados são outros tantos sinais que comunicam bastante, podendo nomeadamente transmitir brandura ou autoridade, confrontação ou cooperação, indiferença ou preocupação, inércia ou prontidão, desassossego ou satisfação. O nosso posicionamento pode ajudar a dominar uma situação ou a neutralizá-la, simplesmente pela forma como nos posicionamos e onde colocamos os pés:

Posture is one of the cues used to make decisions about the relative status of those we observe and deal with, at least when status is accompanied by power and the potential for dominance. [...] High-status individuals characteristically adopt a more relaxed position when they are seated (e.g. body tilting sideways, lying slumped in a chair) than low-status subjects who are more upright and rigid. [...] Relative posture adopted is a significant marker of how interactors feel about each other and the relationship between them. Postural congruence or mirroring occurs when similar or mirror-image posture are taken up, with ongoing adjustments to maintain synchrony. (Hargie, 2011, p. 63)

Esta é uma das características de Oprah analisada mais detalhadamente na secção dos programas exibidos para reflexão no presente estudo.

Os nossos movimentos têm efeitos poderosos sobre os outros, podendo criar impactos como impressionar e motivar ou deprimir e desmoralizar. Esta é uma das razões pelas quais os líderes devem estar bem visíveis em situações de crise, usando o poder dos seus movimentos para mover os outros. Os movimentos ligeiros inspiram confiança, respeito e fiabilidade, pois temos a tendência para não confiar naqueles que fazem movimentos excessivos e imprevisíveis. Pelo contrário, respeitamos aqueles que, nas piores condições, projetam uma sensação de calma e resolução comedida, mesmo quando isto signifique fazer com que algo pareça fácil, quando na realidade não o é. (Cf. Navarro)

O fator conforto é indiscutivelmente outro aspeto importante, pois fazermos os outros sentirem-se confortáveis produz enormes benefícios e traz imensas vantagens, isto na medida

em que o conforto por si só já é atraente e apelativo. Se as emoções são contagiosas também as percepções o são. O ambiente espacial deve transmitir uma sensação de ordem, eficiência, utilidade e energia positiva. A comunicação é melhorada quando as pessoas se podem sentar em ângulos, sem barreiras entre elas. Não deve haver qualquer objeto que impeça a visibilidade e a conversa de um lado para o outro, pois o apelo visual deixa as pessoas emocionalmente envolvidas nas suas experiências.

De acordo com os estudos de Buller e Burgoon (1986), a voz é outro dos elementos com grande poder, pois quando não se gosta da voz de uma pessoa, há tendência a sair de sintonia em relação a ela ou a ignorá-la por completo. Os apresentadores de televisão trabalham para dominar a voz. Um tom de voz mais baixo e deliberado dá ênfase, dignidade e determinação ao discurso. Também as pausas e o silêncio são poderosos no sentido em que transmitem confiança. Uma pausa pode ser uma ferramenta de comunicação, no sentido em que a pessoa que faz a pausa fá-la propositadamente. No entanto, há que diferenciar as hesitações no discurso das pausas, devendo-se evitar interjeições e exclamações. A eloquência, ou seja, a forma como falamos ou a arte de bem falar, é animadora e tranquilizadora. Admiramos quando os oradores são deliberados, interessantes, concisos e estruturados, aspetos estes que compõem a eloquência:

[...] changes in vocalic patterns can violate expectations, receivers make consistent interpretations of these vocalic cues, and evaluation of these interpretations may be affected by decoder predispositions toward communication that, in turn, produce differential perceptions as source reward. (Buller & Burgoon, 1986, p. 126)

Haverá, ainda que considerar as roupas e os acessórios, os quais muitas vezes falam mais do que as próprias palavras, nomeadamente acerca dos nossos interesses, das nossas convicções e do que queremos que se saiba acerca delas. As pessoas que se arranjam de forma deliberadamente positiva estão a transmitir uma mensagem de que se importam com tal.

Muitas vezes também manipulamos as nossas roupas e adornos para nos auto-pacificarmos ou para sermos notados. A roupa pode facilmente denunciar estatuto, nível económico, grau de educação, fiabilidade, sofisticação, origem. Também o ambiente deve ser crucial na escolha do vestuário, pois deve ser adaptado ao que se quer mostrar. Aquilo que vestimos modela o nosso comportamento e prepara o corpo e a mente para o que precisamos de fazer. As roupas transformam-se e transformam-nos e as pessoas adotam a *persona* associada à roupa:

Dress is considered an aspect of non-verbal communication and has social significance for the audience. Dress also includes the things that people wear such as jewelry, ties, handbags, hats and glasses. Clothing conveys nonverbal clues about a speaker's personality, background and financial status. Your clothing style can demonstrate your culture, mood, level of confidence, interests, age, authority, values and sexual identity. Consider how clothing style might send a negative message. A sloppy appearance, messy hair and wrinkled clothes sends the message, 'I don't care,' while appropriate attire demonstrates the importance of the occasion. A tight dress with a low-cut neckline might appear attractive but not convey the right message for a serious public speaking event. Appropriate dress changes based on the occasion and has changed over history. (Boundless, 2015, s/p)

Embora a cultura desempenhe um papel relevante na aparência desejável de uma pessoa, e a definição desse tipo de aparência se altere com o tempo, há padrões que não devem ser ultrapassados nomeadamente no que diz respeito ao uso de jóias, sapatos, penteados e maquilhagem.

A beleza e a boa aparência dominam os meios de comunicação pois são aspetos procurados, melhorados e de alguma forma recompensados. As pessoas que têm boa aparência, não sendo necessariamente bonitas, tendem a sentir-se melhor consigo mesmas:

Body image is self-perception of one's body, specifically attributed to appearance and attractiveness. Most of us unnecessarily compare ourselves with some contemporary standards of physical beauty built upon popular personalities or theoretical modeling. In fact, most of us are quite in good size and shape - adhered with our genetic predisposed

physical aspects. As per observations, people who are regarded as beautiful than average by masses also suffer from body image issues. On the contrary, markedly average or below average looking persons do well only by their positive thinking towards themselves and what they do. [...] We simply can't deny importance of body image with respect to way we communicate both nonverbally and verbally with others. (Swami, 2011, s/p).

Muitos aspetos da aparência são questões de escolha pessoal, mas numa grande parte as normas de aparência são orientadas pela cultura, sendo a sociedade que fornece esses limites. No entanto, se uma pessoa tiver uma boa atitude, for genuína e simpática, pode ultrapassar a questão da aparência devido à presença de qualidades como charme, carisma, vontade e atitude mental positiva. Tal como Navarro refere:

As pessoas baixas que são carismáticas ou que têm uma presença física que se impõe – como celebridades ou bailarinos – são sempre classificadas como sendo mais altas do que realmente são. E, apesar das suas questões de peso amplamente publicitadas, milhões admiram o estilo, a personalidade, a mensagem e a missão de Oprah Winfrey e a forma como ela age para alcançar as coisas. Esta é a beleza singular das comunicações não-verbais: podemos usá-las para colocar a atenção onde a queremos, nas nossas forças e competências. (2010, p. 140)

Com efeito, os nossos corpos estão constantemente a transmitir informação, assim como o estão as nossas ações que são conduzidas pelas nossas atitudes. Nós evoluímos de modo a comunicar os nossos sentimentos e pensamentos através dos nossos atos, tanto conscientes como inconscientes. É a atitude em ação ao longo do tempo que poderá criar diferenciação e será lembrada, associando-se a reputação, profissionalismo e carácter. Há, assim, indivíduos que alcançam grande sucesso e projetam uma certa forma de estar e comunicar a médio e longo prazo. Quando vemos uma pessoa a transmitir autoconfiança e fiabilidade, isso atrai consequentemente atenção e respeito. Estes serão ainda mais assinaláveis quando a tal se juntam características como a de se apresentar seguro de si próprio, sendo-se também humilde, gentil, cortês e encantador – e tudo isto antes de pronunciar uma única palavra. Quando o faz, passará então a seduzir com o intelecto, a sagacidade, a agilidade mental e a

pose verbal. Esta situação ocorre apenas após um árduo trabalho do comunicador e o espelhamento realizado pelos destinatários em função da admiração nutrida por quem obteve sucesso na vida. Tendemos, de facto, a ser persuadidos por aqueles a quem reconhecemos autoridade e competência, duas das características chave da liderança.

A atitude é algo que uma pessoa pode alterar, caso seja necessário, podendo mesmo ser crucial fazê-lo, pois é algo que está pelo menos em boa parte ao alcance da vontade individual. Uma atitude positiva, acompanhada de um sorriso, é a comunicação não-verbal mais poderosa, pois é tão importante quanto a ação em si. A atitude não pode efetivamente ser medida, mas é expressa, na maior parte das vezes, de forma não-verbal.

Há ainda uma competência a não ignorar quando se aprecia a capacidade de comunicação de alguém, a qual tem a ver com a leitura, não de textos, mas de pessoas e das suas emoções, e consequente reação (de maior or menor empatia) e controle da própria expressividade, como explicitado abaixo:

Persons who are exceptional at reading others' emotions are called 'emotionally sensitive' and are typically considered to be empathic. They connect well with others, and tend to have deep interpersonal relationships. Of course, the danger of being sensitive to others' emotions is being easily affected by others' emotions—feeling other people's pain (what is called the 'emotional contagion' process). People who are emotionally expressive are good at spontaneously showing their felt nonverbal cues of emotion. As the saying goes, these individuals 'wear their hearts on their sleeves.' [...] Some people are masters of controlling and manipulating their emotional expressions. These are the masters of emotional acting. You may never know what these individuals are truly feeling, because they are very good at covering up felt emotions with a different emotional 'mask.' These emotional actors are both emotionally expressive, but also have skill in emotional control and regulation. What if a person has ALL of the basic emotional skills? A person who is emotionally expressive, but only when he or she wants to be. These individuals are good at emotionally 'infecting' others. They can read your body language and be sensitive and comforting, but adjust their nonverbal communication to make a deep emotional connection. These individuals possess what we call 'personal charisma.' They are the true masters of nonverbal communication

and are often in positions of leadership, and are considered very 'special' people by others.
(Riggio, 2013, s/p)

Oprah Winfrey é, a meu ver, um exemplo da junção das duas qualidades acima referenciadas, ou seja, da capacidade de ser emotivamente expressiva, mas também de controlar essa expressividade de modo a servir os seus propósitos comunicativos, considerada assim naturalmente como possuidora de um carisma pessoal que lhe permite alcançar o estatuto de ícone cultural.

Dirigir significa correr riscos, ousar estar na dianteira, demonstrar estabilidade emocional face às adversidades, convocar poderosamente as emoções para liderar o caminho. Os líderes usam comunicações não-verbais para fortalecer a sua mensagem verbal de forma a criar uma mensagem visual que toque as pessoas que são os destinatários da sua comunicação.

Como se pode observar pelo descrito anteriormente, há uma quantidade de aspetos relacionados com a comunicação não-verbal que, muitas vezes, sem nos apercebermos de tal, estamos a utilizar. Todos os aspetos acima referidos irão ser visíveis na análise de sessões específicas do *The Oprah Winfrey Show*, podendo comprovar-se a presença de todos estes sinais, que tantas vezes passam despercebidos ao grande público, e que realmente marcam a diferença entre uma comunicação de excelência e uma de menor eficácia ou qualidade.

Personalidades televisivas como Oprah Winfrey com certeza que têm todos estes aspetos em mente principalmente por estarem em frente a um público muitíssimo vasto. Tem de haver uma preparação prévia à execução do programa e todos os aspetos têm de ser revistos ao pormenor, embora o essencial da mensagem televisiva ocorra no momento em que quem lidera o programa, neste caso Oprah, recebe os seus convidados e inicia as conversas e entrevistas. Oprah domina sem qualquer dúvida todas as técnicas não-verbais e verbais ao

conduzir as entrevistas, por exemplo, embora esse domínio tenha sido algo de adquirido e melhorado ao longo da sua carreira.

Ao olhar para Oprah como apresentadora de televisão, podemos facilmente perceber que a sua atitude de confiança resultava certamente de saber que tinha preparado bem a entrevista que iria conduzir. Mas esta preparação não seria suficiente por si só, caso ela não estivesse atenta a sinais de desconforto ou a comportamentos pacificadores por parte dos entrevistados. Ao observar os microgestos, através de tensões subtis das pálpebras, por exemplo, Oprah poderia aperceber-se de qualquer sinal que apontasse para desconforto ou desconfiança e agir de acordo com o que fosse exigido para ultrapassar esses obstáculos a uma comunicação do tipo desejado. Tal como Ekman refere:

It seems that when you speak you look to see if the listener agrees, or is amused, angry, interested, bored, etc. you look to determine if the other person needs a chance to get a word in. You look if the other person has not made audible listener responses for a while ('mm-hmm,' 'yes,' 'good,' 'uh-huh,' 'is that so,' etc.) to check him out. You look to give the other person the chance to take the floor. [...] When you are the listener, you may look at the speaker when he stresses a word, or at the end of his phrase, if his inflection rises and he seems to be inviting a verbal or nonverbal response from you. (2003, p. 15)

Uma particularidade que podemos observar no *talk show* de Oprah é exatamente a posição dos sofás que, ao estarem juntos ou colocados de acordo com os ângulos certos, permite obter mais e melhores resultados, induzindo quer conforto quer harmonia. O simples facto de utilizar sofás torna o ambiente menos formal (como se se estivesse em casa de um amigo ou mesmo na sua própria casa) e faz o convidado sentir-se bem acolhido e especial.

The Oprah Winfrey Show era um *talk show* com assistência no estúdio, o qual, para além de assistir, também participava no programa. Oprah recorria muitas vezes ao público presente, pois a intervenção deste permite geralmente amplificar a mensagem do apresentador ao mostrar concordância não-verbal, por exemplo e quando apropriado. O simples espelhar da

linguagem não-verbal da apresentadora, neste caso, permitia comunicar que ambos estavam em sintonia e harmonia.

Utilizar o tempo eficientemente era outra das técnicas utilizadas, devendo nessa gestão incluir-se a introdução de pausas que, algumas das vezes, ajudavam a baixar a tensão, mais ou menos elevada consoante os temas e as intervenções dos convidados. Estas pausas eram realmente fulcrais numa conversa, em que, devido à profundidade e natureza, por vezes chocante, dos temas abordados no *talk show*, as emoções tenderiam a sobrepor-se a uma análise racional, não sendo fácil manter a postura idealizada.

Há pois vários princípios, enunciados por Navarro (2011), que conduzem as apresentações de forma poderosa, pelo que passarei a enunciar alguns desses princípios, os quais a meu ver são perfeitamente identificáveis na *persona* de Oprah, enquanto apresentadora do seu *The Oprah Winfrey Show*.

Dada a complexidade do contexto de comunicação, é de presumir que as entrevistas seriam devidamente concebidas e executadas, em cenários apelativos, propícios a transmitir ao público as ideias e opiniões apresentadas. E, para além da importância do cenário, toda a produção do programa tem um papel crucial, na medida em que tornava as entrevistas interativas com vários tipos de reportagens exteriores, imagens que eram transmitidas como plano de fundo das entrevistas, as quais complementavam tudo o que era apresentado, entre vários outros segmentos que permitiam ao programa adquirir movimento e ritmo, adicionando-os à entrevista em si.

A apresentação de um programa televisivo é a oportunidade para quem o apresenta, neste caso Oprah, brilhar, partilhar o que sabe e aquilo que quer que os outros passem a saber. Assim, todos esperam que o faça eficientemente, como, na maioria das vezes, Oprah o fez. O uso das mãos e o facto de gesticular frequentemente enfatizava pontos importantes, desafiando a

gravidade com movimentos ascendentes, levantando por exemplo, braços e mãos, ou baixando a voz, pois ambas as situações atraem a atenção do telespectador. O facto de, por vezes, estar nervosa nunca a atrapalhou pois partilhava esse sentimento, assim como tantos outros, com o seu público. Esta foi uma das marcas que criou a adesão do grande público. Oprah não tinha receio de verbalizar aquilo que sentia (ou que importava e convinha mostrar que sentia) nem de partilhar as suas próprias experiências, isto para além de o fazer através tanto de palavras como de comportamentos não-verbais. Houve programas em que esta se movimentou por todo o palco com os seus convidados, apontando para o ecrã com as mãos, tocando nos convidados de acordo com o grau de confiança – tudo isto e muito mais, assim deixando o público ansioso por ouvir e ver mais.

Esta é, na minha opinião, uma das razões do programa ter liderado audiências durante vários anos. Esta era a Oprah que os telespectadores queriam ver, criando assim uma ligação de empatia, de cumplicidade, de amizade que só tinha como obstáculo um ecrã. Através desta audiência amistosa que Oprah criou com a sua forma tão própria de ser e se apresentar, potenciou a transmissão e a interiorização da sua mensagem, pois as mensagens podem ser inesquecivelmente amplificadas por quem as emite. E, como já antes referido, o poder da mensagem transmitida está muito interligado com a forma como a pessoa que a transmite é vista. Oprah cultivou, ao longo da sua carreira televisiva, a imagem certa para conseguir ser ouvida, vista e respeitada, ao mesmo tempo que criava uma aura à sua volta, ampliando a sua presença que se estendia até à casa de tantos americanos que a idolatravam. Oprah conseguiu, realmente, unir, em sincronia que se pode praticamente considerar perfeita, a sua mensagem verbal e a sua mensagem não-verbal.

Pessoas como Oprah agem e comportam-se de forma semelhante, vivem através das comunicações não-verbais do sucesso, são observadoras atentas do mundo que as rodeia,

lendo as pessoas com quem lidam com exatidão e discernindo muitas coisas antes dos outros. Estão também plenamente cientes de que estão a transmitir informação não-verbal e usam isso em seu proveito. O que permite que estas pessoas se destaquem é exatamente aquilo que transmitem através de aspectos como atitude, competência, rapidez de ação, conduta, discernimento e confiança. Na atuação dessas pessoas, os sinais de sucesso estão constantemente a ser transmitidos, mostrando assim a quem as ouve e vê que são pessoas de confiança. No entanto, isto não se baseia primordialmente no que se diz, mas antes na fiabilidade que a conduta individual transmite.

De acordo com Sacavém, Wezowski e Wezowski (2014), atualmente vive-se num mundo conduzido pela difusão rápida de informação e por tudo o que é visual, tornando-se imprescindível gerir a imagem pessoal em todos os contextos, desde o pessoal ao virtual. Paradoxalmente, o que torna a gestão da imagem tão necessária nesta disseminação generalizada e acelerada da informação é também o que a torna possível.

Oprah Winfrey é um fenómeno comunicacional nos E.U.A. e além-fronteiras americanas pois manifesta um nível de capacidade de comunicação muito forte. Comunica com proximidade, abertura e elevados níveis de autenticidade (talvez só potencial, mas que é percebida como real). A congruência que manifesta ao nível da comunicação integrada, verbal e não-verbal, é de alto calibre e tem uma capacidade fora do vulgar para responder verbalmente aos sinais não-verbais que percebe nos seus convidados.

A excelência da comunicação de Oprah cresceu a par com o nível de maturidade emocional que foi atingindo e se foi expandindo, fruto de trabalho árduo, constante exposição pública e formação/reflexão acerca da sua atuação em televisão. Como referido, a capacidade de comunicação acompanha o estado emocional de quem comunica e este é afetado, entre outros, pelo nível de confiança conseguido em cada momento. O nível de confiança de Oprah foi

adquirindo crescente maturidade ao longo do tempo, com as naturais consequências positivas ao nível da comunicação integrada.

A sua comunicação não-verbal é, ainda hoje, muito forte, segura e causadora de impacto. Ela realiza frequentemente movimentos expansivos bem calibrados, sem ser invasiva, e utiliza gestos que ajudam a contagiar emocionalmente o público. Os movimentos que ajudam a criar o efeito de aproximação são pronunciados, frequentes e bem integrados com a comunicação verbal. O movimento torre sineira (os dedos de ambas as mãos tocam uns nos outros criando uma torre), o de agarrar a bola e o gesto do pequeno círculo são cruciais nesta matéria. A expressividade patente na sua face e os movimentos anti-gravíticos (como por exemplo o elevar das sobrancelhas, falar com os dedos entrelaçados e os polegares elevados para cima) que utiliza consolidam o efeito de contágio emocional, pois transmitem uma atitude positiva e confiante. A sua voz é grave e bem marcada, o que ajuda a criar empatia. Enfim, existe um conjunto de sinais que facilitam a criação de uma relação carismática com o público.

Acima de tudo, Oprah era no seu *talk show* e continua a ser noutros formatos muito congruente entre aquilo que diz e aquilo que sente, ainda que este sentir possa ser fruto de um auto-controle exigente. Como o corpo segue frequentemente aquilo que se sente, é muito importante o facto de ela exibir expressões faciais alinhadas com as palavras que utiliza. Os sorrisos, a face neutra, os sinais conversacionais e até a expressão de tristeza, quando a situação assim o exige, surgem como (e podem até ser) genuínos, para além de abundantes e bem aquilatados. O seu corpo, os seus gestos, reforçam as suas palavras e, para uma explicitação mais concreta recorre, não raramente, a ilustradores para sublinhar e conferir um significado adicional à sua comunicação verbal.

Os elementos não-verbais aliados a uma comunicação verbal que integra dispositivos carismáticos poderosos, tais como um enquadramento adequado, o recurso ao contar de

histórias, entre outros, estão frequentemente alinhados, e deram origem a uma prestação comunicativa muito alavancada e credível. (Cf. Sacavém, 2014)

Relembrando, ainda, alguns outros aspetos antes referidos, é de sublinhar que o cenário do programa, os sofás e mesa, assim como a postura/posição adotada habitualmente por Oprah transmitiam abertura, pois raramente existiam objetos barreira que se interpusessem entre ela, os convidados e o público. Comunicavam, também, tranquilidade e descontração sóbrias, dado o cenário não ser muito diferente de uma sala de estar comum decorada com bom gosto.

Tratando-se de um programa de televisão, a realização também foi sempre determinante para acentuar as mensagens corporais de Oprah, nomeadamente ao nível de planos aproximados em momentos de maior emoção. Estes elementos, ainda que não totalmente sob o seu controlo específico, foram certamente muito trabalhados, mesmo do ponto de vista técnico, com Oprah, visto serem cruciais para evocar emoções no público, em estúdio e fora dele, através do efeito de mimetização.

Cada pessoa que tenha o nível de comunicação de Oprah desenvolve um perfil de comunicação integrada único, o qual confere profundidade, intensidade e autenticidade à sua comunicação. A comunicação integrada influencia, em larga escala, a qualidade da presença da pessoa que comunica. Oprah é ela própria, a par da figura de si própria que conseguiu desenvolver tendo por base o ser humano bem-sucedido que ela de facto é, alguém que comunica com excelência, mas cujo estilo não pode ser simplesmente copiado por um outro com resultado semelhante. Com efeito, e retomando a ideia de representatividade de Whitman antes referida (que não deve ser confundida com mera imitação), cada pessoa deve procurar desenvolver o seu estilo, ancorando-o nos seus valores pessoais e contexto específico.

Termino a presente secção, remetendo mais uma vez para Navarro:

Great leaders communicate effectively both verbally and nonverbally. They use communications to connect, to share, to focus, and to demonstrate they care. Failure to communicate is, after all, a failure. During times of uncertainty or crises, communication must be frequent and timely to keep everyone informed as well as to assuage. Words, as we all know, have consequences, and yet not all words have the same weight. There is no better example of this than President Lincoln's Gettysburg address. His speech intended to unite a divided nation lasted just two minutes and 30 seconds, and yet that speech remains, to this day, breathtakingly memorable - brief, but powerful. The speaker that came before him had been specifically invited there because he was the greatest orator of his day. Edward Everett spoke for over two hours before Lincoln took the stage, and yet, nobody remembers one word of what he said. Conclusion: Influential leaders stand out because of the things that they do and say everyday. There are specific habits of successful leaders and there are also the nonverbals of influential leaders that shouldn't be ignored. Influence doesn't cost money, but it does take effort. (2012, s/p)

Listen to the rhythm of your own calling, and follow that.

Oprah Winfrey

4.2 The Oprah Winfrey Show

The Oprah Winfrey Show foi, como antes referido, apresentado e produzido por Oprah Winfrey, tendo sido considerado um dos mais emblemáticos e marcantes programas de televisão de todos os tempos. Iniciou-se no dia 8 de setembro de 1986 e terminou no dia 25 de maio de 2011. Cada sessão tinha uma duração média de quarenta e cinco minutos e acompanhou os americanos durante vinte e cinco temporadas. Foram gravados quatro mil quinhentos e sessenta e uma sessões e foi transmitido em cento e cinquenta países. Este programa era gravado nos *Harpo Studios* em Chicago, no Illinois. A produção esteve a cargo da *Harpo Productions* e mais tarde da *Harpo Studios*, ambas adquiridas e fundadas por Oprah Winfrey. Originalmente, o programa era transmitido pelo canal televisivo ABC, passando mais tarde a ser transmitido a nível nacional pela distribuidora *King World Productions* e, de 2007 até ao seu término em 2011, pela *CBS Television Distribution*.

Tratou-se de um dos mais longos programas diurnos de entrevistas da história da televisão. O *talk show* recebeu inúmeros *Emmy Awards* e no ano 2000 Oprah Winfrey optou por não o submeter mais a este concurso.

O programa ganhou uma grande popularidade perante o público, sobretudo feminino e branco, conforme constatável através dos dados disponibilizados pela empresa de audiências Nielsen:

Oprah's audience is predominantly female, white, and over the age of 55. Nationally 7.4 million people watch Oprah daily -- about 2.6% of American households. Four percent of American women (about 5.7 million) watch her daily, compared with 1.2% of men (1.7 million people). Overall, 2% of all 18- to 49-year-olds watch Oprah. Oprah has the highest ratings among older Americans — a critical caucusing or voting block. 3.7 million people age 55 and older watch Oprah, and 2.7 million of these individuals are women. Eleven percent of all older black women watch Oprah, and 7% of all older white women watch the show everyday. Oprah's audience is also predominantly white: 5.9 million of whites watch

Oprah, compared with 1.4 million blacks. Her reach among the Hispanic population is tiny - only about 230,000 Hispanics watch the show daily. (Anburajan, 2007)

O programa teve as suas raízes no *talk show* diário da manhã *A.M. Chicago*, transmitido pela WLS-TV, uma estação televisiva propriedade da ABC. Oprah Winfrey tornou-se anfitriã do *AM Chicago* no dia 2 de janeiro de 1984 e, no espaço de um mês, o *talk show* passou de último para primeiro lugar a nível de audiências em Chicago. Depois do sucesso de Oprah Winfrey na representação da personagem Sofia no filme *Color Purple*, assim como a sua nomeação para os óscares, em 8 de setembro de 1986, o *talk show* foi lançado com o título *The Oprah Winfrey Show* e passou a ser transmitido a nível nacional. Para a estreia do programa, os produtores tentaram levar como convidado Don Johnson, mas todas as tentativas falharam e Oprah decidiu fazer aquilo que melhor fazia, um programa sobre pessoas comuns e com elas. O tema do programa de estreia foi "How to Marry the Man or Woman of your Choice".

No início da décima segunda temporada, Oprah confessou que estava esgotada e que estava a ponderar parar. Depois de participar no filme *Beloved*, admitiu que este a trouxe de volta à sua responsabilidade como uma mulher negra admirada, com muito poder e influência. Ela percebeu que o facto de se encontrar em tal posição, dentro da poderosa indústria dos média, poderia fazer a diferença na vida das pessoas. A consciência deste poder, combinada com o seu maior contacto com a história sofrida dos afro-americanos, tê-la-á inspirado, mais uma vez, a continuar a ajudar as pessoas a conseguirem o melhor de si próprios:

I made the decision...in the midst of doing *Beloved*. I was doing some scenes—*Beloved* is about an ex-slave, and during that process of doing that I connected to really what slavery had meant, and my own personal ancestry and history connected it to a way I have never before from reading all about Black history and, you know, talking to relatives. And I realized that I had no right to quit coming from a history of people who had no voice, who had no power, and that I have been given this—this blessed opportunity to speak to people,

to influence them in ways that can make a difference in their lives, and to just use that.“ (in Jet, 2007, p. 59)

Oprah manteve assim o seu *talk show*, mas, numa entrevista em 2008 com Larry King, anunciou que não iria renovar o seu contrato e conseqüentemente o seu programa iria terminar em 2011.

Os primeiros episódios seguiam uma exploração muito mais sensacionalista dos problemas sociais ao estilo de Phil Donahue, o seu antecessor neste formato televisivo. No entanto, acompanhando a evolução dos tempos, Oprah transformou *The Oprah Winfrey Show* num programa que pretendia elevar o espírito e subscrevia uma atitude altamente positiva perante a vida, passando o programa a ser marcado pelos clubes de livros, as entrevistas a celebridades, os segmentos de melhoramento pessoal e eventos mundiais.

Oprah entrevistou uma infinidade de figuras públicas e pessoas comuns, cerca de trinta mil pessoas no total, durante vinte e cinco anos de história do seu programa. Quando as celebridades estavam prontas para partilhar os seus segredos mais íntimos, era a Oprah que recorriam. Tornou-se, assim, a primeira e para alguns a única apresentadora de televisão com quem várias personalidades acederam falar publicamente. Todavia, para além das entrevistas a celebridades e figuras públicas, Oprah transformou também pessoas comuns em caras conhecidas ao oferecer-lhes o seu tempo televisivo para partilharem histórias, vivências, alegrias ou tristezas.

Foram muitas as entrevistas feitas a personalidades mediáticas de todas as áreas. No dia 10 de fevereiro de 1993, Oprah sentou-se com Michael Jackson para o que se tornaria a entrevista mais assistida na história da televisão até então. Michael Jackson era uma personalidade que não gostava de partilhar o seu lado mais pessoal e íntimo, daí não ter dado uma única entrevista nos catorze anos anteriores. A entrevista foi transmitida em direto, a partir da

propriedade de Michael Jackson, *Neverland Ranch*, e foi vista por noventa milhões de pessoas em todo o mundo. Michael Jackson falou sobre a falta que sentia de ter tido uma infância normal e sobre a relação tensa que tinha com seu pai, Joe Jackson. Durante a entrevista, Jackson tentou dissipar muitos dos rumores em torno da sua imagem física e confessou a Oprah que sofria de uma doença de pele, quando questionado sobre a mudança de cor da sua pele. Admitiu, no entanto, que tinha feito uma cirurgia plástica ao nariz, negando quaisquer outros rumores sobre cirurgias plásticas a outras partes do corpo. A entrevista teve outra convidada especial, Elizabeth Taylor, figura icônica do mundo do cinema e também grande amiga de Michael Jackson.

No ano de 1997, Ellen DeGeneres assumiu publicamente a sua orientação sexual e, após ter sido capa da revista *Time*, foi a convidada do *The Oprah Winfrey Show*. Aqui assumiu mais uma vez ser lésbica e sentir-se bem consigo própria. Escondera-o durante anos por não estar preparada para o assumir, mas tinha chegado a altura para o admitir publicamente, sem medos. Ellen DeGeneres era, na altura, a personagem principal da sitcom *ABC's Ellen*. Tem, atualmente, o seu próprio *talk show*, *Ellen*, sendo considerada por muitos como a substituta de Oprah após o final do *The Oprah Winfrey Show*, apesar das diferenças óbvias entre ambas.

Outro dos momentos mais marcantes e falados deste *talk show* foi a entrevista a Tom Cruise, transmitida a 23 de maio de 2005. Tom Cruise pulou para o sofá, para o chão, pôs-se de joelhos, andou à volta do palco, declarando desta forma o seu amor pela sua namorada, Katie Holmes. Tom Cruise não era somente um convidado de Oprah, era um amigo, podendo perceber-se essa relação de amizade através da cumplicidade demonstrada por ambos em todas as entrevistas realizadas ao longo dos anos.

Celine Dion, cantora conhecida internacionalmente, foi ao programa de Oprah vinte e oito vezes, batendo o recorde de presenças entre todas as celebridades, com exceção da melhor amiga de Oprah, Gayle King, que esteve presente em cento e quarenta e um programas.

Em 1989, Oprah entrevistou Kathy Bray, uma mãe cujo filho, Scott, de dez anos, tinha sido morto acidentalmente, três semanas antes, por um amigo que tinha encontrado a arma do pai. Este caso levou os telespectadores a ponderarem sobre o facto de terem armas em casa e o perigo que estas podem representar, questão que continua na ordem do dia nos E.U.A..

Também na mesma temporada, Truddi Chase, uma mulher diagnosticada com transtorno de personalidade múltipla, assumindo noventa e duas personalidades distintas, foi convidada de Oprah. Truddi tinha sofrido violentos abusos sexuais desde os dois anos de idade, altura em que, segundo ela, o seu “old self” deixou de existir. Após o relato de Truddi, que estava no programa para promover o seu livro, Oprah ao rever-se, pelo menos até certo ponto, naquela história de abuso e nas emoções demonstradas, irrompeu inesperadamente em lágrimas, pois estava a reviver aquilo que ela própria tinha vivido durante a sua infância. Incapaz de se controlar, Oprah pediu repetidamente, e como seria natural nessas circunstâncias, aos operadores de câmara que parassem de filmar. Oprah conseguiu, assim, a um tempo partilhar os sentimentos da sua convidada e, ao fazê-lo publicamente, sem qualquer tipo de vergonha ou pudor, ter um gesto comunicativo muitíssimo poderoso. Assumiu, assim, uma postura comum a qualquer telespectador que estivesse a assistir ao programa em casa. Chorou, mostrou as suas emoções sem aparentar medo de ser criticada por tal. E, essa é, efetivamente, uma das características que a diferencia de tantos outros apresentadores de televisão, tal como descrito por Nelson: “Confessional or personal remarks from Oprah, ordinary people sharing their experience, longer interviews at the beginning of the show, a conclusion that brings out the point of the show, the offer of resources to help, and Oprah closing gratitude.” (2005, p. 5)

Foi em 1995, num dos seus programas sobre mulheres toxicodependentes, que Oprah revelou outro dos seus segredos mais íntimos. Ela própria, quando tinha vinte anos, consumira drogas, especificamente cocaína. E este foi o momento escolhido para o divulgar publicamente dizendo:

I relate to your story so much. In my twenties, I have done this drug. I know exactly what you're talking about. It is my life's great big secret. It is such a secret because I realize that the public person that I have become, if the story were ever revealed, the tabloids would exploit it and what a big issue it would be. But I was involved with a man in my twenties who introduced me to ... I always felt that the drug itself was not the problem, but that I was addicted to the man. I've often said over the years in my attempt to come out and say it, I have said many times, "I did things in my twenties I was ashamed of," "I've done things I've felt guilty about." And that is my life's great by secret that's been held over my head. ... I understand the same and I understand the guilt, I understand the secrecy, I understand all that. But what I know is the spirit of God inside all of us. There is nothing greater than the spirit within you to overcome this. You and God can conquer this." (*in* Mask, 2009, p. 151)

Foram estas as palavras de Oprah que deram origem tanto a compreensão como a contestação. Mas esta era a Oprah que todos conheciam. Como sempre disse, uma mulher normal, com segredos e problemas como tantas outras. Era esta a ligação estreita com o seu público que a colocava no pedestal e o levava a idolatrá-la. Era esta simplicidade em admitir os erros e a vontade de os ultrapassar que fazia dela um ícone inspirador:

Within television's personality system, Winfrey is an idol of consumption. She functions as an educative model, one who presents and applies techniques of daily living and personal management. She, and by extension, her show are consumed as both exceptional and as part of everyday life. Having transcended abjection, she speaks from the position of the common woman. (Mask, 2009, p. 151)

Outro dos episódios que tocou emocionalmente qualquer mãe foi o relativo a Erin Kramp, uma mãe que estava a morrer de cancro da mama. Depois de perceber que a sua filha de seis anos de idade, Peyton, teria de crescer sem ela, começara a gravar vídeos com vários

conselhos maternos, desde pormenores de maquilhagem até à forma correta de encontrar um bom marido. Ela também escreveu cartas e comprou presentes, para Peyton abrir em cada Natal e em cada aniversário em que ela já não estivesse presente. Erin Kramp perdeu a batalha contra o cancro nesse mesmo ano, tendo entretanto gravado mais de uma centena de vídeos e cassetes para a sua filha. Esta foi uma experiência de grande impacto no público televisivo, dada a dor da partida aí descrita se ter tornado tão manifesta.

Um outro caso de perda e do modo como lidar com tal foi o de Jo Ann Compton, cuja filha, Laurie Ann, fora esfaqueada até a morte em 1988, causando uma dor que, dez anos depois, a sua mãe continuava a não conseguir ultrapassar. Foi ao programa de Oprah e falou dos assassinos da filha, verbalizando a sua raiva. Dr. Phil interveio e falou-lhe sobre o facto de ela estar a concentrar todos os seus sentimentos no dia da morte da filha, em vez de se focar nos alegres dezoito anos que a filha tinha vivido. Jo Ann nunca tinha pensado sobre isto desta forma e acabou por confessar que estava a pensar pôr fim à sua vida após o programa. Quando, em 2011, Jo Ann voltou ao programa, já tinha uma nova perspetiva sobre a perda da filha, afirmando que ela continuava viva sempre que fazia algo de positivo. Cindy, a sua outra filha, acrescentou que a mãe tinha deixado de sobreviver e passado a viver graças aos conselhos recebidos naquele programa treze anos antes.

Em 2001, Oprah trouxe ao pequeno ecrã Mattie Stepanek, uma criança de onze anos que nascera com miopatia mitocondrial e que escrevia poesia, por ele intitulada *Heartsongs*. Durante o programa, Mattie afirmou que estas *Heartsongs* não tinham de ser canções do coração, não tinham de falar de amor e paz; era, pois, a mensagem em si, aquilo que cada um sentia que precisava de fazer, o principal. Em outubro de 2008, Oprah falou na cerimónia fúnebre de Mattie Stepanek, um episódio que emocionou os americanos.

Na última temporada, Oprah trouxe ao seu programa duzentos homens que haviam sido abusados sexualmente durante a infância e adolescência, os quais se juntaram como forma de protesto contra os abusos sexuais. Entre estes homens encontrava-se Tyler Perry, produtor e realizador do programa, que tinha igualmente sofrido os mesmos abusos. Estes homens ganharam coragem e mostraram a cara, perdendo a vergonha e o medo. Quiseram transmitir uma mensagem a todos aqueles que sofriam em silêncio, demonstrando que assumir a dor é uma forma de ultrapassar o trauma e a própria vergonha. Foi um momento marcante e lembrado por Oprah no último episódio.

Em janeiro de 2011, Oprah revelou ao seu público que no ano anterior tinha descoberto que tinha outra meia-irmã. Sabendo que esta notícia iria acabar por ser alvo de notícia, ela apresentou Patricia, a sua meia-irmã, no seu próprio programa. Mais uma vez, num gesto estratégico de antecipação de alguma possível crítica a ela dirigida, partilhou a sua vida pessoal com o seu público, uma característica tão sua, tornando algo de potencialmente nocivo em imagem de marca positiva, a de aproximar todos aqueles que a veem, de uma forma tão particular e “natural”: “Countless details – from secrets to preferences to personal history – make her seem like someone you know. Her television manner is just plain likable.” (Nelson, 2005, p. 5)

O seu público passou a fazer parte da sua vida, e ela parte da vida do seu público, estabelecendo-se uma relação de “amizade” virtual, na qual Oprah era vista como alguém confiável, alguém com quem se podia contar, pois ela estava sempre lá, no pequeno ecrã, para lhe contar histórias de vida reais, para lhe dar conselhos e até para o fazer rir:

For anyone attuned to style and visual effects she is a kaleidoscope of change, looking different each day. Close as your TV or computer and yet not someone you buy a gift for. Oprah represents what playwright, actor and show guest Tyler Perry calls ‘a familiar

stranger’ – someone you really don’t know, but you feel you can trust her. (Nelson, 2005, p. 6)

Estas foram algumas das histórias de vida que marcaram o *The Oprah Winfrey Show* e fizeram de Oprah a companheira de vários anos dos americanos. Ela conseguiu levar ao pequeno ecrã casos reais, pessoas comuns que tinham tanto para contar. E esta foi uma das formas de aproximar, dia após dia, os telespectadores das vivências que ali eram apresentadas, com as quais muitos deles se identificavam. Pessoas anónimas e nunca ouvidas começaram a ganhar voz perante as situações apresentadas. As caras desconhecidas passaram a figuras públicas. Isto porque Oprah lhes deu a oportunidade de partilharem as suas experiências pessoais, as suas angústias, permitindo-lhes também ultrapassar medos, vergonhas. Tratava-se de uma espécie de barreira pessoal que poderia ser ultrapassada depois de ser tornada pública. Para além disso, esta partilha tinha também um outro objetivo – ajudar aqueles que se encontravam na mesma situação. A partilha ajudava a reconfortar, transmitindo a ideia de que não estavam sós. Havia mais quem partilhasse dos mesmos sentimentos. Oprah reforçava sempre esta ideia, independentemente do tema. Este foi um papel cívico tão bem representado por ela, pelos seus apelos e pelas suas palavras de ânimo e de encorajamento.

Por outro lado, *The Oprah Winfrey Show* trouxe à esfera pública personalidades dos vários meios que o público ansiava conhecer melhor, a um nível mais pessoal. Oprah era a pessoa certa para fazer as perguntas cujas respostas todos queriam saber. Era essa a sua marca distintiva. Mas ela fez muito mais que isto:

Her ability to listen and respond with quick wit and ready emotion distinguished her and helped forge her identity as authentic and ‘real’. She has developed and refined her public expressive style for more than a quarter century, interviewing every kind of person, presenting a wide range of topics, and appearing invariably attentive, never bored. (Nelson, 2005, p. 5)

O final do seu *talk show* foi muito aguardado e bateu recordes de audiências. 25 de maio de 2011 foi a data que marcou muitos americanos, pois foi a despedida daquela que tinha sido a sua fiel companheira e amiga de televisão durante anos a fio.

Desta vez, não houve sorteio de carros nem celebridades convidadas, só uma plateia completamente cheia, com cerca de quatrocentas pessoas, de quem Oprah Winfrey (e a figura de apresentadora Oprah) se despediu do famoso programa de entrevistas, o qual descreveu como uma *love letter* aos seus seguidores, deixando claro que todas as amizades que mantinha através da televisão eram recíprocas:

There are no words to match this moment! Every word I've ever spoken from the stage of the Oprah show -- 4,561 days of my life -- is what this moment is all about. Yesterday, you heard the legendary Aretha Franklin sing what has really been a constant in the theme of my life: 'Amazing Grace.' And how truly amazing it is: this journey that you and I have shared together.

When I came here, I was about to turn thirty years old. I didn't have a vision or a lot of great expectations -- Stedman always talks about vision! I just wanted to do a good job and cause no harm. I was so happy to get the job, I forgot to ask if I would have an audience.

Soon after I started the show, something shifted for me. I started the show as a job. It was not long before I realized something else going on here. More than just job satisfaction, something in me connected in each of you in a way that allowed me to see yourself in me and you and me. I listened and grew and you grew, sometimes I was a teacher, and more often you taught me.

It is no coincidence that I always wanted to be a teacher, and I ended up in the world's biggest classroom. And this, my friends, will be our last class from this stage. So today, there will be guests, no makeovers, no surprises. You will not be getting a car or a tree. This last hour is really about me saying thank you. It is my love letter to you. I leave you

with all the lessons that have been the anchor of my life, and the ones that I hold most precious.³⁶

Oprah mencionou ainda o facto de nunca ter faltado ao trabalho: "Because this is what I was called to do. Everybody has a calling, and your job in life is to figure what that is and get about the business of doing it." (*idem*)

Relativamente às audiências inacreditáveis e à profundidade das conversas do programa acrescentou:

When I first started, not even I imagined this show would have the depth and the reach that you all have given it. It has been a privilege to me to speak to you here in this studio. In this country and one hundred and fifty countries around the world. (*idem*)

Recordando a diversidade de momentos e convidados afirmou:

One day we're LOLing with Chris Rock, the next day we're at Walter Reed [Army Medical Center] spending time with soldiers who lost their limbs. The day after that, we're sitting with an entire family of heroin addicts.

The show has taught me there is a common thread that runs through all our pain and all our suffering, and that is unworthiness.

It's no coincidence that a lonely little girl who felt not a lot of love...it's no coincidence that I grew up to feel the genuine trust, validation and love from you. (*idem*)

Oprah entrevistou, conversara com cerca de trinta mil pessoas durante os vinte e cinco anos do seu *talk show* e nesse momento final não podia deixar de agradecer aos seus colaboradores a quem, juntamente com a proteção divina, atribui o seu sucesso:

The team stays, Harpo stays, the building stays. People ask the secret of the show's success, how have we lasted for 25 years? I non jokingly say: my team and Jesus. Nothing but the hand of God made this possible for me. (*idem*)

³⁶ Todas as citações do último programa do *The Oprah Winfrey Show* foram retiradas do visionamento disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=nK3eErqaIQs> (Visionado a 12/03/2015).

Um dos arrependimentos, que mais uma vez demonstra o seu enorme empenho no assunto, surge do seguinte modo:

That I was not able to bring enough attention - although I tried in two hundred and seventeen shows - was the sexual seduction, molestation and rape of children. One of my proudest moments in the story of the Oprah show was when my friend Tyler Perry joined me on stage and gave us his testimony of abuse. (*idem*)

Oprah despediu-se dando o seu endereço de correio eletrónico a todos oprah@oprah.com, deixando no ar a esperança de continuar com o seu público, mas agora seguindo outro rumo: "my next life at OWN." (*idem*)

Já em lágrimas, voltou a agradecer a todos:

You and this show have been the great love of my life! It's been all sweet, no bitter. We have hooted and hollered together, we ugly cried together and I thank you for all your support and trust in me. I thank you for sharing this yellow brick road in blessings, for tuning in every day with your mothers, daughters, partners, gay or otherwise, husbands coaxed into watching me. You were as much as sweet inspiration to me as I tried to be for you. (*idem*)

O programa deste dia foi o culminar de uma despedida que durou meses, mas quando se aproximou da hora final, Winfrey preferiu não se despedir pela última vez: "I won't say goodbye. I'll just say, 'Until we meet again.' God be the glory."

Winfrey abraçou e deu um beijo ao seu companheiro Stedman Graham e apertou as mãos de membros da plateia, antes de sair pelos corredores dos estúdios Harpo em Chicago, abraçando e chorando com seus funcionários e amigos, que a acompanharam nesta caminhada que agora chegara ao fim, gritando: "We did it!"

Este capítulo final de um percurso que a própria apelidou de “yellow brick road”, assim remetendo para um dos mais célebres percursos inscritos na imaginação americana, o de Dorothy e dos seus companheiros em *The Wizard of Oz*³⁷, apesar de toda a simplicidade exigida por Oprah, não poderia deixar de ter algumas celebridades sentadas entre o público, tais como Tyler Perry, Maria Shriver, Richard Sher, Suze Orman, Cicely Tyson, Mrs Duncan, a sua professora da escola primária, mas nesta ocasião ninguém acompanhou Winfrey no palco, dando assim a esta sessão final um cunho mais intimista. Para além de Oprah ser a única pessoa presente no palco, havia pouca música de fundo e apenas algumas imagens de programas anteriores. Antes do intervalo comercial, tocou a balada "Twenty-Five Years", escrita e gravada por Paul Simon especialmente para Oprah.

A grande despedida em termos de público ocorrera uma semana antes, quando Oprah apresentara um programa especial com várias estrelas de Hollywood, vários amigos, diante de um público de treze mil pessoas no *United Center de Chicago*.

Quanto a segmentos do *talk show*, foram vários os criados ao longo dos anos, uns mais mediáticos que outros, mas todos com a sua relevância. Começarei, então, por referir um dos mais polémicos, o *Oprah's Book Club*.

O *Oprah's Book Club* (OBC) teve início no dia 17 de setembro de 1996 e terminou com o fim do *talk show*. Neste segmento, Oprah escolhia um livro, promovia a sua discussão, muitas vezes com entrevistas aos autores, viagens aos locais mencionados nos livros e a abertura de concursos escolares em torno das obras selecionadas. Oprah selecionou setenta livros em quinze anos, embora em 2002 tenha feito uma paragem deste segmento, justificando que não conseguia ter tempo para ler, enquanto procurava também por obras contemporâneas. No

³⁷ Musical de 1902, baseado no romance de L. Frank Baum de 1899, *The Wonderful Wizard of Oz*, tantas vezes depois adaptado a cinema e outros meios.

entanto, no ano seguinte, em 2003, voltou com a mesma rubrica, mas num novo formato, mais limitado, pois passou a selecionar três a quatro livros por ano e optou por clássicos da literatura. Em 2005 voltou a reformular este segmento procurando autores contemporâneos.

A sua primeira escolha em 1996, publicado nesse mesmo ano, foi *The Deep End of the Ocean* de Jacquelyn Mitchard, o qual, como tantos outros, se tornou um *bestseller*. Este foi então apelidado como *The Oprah Effect*, ou seja, os livros mencionados no programa como seleções de Oprah aumentaram as vendas em milhões. Foi, de facto, um fenómeno que gerou muitas discussões sobre a autoridade cultural e gosto literário de Oprah. Este espaço televisivo transformou-se numa “instituição”, onde houve uma fusão revolucionária e controversa do que era literário, televisivamente visual e comercial.

Criaram-se vários mitos à volta deste Clube de Livros, pois este segmento exerceu uma influência cultural complexa e abrangente, criando um confronto entre os gostos literários denominados como “low” e “high”, quase como se houvesse uma literatura de primeira para uns e uma literatura de segunda para outros. No entanto, penso que é importante reter aquilo que Oprah efetivamente conseguiu:

In an era in which so many find themselves lamenting the decline of popular engagement with literature and literacy in favor of electronic media and other sources of distraction and satisfaction, Winfrey has proven through her admirably democratizing book club that there are in fact large and largely untapped portions of the population who are willing and eager to interact with literary texts, and through them, with each other. As a culture, we want and need to engage with literature in order to learn, as well as to entertain and enrich ourselves – to discover our humanity and that of others without feeling insulted or put off by hierarchical distinctions telling us what we can or cannot, should or should not read. Since 1996, via OBC – with all its interconnected strengths and weaknesses – Winfrey has helped to do just that. (Rooney, 2005, p. xiii)

As editoras fizeram uma estimativa relativamente às vendas dos livros com a “marca” de Oprah, afirmando que o poder de Oprah para vender um livro seria de vinte a cem vezes superior a qualquer outra personalidade dos média:

Granted, she’s an astonishingly wealthy média mogul who possesses remarkable authority both inside and outside the culture industry. People clearly respond to her preferences, practices, and opinions; the consistency with which book club selections have topped the best-seller lists attests to this. (Striphas, 2009, p. 115)

Muitos livros, devido a este sucesso de vendas, foram também adaptados ao cinema, sendo disso exemplo *The Deep End of the Ocean* (1996) e *The Reader* (1995). No entanto, embora tenha havido um crescimento da venda de títulos específicos, este facto causou uma diminuição nas receitas da indústria dos livros no seu conjunto. Como várias escolhas de Oprah eram clássicos, os quais eram considerados de leitura difícil, sendo também bastante extensos, esta situação implicava que os leitores habituais deixavam de comprar vários títulos do género de livros que habitualmente compravam, como por exemplo livros de ação/aventura e romances.

No entanto, e como referi anteriormente, o *Oprah’s Book Club* estava rodeado de polémicas. Uma delas diz respeito ao escritor Jonathan Franzen e ao seu livro *The Corrections* (2001), o qual foi uma das seleções de Oprah em 2001. O autor da obra escolhida por Oprah mostrou o seu descontentamento por ter sido uma das escolhas deste clube de livros. Acrescentou que seria um livro difícil de ler para o tipo de público que assistia regularmente ao programa em questão e que esperava atrair um público masculino, e não feminino. Numa entrevista à PowellsBooks.Blog, Franzen, abordando a questão das vendas e da reputação de um dado autor ou artista, afirmou ainda:

That's one of the perverse, not to say fetishistic responses to the obliteratively ubiquitous presence of buying in our lives: to say, ‘I don't buy the popular stuff, I buy the small label stuff,’ as if that makes you any less of a consumer. But I'm somewhat guilty of it myself,

and it follows a pattern. Certainly in music, suddenly the band you like because it was not produced goes to a major label and becomes heavily produced. [...] I don't think the same applies to fiction. The problem in this case is some of Oprah's picks. She's picked some good books, but she's picked enough schmaltzy, one dimensional ones that I cringe, myself, even though I think she's really smart and she's really fighting the good fight. And she's an easy target.

Surgiam críticas de todas as partes, mais ou menos fundamentadas, tornando-se o assunto praticamente tema de discussão pública nos E.U.A.. Alguns anos depois, em 2010, depois de Franzen ter enviado um novo livro a Oprah, esta escolheu-o mais uma vez, mas agora com a sua autorização e depois de conversarem sobre tudo o que acontecera antes, tendo Oprah considerado o livro *Freedom* (2010) uma obra-prima da literatura.

A segunda grande polémica refere-se ao escritor James Frey e ao seu livro *A Million Little Pieces* (2003), a seleção de Oprah do mês de setembro de 2005. Tinha-se iniciado uma nova fase no *Oprah's Book Club*, na qual Oprah passou a incluir obras contemporâneas. Esta foi a sua primeira escolha visto tratar-se de um livro de memórias. O livro era, assim, um suposto relato real da vida de Frey, onde este contava as suas vivências como alcoólico, toxicod dependente e criminoso, tendo inclusive estado preso. Ao falar de uma experiência de vida tão trágica deu força a muitas pessoas com os mesmos problemas, ajudando-as até a ultrapassar estas dependências. No entanto, a atenção e o sucesso desta obra literária levaram à questionação da veracidade de toda a história, tendo Oprah considerado que era importante esclarecer toda a verdade, fosse ela qual fosse. Foi então que convidou Frey para o seu programa de forma a descobrir se os boatos tinham ou não fundamento. Depois de uma conversa bastante tensa, Oprah levou Frey a confirmar que tinha efetivamente ficcionado o seu suposto livro de memórias e mentido a todo um público. Oprah levou também a editora de Frey, Nan Talese, para que esta defendesse a posição que Oprah tinha assumido ao classificar

o livro como *memoir*, e admitindo também que a apresentadora tinha verificado a veracidade do livro de acordo com a confirmação da própria editora.

Os comentários gerais a este episódio acabaram por ser na sua maioria de congratulações a Oprah por ter reposto a verdade e pelo facto de ter tornado o pedido de desculpas de Frey num ato público, dirigido a todos os leitores que tinham acreditado na história da vida de Frey.

Mas obviamente que as críticas ao *Oprah's Book Club* foram uma constante ao longo dos anos:

For example, Scott Stossel wrote in *The Atlantic*: 'There is something so relentlessly therapeutic, so consciously self-improving about the book club that it seems antithetical to discussions of serious literature. Literature should disturb the mind and derange the senses; it can be palliative, but it is not meant to be easy, soothing one that Oprah would make it. Oprah is using her book club to help her readers Get Culture, as though Culture is something that can be doled out like Prozac or pay raises, to elevate your happiness level and social status.' (Driscoll, 2014, p. 66)

Certo é que, apesar das críticas, Oprah ia arriscando escolhas de grande visibilidade. *Night* (1960) de Elie Wiesel levou Oprah e a sua autora, em 2006, a Auschwitz, dando a possibilidade aos telespectadores e leitores de visualizarem o ambiente e cenário da obra em questão.

Em 2007, uma das escolhas de Oprah foi *The Road* (2006) de Cormac McCarthy, livro agraciado com o *Pulitzer Prize for Fiction*. Foi nesse mesmo ano que Oprah entrevistou o escritor que deu assim a sua primeira entrevista televisiva, pois era muito reservado e não tinha um gosto particular pela esfera pública dos média. No mesmo ano, outro dos livros escolhidos foi *Love in the Time of Cholera*, uma obra que remonta ao ano de 1985, publicado em inglês só em 1888, do escritor galardoado com o Prémio Nobel da Paz, Gabriel Garcia Márquez, acentuando a sua grande influência como escritor, assim como da sua tradutora,

Edith Grossman, na América do Norte. Gabriel Garcia Márquez já tinha sido uma das suas escolhas de Oprah em 2004 com o livro *One Hundred Years of Solitude* ([1967] 1970).

Eckhart Tolle e o seu livro *A New Earth* (2005), uma das seleções de 2008, tornou-se a ponte para a modernização desta plataforma do clube de livros, pois em conjunto deram início a uma série de aulas interativas através do sítio *Oprah.com* onde se discutia o livro com o público de todo o mundo.

A última seleção do *Oprah's Book Club* foi uma edição especial de Charles Dickens que continha *A Tale of Two Cities* e *Great Expectations* (2010), o qual teve um número de vendas decepcionante, muito abaixo do esperado.

Assim, subscrevo a opinião de Rooney quando afirma que Oprah poderá ser definida como:

[Oprah is] a serious American intellectual who pioneered the use of electronic media, specifically television and the Internet, to take reading – a decidedly nontechnological and highly individual act – and highlight its social elements and uses in such a way as to motivate millions of erstwhile nonreaders to pick up book. (Rooney, 2005, p. xii)

Com efeito, ainda que pelo menos algumas das suas escolhas possam ter sido questionáveis, a sua intenção, tal como Franzen também reconhece, era boa, visto que promovia a leitura entre pessoas que talvez lhe dessem bastante menos atenção do que a meios de difusão cultural tecnologicamente mais modernos, como a própria televisão.

Oprah's Favorite Things foi outro dos segmentos do *talk show* que teve início em 2002 e terminou em 2010, tendo tido uma interrupção no ano de 2009. Normalmente este segmento era gravado na época festiva, perto do dia de *Thanksgiving*. Este era, pois, um momento aguardado por todos, sendo um dos programas com maior audiência. Oprah partilhava com o seu público, em estúdio, vários produtos que ela considerava úteis e que esperava serem um bom presente. No entanto, o público que assistia ao programa neste dia era devidamente

selecionado de acordo com critérios específicos. Os produtos oferecidos eram de vários tipos, como por exemplo ligados a culinária, produtos de beleza e de tratamento corporal, livros, música e objetos de uso doméstico, ou aparelhos tecnológicos.

O público selecionado, tal como referido anteriormente, poderia ter características específicas, tendo sido em 2004 um grupo de professores e, em 2005, um grupo de socorristas da catástrofe provocada pelo furacão *Katrina*.

O formato do programa de 2006 foi diferente pois Oprah não ofereceu os habituais presentes. Ofereceu a cada membro do público em estúdio um cartão de crédito com o montante de mil dólares e uma câmara de filmar. O objetivo deste ano seria usar o dinheiro para fazer algo de bom por alguém e filmar tal gesto.

No ano de 2008, houve uma edição especial deste segmento *Oprah's Favorite Things for Summer*. Em novembro do mesmo ano, um dia antes do *Thanksgiving* ocorreu o segmento habitual, mas com uma diferença. Entitulado *How to have the thriftiest holiday ever!* a rubrica deste ano era baseada na ideia *Do It Yourself* e em presentes baratos comparados com os habituais, pois Oprah achou que, devido à difícil situação económica do país, seria desajustado dar os presentes habituais, de custo relativamente elevado.

Em 2010 foi transmitido a última edição desta rubrica que, pela primeira vez, teve uma segunda edição, tendo sido transmitida nos dias 19 e 22 de novembro. Foi intitulada *Ultimate Favorite Things* e os presentes oferecidos eram na sua maioria repetições dos anos anteriores.

No entanto, tal como tudo o que envolve Oprah, também esta rubrica foi alvo de críticas e de alguma sátira por parte de outros programas televisivos onde parodiavam a reação do público que recebia os presentes. No entanto, mais uma vez, os produtos incluídos nas listas de Oprah aumentaram estrondosamente as vendas, pois as pessoas queriam ter os mesmos produtos

usados por Oprah: “The showcasing of Oprah’s favorite things and book recommends also convey a message about her tastes that contributes to one’s sense of being similar with her.” (Nelson, 2005, p. 5) Houve negócios que cresceram exponencialmente por terem sido parte do programa, enquanto outros, embora não estivessem na lista de Oprah, chegavam a simular fazerem parte dela, de forma a conseguirem aumentar igualmente as vendas. A marca Oprah não fez crescer só a indústria de livros. Tudo o que tivesse a sua marca vendia, independentemente das razões que justificassem este facto: “Oprah, in short, is a brand that fulfils an important economic and cultural function in the book industry and beyond.” (Striphas, 2009, p. 115)

Oprah confidenciou que o iPad oferecido em 2010 era o presente que mais lhe agradara na vida. Para além disso partilhou também o seu sentimento em relação a estes momentos que acima de tudo foram marcados pela surpresa e felicidade proporcionada a pessoas comuns, demonstrando-lhes que há sempre algo de bom que pode acontecer nas suas vidas.

Remembering Your Spirit foi outro segmento introduzido no *talk show*, o qual apelava à autonomia individual, à liberdade pessoal e ao espírito empreendedor de cada indivíduo. Oprah partilhava com o seu público, nos últimos cinco minutos de cada programa, uma nova perspetiva sobre a forma de cada um adquirir individualmente a sua “luz” interior. Esta mensagem era transmitida através da abordagem de temas espirituais, os quais eram apresentados em histórias de vida e palavras inspiradoras. Este segmento foi enquadrado no que Oprah denominou como *Change Your Life TV*, uma mudança que ocorreu entre 1994 e 1998: “Included in this change were major alterations to the show's format. Episodes included two-minute spots titled ‘Remembering Your Spirit,’ that included inspirational testimonials

from celebrities and everyday folk on how they learned to live ‘a more spiritual life.’” (Lofton, 2006, p. 603)

Com esta nova denominação, Oprah trouxe peritos de várias áreas ao seu programa com o objetivo de ajudar aqueles que precisassem de conselhos. Iyanla Vanzant era uma perita em *self-help* e em questões espirituais. Ficou conhecida pelos seus conselhos marcados pelo humor. Dr. Phil, uma das presenças mais apreciadas no programa, também dava conselhos aos telespectadores, sendo bastante exigente com eles. Em 2002, criou o seu próprio programa intitulado *Dr. Phil*. Suze Orman era outra das presenças regulares no programa, tendo ficado conhecida pelos seus famosos “Suze smackdowns”. Suze dava conselhos sobre as finanças e a economia dos americanos, sempre com uma abordagem emotiva e motivacional.

Para além destes convidados e das suas matérias de interesse, Oprah mudou a realidade televisiva na medida em que os temas normalmente considerados tabus e a própria forma de os abordar foi completamente alterada. Assistia-se a uma conversa informal, onde o objetivo era facultar ao público ferramentas para aperfeiçoarem o seu *self-help*, assim como mostrar-lhes que era possível conseguir sempre mais:

Oprah has changed what people talk about publicly and how they talk about it ... Personal experience makes guests authorities on a subject ... From the guests on stage to the studio audience to viewers at home, the average ‘you’ is democratically included in what Oprah does. This sense of inclusion of *your* experience has helped to form the bond between Oprah and her viewers. Even though you are at your house alone, or at your computer alone, Oprah’s work tells you that you are not alone. Problems that you thought were yours alone are shared by others like you. (Nelson, 2005, p. 22)

Esta era a mensagem principal que Oprah pretendia transmitir ao seu público. Há sempre alguém com os mesmos problemas e dilemas e esta rubrica pretendia ajudar as pessoas a ultrapassá-los, procurando uma espiritualidade própria.

No entanto, toda esta questão de espiritualidade deu origem a muitas controvérsias sobre a religião de Oprah, por muitos criticada pelo facto de não assumir publicamente, em qualquer momento, uma religião. Apesar de ter sido criada segundo os valores da Igreja Batista, com a sua avó materna, a postura de Oprah retratava mais os valores da Igreja Presbiteriana, menos popular e não propriamente ligada à cultura afro-americana. Torna-se difícil colocar um rótulo a Oprah relativamente a este aspeto, pois ela não autoriza que o façam. Havendo uma pluralidade cada vez maior das tendências religiosas e das questões da fé nos E.U.A., Oprah adaptou-se perfeitamente a esta realidade, defendendo acima de tudo uma espiritualidade e não uma doutrina, assumindo perante o seu público o estatuto de guia espiritual:

Despite the ‘New Age’ label attached to the phase in her career in which Oprah explicitly focused on spiritual ideas, Oprah’s teachings have a surprisingly traditional core. They are about everyday attitudes, responsible decision making, sharing one’s gifts. They are above all practical, how-to, self-help, just-do-it. (Nelson, 2005, p. 81)

Mas o que a terá tornado também um ícone espiritual? Este era um simples segmento do seu *talk show* que deu origem a várias críticas, às quais Oprah também reagiu, provavelmente pelo facto de já estar cansada de ser conotada erradamente com algo com o qual não se identificava: “I am not a New Age anything and I resent being called that. I am just trying to open a door so that people can see themselves more clearly and perhaps be the light to get them to God, whatever they may call that.” (Mansfield, 2011, p. 70)

No entanto, há razões para a apudarem de líder espiritual. Oprah configurou a mentalidade de muitos americanos, principalmente das mulheres que assistiam diariamente ao seu programa:

Winfrey has figured as a vehicle by which spectators transform the limits of fixed subjectivity. She represents a position from which audiences adopt the disciplinary tactics of body- soul maintenance – of spiritual introspection and dietary self-moderation as techniques of the self and as modes of personal uplift. (Mask, 2009, p. 147)

Contudo, não posso deixar de referir a importância da espiritualidade de Oprah como uma marca da sua herança cultural afro-americana. Oprah nunca negou o sofrimento que está intrinsecamente ligado a esta população, adotando a postura da auto-ajuda como forma de ultrapassar este sofrimento. Mais uma vez, ela quis demonstrar a toda uma população negra que era possível vencer independentemente do passado de cada um:

African American spirituality acknowledges the suffering that is part of the history of blacks in America, provides a refuge and an explanation and offers some answers that history and spirituality shape Oprah's understanding of the meanings of suffering. Illouz puts it this way: 'Oprah Winfrey has derived her insistence on endurance, self-help, and the perfectibility of the self from African American culture, in particular, from an interpretation of the world that helped make sense of and bear suffering. (Nelson, 2005, p. 9)

Independentemente da sua herança cultural e dos valores a ela ligados, Oprah tinha um objetivo, por vezes mal interpretado pelos críticos. Ela queria ajudar as pessoas a ultrapassarem as suas limitações pré-concebidas a nível da espiritualidade, mostrando-lhes que poderiam ir sempre mais além. E, se para tal utilizou o segmento *Remembering Your Spirit* de forma terapêutica, fê-lo intencionalmente. Oprah queria “falar” com o vetor psicológico dos seus telespectadores, queria apelar ao seu amor-próprio, à sua individualidade como ponto central da sua possibilidade de melhoramento pessoal. Oprah assumiu assim o papel de ícone, humanizando o divino e o transcendente, tornando-o perceptível e relacionando-se com ele.

Depois do término do seu programa, Oprah resumiu em poucas palavras, num artigo da sua revista *O*, tudo aquilo que ambicionou transmitir ao seu público e que, no fundo, apresenta o meu ponto de vista quanto a este segmento:

For me, spirituality is recognising that I am connected to the energy of all creation; that I am part of it – and it is part of me. Whatever label or word we use to describe “it” doesn't matter – they are inadequate. Spirituality isn't something I believe in. It is what, and who, I

am: a spiritual being having a human experience, as the French philosopher and priest Pierre Teilhard de Chardin profoundly said. Knowing this has made the difference. It allows me to live fearlessly, and to manifest the purpose of my creation. I will even be bold enough to say that I know for sure it's the greatest discovery of life: to recognise that you're more than your body and your mind.

For several years during the 1990s, I had a segment on my show called 'Remembering Your Spirit' – in spite of being ridiculed in the press for it, and getting flak from some viewers who weren't willing to accept the message that there's more to our lives than our five senses reveal. Over the years, I've continued to find new ways of introducing the concept of spirit to a broad audience. *O, The Oprah Magazine* is one of them – that mission being to help people find their best life, one that acknowledges mind, body and spirit.

Encouraging others to recognise the fullness of their potential through spiritual connection is my greatest purpose. It's the reason I've continued to do the show all these years, and why I decided to start my *own* television network – the Oprah Winfrey Network – devoted to that purpose. (*O Magazine, 2008*)

Num outro segmento apelidado *What's the Buzz*, Oprah apresentava figuras públicas que atingiam um *boom* de popularidade, indo ao encontro mais uma vez do já conhecido *Oprah Effect*. Quem fosse ao *The Oprah Winfrey Show* garantidamente beneficiava de uma publicidade que daria origem a uma maior popularidade, independentemente da área mediática. Reese Witherspoon, Ricki Martin, Jamie Foxx, James Blunt foram algumas das celebridades que lucraram com este efeito, quer fosse com a divulgação de filmes e álbuns, quer fosse com o aumento da popularidade.

Wildest Dreams foi um outro segmento, no qual Oprah proporcionava a realização de sonhos a qualquer pessoa seguindo o lema "If you can dream it, the Oprah Show Wildest Dream can make it happen!" Estes sonhos realizados incluíram casas novas para famílias carenciadas, momentos únicos entre seguidores e os seus ídolos (músicos, atores, etc), viagens à Disneyland para alunos, material informático para escolas na Austrália, pagamento de dívidas

a famílias, pagamento das despesas escolares de alunos, viagens à Austrália para os seus seguidores, e até o maior “Wildest Dream” de sempre – todo o público presente no estúdio do programa recebeu um carro novo, um Pontiac G6 – um episódio que, ainda hoje, é lembrado pela euforia e histerismo do público. Foi um dos momentos mais marcantes da história da televisão americana. Apesar de Oprah ter recebido os créditos por ter oferecido os carros, estes foram na realidade doados pela Pontiac de forma a publicitar o novo modelo. Foi uma das técnicas publicitárias mais comentadas e bem-sucedidas de sempre, uma vez que a notícia correu mundo.

Os telespectadores escreviam para a produção do programa, que analisava as descrições dos sonhos e as razões apresentadas. Se para alguns foi realmente a realização de um sonho, para outros foi muito mais que isso, pois permitiu-lhes melhorar as suas vidas. Temos como exemplos, entre tantos outros, os seguintes: Rosie Rodriguez e Jake Simpson que conheceram os seus ídolos musicais e cantaram com eles; Rachel fez uma reconstituição dentária que lhe permitiu voltar a sorrir; Gayle King, a melhor amiga de Oprah, foi também surpreendida com a visita do seu cantor preferido, Josh Groban, que lhe fez uma serenata. Foram momentos únicos vividos em televisão e que tanta alegria trouxeram. Para além da vertente comercial de publicidade daquilo que era oferecido, houve sempre o lado humanitário. Se havia uma publicidade explícita aos produtos e às marcas em algumas das situações, havia acima de tudo uma intenção: dar algo a alguém, proporcionar a realização de sonhos que até então pareciam impossíveis.

Tuesdays with Dr. Oz foi outro dos segmentos, no qual Dr. Mehmet Oz, na altura responsável pela cirurgia cardíaca no *Columbia Presbyterian Medical Center* em Nova Iorque, respondia a perguntas do público no âmbito da medicina. Esta participação no programa de Oprah levou à

criação do seu próprio programa em 2009, *The Dr. Oz Show*. Apesar de ter sido criticado pela propagação da sua “pseudo-ciência”, ganhou em 2009 o prémio Pigasus.

Fridays Live era uma rubrica semanal, da décima terceira temporada, gravada em direto, a qual consistia num painel de comentadores composto por Oprah, Gayle King, Mark Consuelos e Ali Wentworth. Estes comentavam as notícias da semana, fazendo referência a eventos e ao próprio programa. Na temporada seguinte, Oprah apresentou esta rubrica sozinha e, na última temporada do programa, esta rubrica desapareceu do alinhamento.

Oprah desenvolveu um programa de alerta nacional no seu *talk show* denominado *No Phone Zone*, o qual foi lançado no dia 6 de março de 2010, tendo como objetivo alertar as pessoas para os perigos de conduzirem qualquer tipo de veículo e simultaneamente falarem ao telemóvel ou escreverem mensagens. Este programa cívico era transmitido no início e no final do seu *talk show*, sendo patrocinado pelas empresas *Liberty Mutual* e *Sprint*, sendo *FocusDriven* o beneficiário oficial deste programa.

Oprah criou também, no seguimento deste programa, o primeiro *No Phone Zone Day*, o qual ocorreu no dia 30 de abril de 2010. De forma a criar um maior impacto entre todo o público americano, Oprah contou com o apoio de várias estrelas de Hollywood, entre elas Sandra Bullock, Tina Fey, Morgan Freeman, Jerry Seinfeld e muitas outras. Todos estes esforços conjuntos tentavam acabar com a condução distraída de muitos condutores que, pelo facto de estarem a utilizar aparelhos eletrónicos durante a condução, provocavam acidentes, muitas vezes com consequências irreversíveis.

Oprah conciliava em si todas estas rubricas, as quais foram apresentadas de forma resumida, pois muito mais haveria para dizer sobre cada uma. No entanto, dada a amplitude e

complexidade da pesquisa direcionada para um objeto cultural, sociológico e comunicativo como Oprah é, tive de fazer escolhas de forma a poder focar-me em elementos concretos, cuja seleção tem também uma dimensão pessoal.

Escolhi seis sessões do *The Oprah Winfrey Show*, que me permitissem perceber a evolução do programa e da própria Oprah, a qual, como julgo que já antes ficou explícito, se inovou constantemente enquanto produto televisivo que vendeu durante vinte e cinco anos e, que, apesar de alguns altos e baixos, manteve sempre a liderança das audiências.

Oprah será então analisada, nas suas várias facetas enquanto apresentadora de um *talk show*, facetas essas que justificam a sua posição de supremacia televisiva. Ela é encarada como sendo nada mais, nada menos do que: “a product that possesses acclaimed omnipotence and proclaimed omniscience.” (Lofton, 2011, p. 212)

4.3 Análise de episódios do *The Oprah Winfrey Show*

Este estudo não poderia dispensar a análise específica de uma seleção de programas do objeto televisivo que transformou Oprah Winfrey numa personalidade mediática.

A minha análise das sessões ou programas escolhidos é naturalmente pessoal e informada por toda a contextualização apresentada no presente estudo. A escolha prendeu-se em grande parte com a disponibilidade de acesso à versão integral. Tentei, no entanto, manter uma dimensão evolutiva na análise, por via da escolha de programa de anos diferentes (em alguns casos) e com conteúdos diferentes, nomeadamente: programas de entrevistas e promoção de filmes (1), como sucede no caso da entrevista a Robin Williams e a Nathan Lane, assim como aquele (2) que conta com a presença de Tom Cruise, assumindo este o papel de *entertainer*; um programa (3) sobre a questão da perda de peso e os programas de emagrecimento, bem como as consequências daí advindas, tema que à própria Oprah também dizia pessoalmente respeito; outro programa (4) sobre milagres e curas, entrando assim num tema mais polémico mas de certa forma apelativo; um outro episódio (5) centrado no desafio *vegan* que alerta as pessoas para o tipo de alimentos consumidos, tendo assim uma função simultaneamente informativa e formativa; e por fim (6) o programa sobre tortura infantil, com a colaboração e testemunho de Clayton Moss, dando, assim, ao programa uma função tanto informativa como formativa pois alerta inclusivamente as crianças para o risco de situações semelhantes.

Tentei, desta forma e na medida do possível, ser suficientemente abrangente na variedade dos programas escolhidos de forma a contextualizar todo um amplo produto televisivo, o qual seria impossível de analisar detalhadamente neste estudo de forma integral, se se atender quer à quantidade de programas transmitidos quer à variedade de temas abordados ao longo de vinte e cinco anos.

4.3.1 *The Oprah Winfrey Show* – Robin Williams e Nathan Lane

Esta sessão foi transmitida no dia 13 de fevereiro de 1996, tendo como convidados Robin Williams e Nathan Lane.

Trata-se de um programa que aposta no fator entretenimento, onde os atores vão fazer a divulgação do seu último filme *The Birdcage*. Estamos perante um programa algo desconcertante devido à atitude irrequieta e travessa de Robin Williams. A apresentadora surge como quase não conseguindo fazer perguntas e este ator responde sempre em modo personagem, com piadas, imitações, remissões para momentos ou aspetos reconhecidos pelo público. Vemos uma Oprah bem-disposta, entusiasmada com o seu convidado, embora por vezes, pelo menos aparentemente, algo desconcertada pelas atitudes brincalhonas de Robin Williams. Durante toda a conversa podemos ver grandes planos do público, também este em gargalhada constante e entusiasmado com a presença de Williams.

Neste programa, da década de noventa, estamos perante uma Oprah de postura descontraída e pouco formal. Ainda não é visível um cuidado extremo com a roupa, como acontece em programas já mais recentes. Oprah apresenta-se com um vestido cinzento comprido e de manga comprida, uns collants cinzentos e umas botas pretas curtas de verniz, o que demonstra talvez o cuidado em não usar algo que pudesse de algum modo desviar a atenção que os seus convidados merecem, preferindo o uso de um tom sóbrio e neutro. Aliás a elegância da simplicidade do vestido virá a ser assinalada pelo próprio Williams.

O programa inicia-se com um *teaser*³⁸ para os telespectadores sobre o que se irá passar, assim como com uma seleção de imagens hilariantes do ator retiradas do programa a que se irá

³⁸ *Teaser* é um termo importado do inglês, correntemente usado a nível da publicidade, visando despertar o interesse do público a quem a mensagem se dirige. Neste caso, corresponde a uma seleção de imagens que antecipam o que irá aparecer mais tarde no programa, servindo como indutor de uma motivação adicional para o

assistir. A iniciar a sessão em si, Oprah apresenta-o pelo seu nome Robin Williams, ouve-se a voz do ator e Oprah passa a anunciar ao público que Robin já lá está, chamando-o de forma enfática depois: “Robiiiiiiiiin Williaaaaaaaams”. Fá-lo no meio do público, de pé, evidenciando bastante entusiasmo e usando o adjetivo “incomparable”.

Williams, numa espécie de pré-entrada em cena começara a fazer comentários a partir dos bastidores, antecipando assim a sua presença em palco, o que permite conferir mais ritmo à sua real entrada. Ao entrar no estúdio e dirigir-se a Oprah, dança pelo palco, dando um grande dinamismo a este momento. Ao mesmo tempo podemos ver imagens do público em delírio e até de um operador de câmara, enquanto Oprah vai repetindo “Robin is here! What can I say?!” Os dois simulam passos de dança bem-humorados antes de se sentarem e mostram-se ambos muito entusiasmados. Oprah vai enfatizando a sua alegria em ter Williams no seu programa ao mesmo tempo que diz “Oh my God! Well! ... Well! ...Well!” pois está à espera que o incontrolável Robin Williams, que entretanto foi espreitar o que se encontra atrás do sofá onde irá sentar-se, se sente efetivamente.

No cenário, podemos ver dois sofás beije, uma mesa no meio em frente, estantes baixas na parte de trás com livros e o que parece ser uma janela ampla, tendo ao centro a tela com o logotipo do programa em tons de azul.

O público presente no estúdio, diversificado, mas constituído, tanto quanto nos é dado observar, maioritariamente de mulheres brancas de várias idades, aplaude em delírio e a apresentadora agradece tentando acalmá-los e dizendo “Thanks! Thanks audience! Thanks audience!”

público que não está em estúdio. Mais adiante, o termo será ainda usado para referir esse mesmo tipo de gesto publicitário e motivador de interesse, mas de forma oral, em certas intervenções de Oprah dirigidas a todas as audiências, tanto em estúdio como fora dele.

Visto o público ter acabado de visionar o filme que Williams e Lane vêm divulgar, *The Birdcage* e ser feita uma referência ao mesmo logo no início da conversa, Oprah dirige-se aos espectadores presentes no estúdio, perguntando como que num aparte: “Did you like it?!” Oprah conta ao público a sua própria reação ao filme: “I saw it by myself and I laughed out loud, I can’t imagine with lots of people!” Williams comenta, canta e dança à volta de Oprah e esta ri-se, animada, acrescentando que, quando ele vem ao programa, não é preciso preparar a entrevista. Esta observação justifica-se pelo facto de Williams surgir como imparável e difícil de controlar como entrevistado devido às constantes interrupções hilariantes que introduz no seu desempenho, arranjando sempre uma oportunidade para mostrar o seu lado histriónico, o que parece ser simplificado pelo facto de a conversa fluir de modo muito informal.

Oprah consegue, por fim, fazer-lhe uma pergunta sobre o filme: “Was this your best experience yet, *Birdcage*?” Ao longo do programa, Oprah brinca com Williams e com a sua atitude dizendo que vai tentar fazer-lhe uma pergunta ou outra. O ator mantém uma atitude consistentemente desconcertante. Oprah é interrompida a cada instante, tentando, ainda assim, fazer as perguntas que tinha preparado e recuperando até o que tinha em mente como introdução, que não conseguira dizer aquando do começo do programa: “Wait a minute, wait a minute cause you are truly, you can accept the fact that you are truly famous...I was trying to say in the beginning that I first met you...” Williams brinca, levanta-se, dança e Oprah ri, mostrando-se algo perplexa com a situação.

A conversa segue com a apresentadora a tentar fazer perguntas, Williams a interromper constantemente com piadas, fazendo Oprah e o público rirem às gargalhadas. O registo linguístico é sempre muito informal, chegando até a sê-lo em excesso pelas intervenções de Williams. Segue-se um vídeo de um outro programa de Oprah, “Celebrities tell how to be a

star” de 19 de setembro de 1995, com Pam Dawber, atriz que contracenara com Williams em *Mork and Mindy* e que conta um episódio engraçado sobre o ator. No seguimento do vídeo visionado, Oprah pergunta ao seu convidado: “Are you always on? And how many people live inside you?” Este faz uma expressão de espanto, o público ri e o ator, depois de uma pausa não muito longa mas significativa, simula mandar calar alguém que, por cima do seu ombro, estaria a preparar-se para lhe cortar a palavra. Este é um dos momentos em que algo de mais sério se pode entrever em termos da questionação de Oprah, mas que acaba por ser desviado novamente para o histriónico, talvez revelando a sensibilidade de Oprah a um potencial desconforto do convidado, a um sinal subtil de que não desejaria prosseguir nesse caminho. Mais tarde, Oprah voltará a fazer-lhe uma pergunta sensível, que tem a ver com a possibilidade de, um dia, o público deixar de conseguir acompanhar ou aderir ao trabalho do ator, deixando-o numa posição de total desamparo, pergunta à qual Williams responde com sinceridade, admitindo o medo de que tal aconteça. Aqui a questão é colocada especificamente a Williams, mas é uma questão que não poderia deixar de estar na mente de Oprah como possibilidade que a todos pode atingir, incluindo a si própria.

Num momento seguinte, a apresentadora tenta avançar para histórias da infância de Williams e mais uma vez é interrompida. A pergunta “Have you ever wondered what Robin was like as a child?” é respondida por Williams do seguinte modo: “I wonder!” Oprah insiste: “I was surprised to hear that you came from a wealthy background...” “You were shy, were you shy? I read somewhere...” O ator vai respondendo em modo personagem e com imitações. Oprah tenta de alguma forma conter Williams dizendo “You know what I mean ... Ok! Ok!”, de alguma forma a dar sinais, inclusivamente com as mãos, para que este a deixe seguir com a entrevista. Termina, então, o segmento com a introdução de um *teaser* sobre uma colega de infância que vai falar sobre o ator.

Regressam com a apresentação de Randy, um membro da assistência, que fora colega de Williams no quarto ano. O ator não se recorda dela e continua a fazer humor provocando o riso e a gargalhada geral, inclusive da colega envergonhada, que acabará por refutar a teoria de que o ator seria tímido em criança. Oprah justifica-se: “It is one of those things you read about celebrities...” Continua a fazer perguntas a Randy sobre o ator: “What do you remember, honestly!” Passam fotografias da turma e, enquanto passam mais fotografias do ator em criança, Williams continua a interrogar-se sobre que escola foi essa e se não haveria confusão – “That’s not me!” – o que dá origem a mais gargalhadas. A conversa segue com Randy a contar algumas histórias e, embora o ator não se recorde bem desse tempo, mostra interesse pelo assunto. Termina, assim, o segmento com um *teaser* anunciando Nathan Lane, o ator que contracena com Williams em *The Birdcage*, seguido de um clip do filme. Oprah prossegue fazendo uma apresentação de Nathan Lane, interagindo com o público e dizendo: “Isn’t he wonderful? So good!” Anuncia então Nathan Lane com entusiasmo: “Welcome Nathan Laaaane!” Todos recebem o ator de pé, com aplausos e Oprah, com um grande abraço, demonstrando a sua alegria em tê-lo no seu programa, diz: “Wonderful to see you!” Iniciam uma conversa a três falando sobre a experiência de fazer o filme, proporcionando ao público um momento descontraído e de humor pelo facto de ambos os atores falarem das suas personagens, um casal homossexual, numa comédia, e prosseguem brincando: “Did you get in touch with your female side, Nathan?” A conversa flui num determinado sentido, supostamente não previsto e Oprah interage com a régie³⁹ perguntando por um clip que gostaria de passar: “Do you have that clip? Which clips do you have there? They’re looking...” Este momento é o da aparente confirmação da entrevista não estar a seguir o que fora planeado e Oprah surge como não tendo qualquer problema em dizê-lo publicamente,

³⁹ Régie é o termo usado para referir o espaço onde estão a ser coordenadas as diversas tarefas inerentes à realização de produtos audiovisuais em estúdio, permitindo a comunicação entre quem está no momento da exibição em palco e a equipa na retaguarda da produção.

dando assim um tom de improviso e veracidade ao que se passa, o que em muito contribui para criar um clima de confiança no público de que está realmente a assistir a algo de genuíno, ou seja, que não foi previamente planeado ou previsto. É, naturalmente, possível visionar o clip solicitado após uma pequena espera conferente de credibilidade ao momento. São constantes as imagens do público a rir e a aplaudir. Ao longo de todo o programa são intercalados vários clips do filme *The Birdcage* assim como clips de Williams e de Lane. Após a visualização de um segmento de vídeo em que maquilham Lane de forma a transformá-lo numa mulher, Oprah interroga-o sobre o que um papel como este poderia implicar como reputação para si, abrindo assim espaço, ainda que de forma breve e algo ligeira dado o contexto de comicidade, para a questão da identidade sexual e do modo como é vista socialmente. Oprah prossegue a conversa pedindo a Williams que imite o andar de John Wayne, o andar à homem macho, para contrapor à atuação de Lane no filme como mulher. Estamos perante outro momento especial, mas comum no programa de Oprah, em que esta se junta a Williams tentando imitá-lo na sua performance como John Wayne, juntando-se também Lane a este momento de espetáculo televisivo de grande impacto. Um outro, menos controlado por Oprah e a sua produção, ocorre quando a apresentadora lê o teleponto, em pé, com um braço por cima de Lane, anunciando o que se seguirá no programa, enquanto Williams, ao seu lado, brinca imitando Oprah em linguagem gestual e chegando a satirizá-la, como alguém que fala e fala sem parar. Ao longo do programa, são visualizados outros clips – de Hank Azaria, ator também do filme *The Birdcage*, a contar uma história engraçada ocorrida no set de filmagens ao mesmo tempo que se vê mais uma cena do filme; ou o da que Oprah afirma ser a cena sua preferida (“My favorite scene!”). Dadas as sucessivas interrupções de Williams, a apresentadora pergunta a Lane se tal também acontecia durante as filmagens (“Did this happen when you were on the shooting everyday?”), acabando por perguntar a Williams se planeou as intervenções que tem estado a fazer até aí no programa –

“Everything you said here today, did it just come out?” – ao que o ator responde “Yes, it’s kinda like tourette!” Williams mantém o tom histriónico, mas este é, com efeito, um momento aproveitado para sublinhar o carácter de genuinidade do que ocorre em estúdio, assim valorizando o tipo de relação com a audiência que Oprah deseja promover como próprio do seu programa.

A apresentadora introduz, de seguida, o tema da família com humor: “Oh my gosh! What do your children say about you?” “Daddy, lay down!” Vê-se então imagens da família de Williams projetadas no plasma atrás, conseguindo então Oprah manter uma pequena conversa com alguma seriedade, intercalada com piadas “Must be fun being in that family!” Finaliza-se então o segmento com um *teaser* sobre Christopher Reeve, assunto que surgirá a seguir.

No regresso, e após mais um clip do filme promovido pelo programa, Oprah volta a recomendá-lo, dizendo: “It is very, very funny! You will laugh out loud! Take your friends! It’s better than laughing by yourself!” Isto serve de ponto de partida para a conversa sobre Christopher Reeve e a importância que o humor pode ter para a vida. O tom, ainda que mantendo um registo descontraído, torna-se mais sério devido ao estado do ator que tinha sofrido no ano anterior um acidente equestre bastante grave que o deixara tetraplégico. Apesar da seriedade do assunto, Williams conta a sua ida ao hospital para o visitar e animar também por via do humor. Oprah vai acompanhando as informações dadas por Williams, usando a exclamação “Amazing!” para conferir especial sublinhado ao facto de Reeve já conseguir respirar por uma hora e meia sem ser de forma assistida. Entre palmas do público que reforça, espelhando-a, a ênfase conferida por Oprah, esta comenta um rumor sobre um possível pacto feito entre Williams e Reeve na universidade e socorre-se do público como elemento corroborador: “Did you all hear that?” Perante a reação do público, acrescenta: “Yes, a lot of people has heard that!”. Consegue, assim, o que é uma das marcas do seu programa, o

encurtar da distância entre apresentadora e audiência, bem como o colocar daquela num patamar de comunidade alargada e não tanto de perito num dado assunto, o que permite que o público a veja mais como companheira informada e inspirada, do que propriamente como mestre.

Oprah incita mais uma vez o público a ir ver o filme, sublinhando a relevância do riso: “I’m really hoping America will go see this movie ‘cause it’s so funny! We need to laugh. Don’t we need to laugh? We need to laugh!” O facto de Oprah apontar a necessidade das pessoas rirem acentua o que poderá ser uma dimensão terapêutica do riso (ainda mais necessário em tempos que possam ser encarados como complicados, o que poderá conter uma crítica oblíqua à situação política então vivida – Williams referi-la-á mais tarde como “times like these”, acrescentando algo que sugere uma combinação prévia sobre assuntos a não abordar: “not gonna say it”), ao mesmo tempo que ajuda a reforçar a ideia da importância de se contribuir para o bem-estar geral.

A entrevista segue neste momento mais tranquila, com referência a outros trabalhos do ator. O segmento termina com um excerto do trabalho de Lane na Broadway, em *Guys and Dolls* (1992) e com mais uma cena do filme que se encontra a ser promovido. Voltam com cenas de uso das vozes de Williams e Lane nomeadamente dos filmes da Disney *Lion King* (1994) e *Aladdin* (1992) e continuam numa conversa animada sobre este tipo de trabalho. Lane acabará por fazer uma intervenção particular que demonstra o poder de Oprah como ícone televisivo reconhecido pelo próprio ator: “And suddenly I’m on Oprah!” (note-se que este é imediatamente desconstruído pelo comentário de tonalidade sexual de Williams – “You are near her, not on!” – o que provoca mais uma vez a hilaridade do público).

As intervenções cómicas de Williams continuam provocando gargalhadas constantes entre todos os presentes. Visiona-se de seguida um relato engraçado de Elaine May, colega de

elenco dos dois atores convidados e Oprah dá mais uma vez a palavra a um membro da assistência, neste caso bastante jovem: “So you’re asking Robin what... What was his favourite kind of movie?”; sublinha, assim, a grande interação e proximidade entre todos. A esta pergunta sobre preferência por produtos com maior vertente social ou de entretenimento familiar, Williams responde com um tom ligeiramente mais sério e falam de seguida sobre *Jack* (1996), outro filme em que Robin participa. Oprah refere: “This movie is coming up this Fall? *Jack!*” “You play...?”, levando Williams a falar sobre este filme, sobre a sua personagem e sobre os fantásticos realizadores com quem tem trabalhado e aprendido. Williams irá, aliás rematar com uma observação cujo teor vai muito ao encontro do que o programa de Oprah virá a sublinhar no futuro de forma mais enfática, ou seja, a afirmação da enorme relevância do auto-crescimento através do trabalho e da aprendizagem constantes que, neste caso, também fazem parte da atividade de um ator. Oprah demonstra estar maravilhada com o que ouve de Williams. A conversa segue séria ainda que descontraída, num ambiente bastante familiar, como que decorrendo numa roda de amigos. É feita uma referência ao filme *Dead Poets Society* (1989) e Oprah manifesta de imediato a sua opinião – “Which is my all time favorite movie! All time favourite movie!” – a qual surge como totalmente partilhada pelo público que logo bate palmas. Verifica-se, assim, o uso estratégico pela apresentadora de uma pergunta de um dos membros mais jovens da assistência para espoletar uma reflexão comparativamente longa sobre desenvolvimento pessoal, sobre o que pode proporcionar o alargamento de horizontes mentais, um bem mais valioso do que o próprio dinheiro, aqui descrito como bónus, evidentemente muito bem-vindo.

Por fim, Oprah despede-se do público com bom humor, comentando o programa agitado a que tinham assistido “Thank you for watching, you just let Robin be Robin! That’s it!”

É visível ao longo de todo o programa, a intervenção do público presente no estúdio através de falas específicas e gerais de Oprah que, no fundo, solicita à assistência a confirmação do que diz. Há um grande envolvimento entre apresentadora, convidados e público visível através dos planos técnicos. Diversas vezes, ao longo do programa, a apresentadora mostra interesse ao sentar-se na ponta do sofá, numa atitude mais descontraída, mas expectante e mais próxima dos convidados, tratando-os inclusive pelo nome próprio, algo que só acontece quando há uma relação mais próxima. E essa relação é transmitida ao grande público, assim demonstrando uma grande cumplicidade entre todos os que participam no programa (apresentadora, convidados, público no estúdio e telespectadores).

Ao longo deste programa especificamente de entretenimento, Oprah quase que perde o controlo da entrevista pela postura apresentada por Williams, tentando sempre recuperar o guião prévia e presumivelmente preparado, mas chega a dizer que com Williams é impossível fazê-lo pela sua postura irrequieta. Há, no entanto, que perceber que o programa tem uma estrutura bem delineada e que, se, por um lado, Oprah dá espaço aos convidados para abertamente falarem sobre o tema principal, neste caso a promoção do filme *The Birdcage*, ela nunca perde totalmente a sua função de condutora dos acontecimentos durante a entrevista, insistindo em obter as respostas que inicialmente haveria idealizado, mesmo que a sua insistência ocorra em tom de brincadeira. O público é a sua âncora no sentido em que vai confirmando, quer com palmas quer com expressões faciais e interjeições, aquilo que Oprah diz, pois ela requer e utiliza esta ferramenta comunicacional por diversas vezes, virando-se diretamente para ele. Há uma grande interação durante toda a entrevista quer com a introdução dos *teasers* quer com a introdução de participações de pessoas que se encontram em estúdio e com as quais os convidados não contavam, criando assim um ritmo bastante acelerado e em que são envolvidos todos os presentes em estúdio e também os telespectadores.

Todos os planos técnicos são realizados de forma programada e não ao acaso, pois há a intenção de mostrar ao público tudo o que é emitido, seja aquilo que seria suposto verem como aquilo que não seria suposto verem, por não serem essas as técnicas habituais de captação de imagens televisivas. Mas a intenção é realmente essa, a de aproximar o público da realidade do que se passa em estúdio, passando a ideia de que há naturalidade em todo o programa, inclusive através da introdução de planos técnicos aparentemente não previstos, como é o caso do aparecimento dos próprios operadores de câmara. Estes operadores de câmara captam várias imagens atípicas de um qualquer outro programa de televisão, havendo um trabalho realizado na régie que escolhe aquilo que não seria expectável.

Este programa poderá ser considerado o típico *The Oprah Winfrey Show* dos anos noventa, anterior à maior diversificação criado pela introdução das várias rúbricas já antes assinaladas no qual a notoriedade alimentaria a notoriedade, chegando Lane a confirmar jocosamente esta ideia, por referir que o estar efetivamente no *talk show* de Oprah Winfrey representa bastante em termos de reconhecimento para si como ator.

4.3.2 *The Oprah Winfrey Show* – Tom Cruise

Esta sessão foi transmitida no dia 10 de junho de 2002, tendo como convidado Tom Cruise.

Estamos perante, mais uma vez, um programa de entretenimento, com registo ligeiro, de alguma intimidade entre apresentadora e convidado, e com Oprah a mostrar-se sempre muito entusiasmada. Tom Cruise vai ao programa divulgar o seu mais recente filme *Vanilla Sky*, mas Oprah aproveita para remeter para assuntos da vida pessoal e amorosa do ator.

Oprah aparece vestida em tons de dourado, com uma blusa dourada, calças bege, sapatos castanhos e brincos discretos, toda uma indumentária a condizer com as cores do estúdio, e bastante mais sofisticada do que usaria na década anterior. O cenário é composto por dois sofás bege que se encontram juntos, tendo atrás uma pequena mesa de apoio, não havendo assim nenhum objeto que impeça a visualização das figuras principais: Tom Cruise e Oprah.

O programa inicia-se com um *teaser* que remete para as imagens do programa a que os espectadores irão assistir, começando logo por enfatizar o nome do convidado: “It’s been seven loooong years Tom Cruise is here!”. Vê-se de imediato uma imagem do público, muito entusiasmado e eufórico a bater palmas, e planos superiores do estúdio onde aparecem também os operadores de câmara. Mais uma vez, o público presente no estúdio, apesar de diversificado, é constituído, tanto quanto podemos observar, maioritariamente, por mulheres brancas de várias idades.

Oprah interage diretamente com Tom Cruise, felicitando-o e dirigindo-se diretamente ao público enfatizando a sorte que têm em estarem no programa que tem um convidado como Tom Cruise, o que, assim o sugere, terá exigido um empenho não totalmente regulamentar: “Boy you are lucky! I don’t know who you know! I really don’t!” Apresenta, assim, Tom Cruise com grande entusiasmo, elogiando-o pela sua carreira cinematográfica: “He is pretty

much the biggest movie star on the planet!”. Mais uma vez interage com o público num registo íntimo, questionando-o sobre o facto de terem visto o novo filme de Tom Cruise, gesticulando com as mãos numa demonstração de grande alegria e animação: “Did you all see it last night? Huhu! So did I! I wanted you all to finish so that I could talk to you about it!”. Oprah apresenta o filme, fazendo referência à data de estreia, 14 de dezembro e acrescenta “It’s Tom Cruise like you’ve never seen”. Visualiza-se o *trailer* do filme *Vanilla Sky* com voz off da própria Oprah a apresentar o filme. Esta situação, no fundo, demonstra a proximidade de Oprah com o convidado, pois é ela própria que incita as pessoas a verem o filme (isto com a descrição que é feita sobre o filme).

Chama então Tom Cruise com o seu arrebatamento habitual, dizendo com um tom de voz mais elevado e conferindo um maior e mais poderoso ritmo à entrada do tão esperado convidado: “Please Welcome Tom Cruuuuise!”. O público delira e Oprah recebe Tom Cruise com um sorriso rasgado, um beijo, um abraço apertado e um longo aperto de mãos, revelando uma grande intimidade com o convidado. Nesta situação percebe-se o grau de confiança entre os dois e pode antever-se uma conversa informal entre dois amigos, salientando que Tom Cruise era, na época, e ainda continua a ser um dos maiores ídolos de Hollywood.

Simula apresentar o ator ao público presente, dizendo “Hi! Hi! Hi!” Vê-se um grande plano do estúdio, mostrando o público em delírio completo, assim como várias câmaras de televisão que se encontram a gravar o programa. Oprah continua, dizendo “Great to see you! Really! Great to see you!”, tendo de acalmar o público que continua em êxtase, mas fazendo-o de uma forma humorística, chegando-se para a ponta do sofá, para junto de Tom: “Ok, ok! What did I just say? Grown women act crazy!” Oprah exerce aqui a sua função de apresentadora e de controlo sobre o programa, embora o faça de forma relativamente discreta.

Começam, então, a conversar sobre o filme que motiva a presença de Tom Cruise no programa, filme esse em que participa como ator principal. Oprah demonstra o seu entusiasmo em relação às respostas dadas por Tom Cruise. No entanto, utiliza também uma das técnicas de entrevista, ou seja, quando as respostas não são totalmente esclarecedoras, Oprah volta a questioná-lo pois sabe o que o público quer e sabe contornar as questões de forma a obter as respostas que quer obter do seu convidado.

Cruise faz referência ao filme *Jerry Maguire* (1996) e ao facto de ter contracenado com Cameron Diaz, uma atriz de reconhecido mérito e também um dos ídolos de Hollywood de então, e Oprah revela conhecimento sobre o mesmo, como se de um clássico se tratasse, citando uma fala do filme, “You complete me!”, provocando o riso no estúdio. Há em todas as intervenções de Oprah um tom de contentamento aliado ao seu papel de apresentadora de um *talk show* que tem um objetivo: agradar e esclarecer o público, assim como divulgar um produto, neste caso o filme em questão.

É visível o constante entusiasmo da apresentadora com o convidado, rindo bastante ao longo de toda a conversa e assim transmitindo ao público a existência de uma proximidade entre os dois que vai para além da presente circunstância. Analisam o filme ao pormenor e Oprah elogia o mesmo, diversas vezes e de diversas formas, ressaltando a reação do público, como se o mesmo validasse a sua opinião, “They’re nodding!”. O público em estúdio valida aquilo que a apresentadora comenta ou apresenta, utilizando para isso expressões faciais filmadas pelos operadores de câmara ou fazendo-o através das palmas e do riso geral.

Há repetidamente um retomar do objetivo do programa e da presença do convidado: incentivar e convidar as pessoas a verem o filme. Isto é sublinhado por elogios contínuos da parte de Oprah, os quais adquirem até um tom particular: “It’s a great first date movie, because you have something to talk about when you leave!”

Oprah coloca várias perguntas a Tom Cruise, enquanto personagem David: “But as a character Tom, was he thinking...” Cruise contrapõe com humor, não havendo respostas diretas por parte do ator: “What do you think?” O público e o ator riem, mas a apresentadora insiste que Cruise analise a personagem e ele irá continuar a fazê-lo. Este é o papel de Oprah enquanto entrevistadora, e ela assume-o na perfeição, mesmo que isso crie algum desconforto ao ator.

Antes de ir para intervalo, chama a atenção para uma fã do ator que foi surpreendida com a oferta de estar presente e está prestes a conhecê-lo pessoalmente. Após o anúncio do intervalo ainda se pode visualizar Oprah a interagir com os membros do público que viram o filme: “Cause you guys saw...”, vendo-se de seguida mais um *clip* do filme *Vanilla Sky*.

Voltam do intervalo e Oprah pega numa frase do excerto do filme para introduzir o tema da vida privada do ator, o seu divórcio com Nicole Kidman: “I love that scene about you have to have appreciate the sour to know the sweet ...cause you’ve had a little sour over the year, over the past year. Do you believe that too?” Oprah introduz o tema do divórcio com humor, imitando a sua amiga Gail, que ficou destroçada pelo divórcio entre Tom Cruise e Nicole Kidman, fazendo assim referência à sua própria vida privada, nomeadamente à sua melhor amiga: “My friend Gail called me in the morning, I thought something had happened, she said you won’t believe what I just heard...” Cruise e o público riem efusivamente, criando um clima de grande cumplicidade e humor, ao mesmo tempo, mas retém-se uma frase de Oprah confirmada por Tom Cruise: “It can happen to anybody”. A conversa prossegue, sendo essencialmente sobre Nicole Kidman e os filhos, continuando Oprah a assumir o seu papel de entrevistadora, revelando, assim, pesquisa e conhecimento prévio sobre o assunto em questão, ao remeter para a vida privada do ator: “I read that...I heard...Nicole was here not too long ago...”. Oprah revela interesse e concordância, repetindo por diversas vezes “Right!”, “Ok!”.

Estes sinais, alguns deles não-verbais, dão confiança ao convidado e incitam-no a continuar. Com efeito, apesar do objetivo principal do programa ser a divulgação do filme, Oprah faz questão de questionar o ator sobre a sua vida pessoal, pois sabe que essas serão as notícias do dia seguinte que dominarão a conversa entre membros do público que segue o seu programa.

Voltam ao tema do filme, fazendo mais uma vez referência ao dia 14 de dezembro, data da estreia, havendo um conselho explícito a que o vão ver: “Those of you who haven’t seen it, I know you will be seeing it”. Falam agora sobre Cameron Diaz, colega de elenco de Tom Cruise, notando-se alteração do tom de voz de Oprah, muito efusivo e elevado: “Cameron! Fabulous!” Mostra assim admiração pela atriz. Através de uma cena do filme, Oprah parafraseia Cameron Diaz e reintroduz o tema da vida pessoal do ator por via da sua personagem: “What is happiness to you, David? How do you answer that question in real life?” Assiste-se então a um momento pessoal e íntimo de Tom Cruise através da sua resposta, ao qual Oprah reage demonstrando grande admiração pelo ator: “Really! That’s great!”. Há aqui uma alteração neste segmento do programa, na medida em que se torna mais sério, mas continuamente envolvente pelas reações e respostas de ambos. Consegue-se contrabalançar de forma subtil o entretenimento e o intimismo proporcionado pela resposta de Tom Cruise sobre um assunto de foro pessoal.

No seguimento da entrevista, apesar deste momento mais sério e pessoal, Oprah interage com o público, tirando partido do entusiasmo do mesmo com a presença de Tom Cruise: “For a lot of women you’ve helped them today just being here!”. Ao mesmo tempo que respeita a seriedade da resposta do ator, Oprah tenta voltar a criar um ambiente de entretenimento, brincando com as mulheres presentes em estúdio e com o próprio convidado.

Podem observar-se ao longo de todo o programa, vários planos alargados do público e dos operadores de câmara, criando um ambiente informal entre os telespectadores que estão em

casa e tudo o que se passa no estúdio durante a gravação do programa. Há uma clara intenção, nestes planos técnicos, de aproximar todo um público (fora do estúdio), de lhes dar a oportunidade de vivenciarem de uma forma muito realista, aquilo que poderiam viver se estivessem em estúdio, mas só podem ver através do ecrã do televisor que têm em casa. A esta proximidade junta-se a postura de Oprah, sentada no sofá de forma muito descontraída, apoiando o queixo sobre a mão fechada, demonstrando plena atenção ao que Tom Cruise diz, incluindo o que prefere não desenvolver (por exemplo, a referência de Cruise ao facto de ser cientologista há vários anos) ao mesmo tempo que utiliza também o toque, transmitindo assim a proximidade e cumplicidade existente entre ambos, um dos sinais mais fortes da comunicação não-verbal.

Assiste-se de seguida a uma troca de galhardetes entre os dois sobre as nomeações da revista *Forbes*, sobre Tom Cruise ser uma reconhecida figura pública, ao que o ator responde – “That’s you Oprah, isn’t it? It’s always you! It’s always Oprah! I think it’s you!” –, ao mesmo tempo que Oprah reverte as expressões utilizadas por Tom Cruise. O público bate palmas, demonstrando estar de acordo com o ator em relação a Oprah, nomeando-a a ela como a grande celebridade. Neste momento, Oprah passou de apresentadora a figura principal pelos elogios feitos por Tom Cruise, aos quais o público em estúdio faz questão de dar a sua concordância, visível através dos planos técnicos.

No seguimento das questões sobre como o ator se sente quando sai à rua e sobre as reações das pessoas, este coloca mais uma vez a mesma pergunta a Oprah, à qual a apresentadora responde, com humor: “I’m like around with no make up and my flip flops at Marshall Fields!” Continua o entretenimento entre os dois e um repassar de questões que podem ser respondidas por ambos, visto estarmos perante duas figuras mediáticas dos E.U.A. e de todo o mundo.

Oprah apresenta agora a fã de Tom Cruise, com a visualização da gravação do programa da semana anterior, do dia 30 de novembro de 2011. Pode então assistir-se a cenas gravadas no exterior, na casa de Nancy, que foi surpreendida após ter enviado uma carta para a rubrica “Oprah’s Best Surprises”. O público visualiza uma carta divertida, que Oprah lê em direto, provocando o riso e a gargalhada entre todos. Nesse programa, a apresentadora revela que Tom Cruise irá ao programa na semana seguinte brincando com o público do estúdio da semana anterior: “You’re all like: Darn! Darn! And we got the book show!” Oprah aparece, então, muito divertida na interação com o público, brincando com a situação.

No vídeo, Oprah passa imagens do momento em que Nancy foi surpreendida pela equipa de reportagem do programa e a apresentadora aparece no estúdio de robe, chinelos, sem maquilhagem, cabelo molhado, num momento de intimidade entre espectador e apresentadora. Mas antes de passar as imagens, Oprah brinca e avisa o público sobre a forma como a vão ver, visto poder nem sequer ainda estar vestida: “I just did this less than an hour ago so I wasn’t quite dressed yet! So get over that shock when you see it!”

Se estivesse a falar de um *talk show* tradicional, este não estaria, com certeza, incluído na lista, pois penso que foi inédito a apresentadora aparecer vestida deste modo num programa televisivo como este. Há o ultrapassar de barreiras pré-definidas pelo sub-género em si, e no qual Oprah faz o que quer, sendo ou não politicamente correto, pois o seu estatuto de celebridade permitia-lhe fazê-lo. E certo é que esta invulgaridade confere especificidade ao produto que é o *show* de Oprah, ao mesmo tempo que distingue esta de todos os apresentadores que não se atreveriam a aparecer em público simulando o estarem ainda por arranjar em casa. O público mostra-se muito divertido com a situação da reportagem exterior à porta da fã, que grita, salta e fica significativamente descontrolada com tamanha surpresa, assim como com a imagem de Oprah em estúdio em trajes não habituais.

De volta ao programa do dia, Oprah chama Nancy, e Tom Cruise levanta-se para ir recebê-la e abraçá-la. Esta é uma parte do programa, que me parece não ser muito desenvolvida, dando-se apenas um espaço significativo ao longo abraço entre ambos e focando a câmara por várias vezes depois a face da admiradora, o que é certamente propositado, pois o centro das atenções continua a ser Tom Cruise e o seguimento da entrevista, mais uma vez remetendo para a esfera pessoal do ator.

Visiona-se um segmento do filme, desta vez com Penelope Cruz, acompanhado de mais uma demonstração de entusiasmo sobre o filme – “I love that! Love that! That’s *Vanilla Sky!*” – assim como nova referência à data de estreia.

Oprah introduz naturalmente o tema do namoro entre Tom Cruise e Penelope Cruz e interage, brincando com a fã na plateia: “I know it may come as a shock to you...”, sendo visionada de seguida uma entrevista a Penelope Cruz que fala sobre Tom Cruise. A apresentadora introduz o tema do namoro com humor, questionando Cruise sobre a primeira aparição em público dos dois, se terá sido combinada ao pormenor, dando exemplos de situações que provocam o riso e a gargalhada entre todos. O ator fica atrapalhado, mas a apresentadora não desarma: “No, really! That’s a decent question...” Oprah demonstra interesse na conversa, senta-se na ponta do sofá mais uma vez, estando assim mais próxima do ator, e apoia o rosto nas mãos, interagindo: “Really?...Right...Right!” Este tipo de comentários pretendem incentivar o ator a desenvolver o tema e a demonstrar concordância por parte de Oprah.

Tom Cruise interage com o público sobre uma saída para comer pizza, criando-se assim mais um momento descontraído e de proximidade, desta vez entre o próprio convidado e o público presente em estúdio. A apresentadora faz perguntas curtas de forma a obter dados concretos: “You went for a walk afterwards? In Chicago?” “And people left you alone, for the most part?...” Tom Cruise demonstra mais uma vez algum desconforto mas vai respondendo, o

mínimo possível, visto tratar-se de aspetos da vida pessoal, que provavelmente este não quereria partilhar com o grande público. Oprah vai insistindo e obtém mais respostas, se assim se poderá dizer.

A entrevista decorre com perguntas muito direcionadas por parte de Oprah sobre o trabalho de Tom Cruise como ator, sobre os filmes em que ele participou, sobre a preparação e a pesquisa necessária para se conseguir representar alguém desfigurado, como é o caso da personagem de Tom Cruise em *Vanilla Sky*, sobre as equipas de realização e produção que o têm acompanhado. Oprah faz a pausa para intervalo, visionando-se mais um excerto do filme, vendo-se desta vez Tom Cruise a contracenar com Cameron Diaz.

Voltam num registo de humor, mais uma vez, falando informalmente sobre a forma inclinada como Tom se senta no sofá e o facto de lhe dizerem para não o fazer, mas Oprah elogia a postura do ator, brincando com ele e fazendo referência aos seus conhecimentos sobre os sinais de linguagem corporal: “But it’s great! Leaning is good body language Tom! Yes, it is! Means you’re interested in the conversation! Ya! That’s great!” Com esta observação, Oprah mostra ter conhecimento sobre a linguagem não-verbal como ferramenta que também utiliza, incluindo a forma de estar sentada, sobre o significado e sobre a importância de uma boa comunicação não-verbal.

Oprah introduz a atriz Cameron Diaz com base na cena do filme visionada, dizendo: “That was quite a scene with Cameron Diaz and Tom Cruise at *Vanilla Sky*! Didn’t you think so? She is hmmm!” Torna-se, assim, explicitamente, numa apreciadora semelhante às que estão no público, criando mais uma vez, não apenas um espaço de publicidade, mas também de aproximação entre todos os envolvidos no programa. Visiona-se de seguida uma entrevista com Cameron Diaz que fala sobre Tom Cruise e brinca também com o público de Oprah, nomeadamente sobre as coisas que gostariam de saber sobre ele (ponto crucial da presença do

convidado no programa). De volta ao estúdio, Oprah verbaliza mais uma vez o seu encantamento – “Wonderful!” – e continua a conversar com Tom Cruise, sobre a boa pessoa que todos dizem que ele é e sobre a sua intenção de o ser realmente. Há uma opinião direta e que pretende ser influenciadora sobre o convidado. Oprah pretende que Tom Cruise continue a ser um ídolo para o público e fá-lo através de elogios múltiplos e constantes.

Oprah arranca suspiros do público com uma frase do ator em que este diz que o maior elogio que lhe podem fazer é dizerem-lhe que faz jus à mãe – “You are your mother’s son!” – e brinca com o público, imitando-o – “Ooooh!” – e continua perguntando-lhe as razões para tal, levando Cruise a falar sobre a sua mãe. Há mais uma vez um sentimento expresso de emotividade, a qual é reforçada por Oprah e transmitida ao público. Tom Cruise fala de seguida sobre outro dos elogios que lhe podem fazer, o elogiarem os seus cozinhados. Oprah senta-se, mais uma vez, na ponta do sofá e questiona o ator sobre os ingredientes do seu *spaguetti carbonara*. A apresentadora reage à receita dada por Tom, demonstrando estar a acompanhar aquilo que é descrito – “Ahã...ok...I got it...ok” – como se estivesse a memorizar.

Segue-se outro intervalo com uma cena do filme *Mission Impossible 2*. De regresso ao estúdio, Oprah elogia a cena – “Uau!” – e falam sobre a dificuldade e perigos da sua execução. Relativamente ao facto de Tom Cruise ser um homem aventureiro e corajoso, falam sobre os seus sonhos de escalar o Monte Everest e sobre o seu desejo de ir à lua, o que leva a apresentadora a brincar, olhando diretamente para o público e dizendo: “We’d go with you Tom...Can we have a sit next to Tom?” O público responde com palmas e risos confirmando a pergunta feita por Oprah.

Depois do intervalo, assiste-se à intervenção direta do público que coloca questões ao ator com grandes planos das mulheres (a clara a maioria do público em estúdio) que fazem estas

perguntas, ao mesmo tempo que Oprah vai também comentando: “Great question!” “Ok. Yes. Yes. Yes.”. No final do programa, Oprah dá a sua opinião pessoal sobre Cruise, dizendo “We love you Tom!” e acrescentando “What I really love about you is your heart and your perspective on life!” O programa termina com os dois a abraçarem-se e percebe-se a troca de elogios e a cumplicidade existente, revelando o tom informal em que decorreu toda a sessão, em que foram sendo intercalados momentos mais sérios e pessoais, com a alegria e diversão que caracteriza a relação de amizade de Tom Cruise e Oprah.

Ao longo do programa, pode observar-se a intervenção constante do público, sendo a própria Oprah a solicitar ou a incentivar essa demonstração, pois pretende transmitir uma noção de naturalidade e proximidade para os telespectadores. As situações são apresentadas com uma naturalidade, quase excessiva, dando a ideia de que pouco ou nada daquele programa foi previamente preparado. Os planos técnicos também o demonstram, não havendo um cuidado para que tal não seja feito; pelo contrário o facto dos operadores de câmara aparecerem constantemente na mudança de planos tenta demonstrar que decorre tudo praticamente sem ser planeado.

A postura de Oprah, neste episódio mais sofisticada e acompanhando a evolução dos tempos, demonstra a mesma proximidade e até afinidade com o seu convidado. Apesar de ser uma entrevista que pretende promover o filme protagonizado por Tom Cruise, *Vanilla Sky*, as perguntas, ainda que obviamente previamente preparadas, demonstram uma das características de um *talk show*, apresentando-se como uma conversa informal, em que a vida pessoal de Tom Cruise também é exposta. Oprah não tem receio de passar a linha do definido como correto numa apresentação pública e tem confiança suficiente com o ator para o questionar sobre determinados temas mais pessoais, tratando-o inclusive e naturalmente pelo nome próprio. No fundo, está a dar ao público aquilo que ele realmente quer, no qual se inclui

ainda o anúncio do tema de conversa para o dia seguinte. Esta é a estrutura do *The Oprah Winfrey Show* desta época quando recebe figuras mediáticas e que são sempre notícia, tendo Oprah também tido um protagonismo para além do habitual. Há uma recorrente utilização de *teasers* e de entrevistas exteriores, mantendo assim um ritmo acelerado e nada monótono, jogando com a expectativa e a antecipação, pois haverá sempre mais algo a ver, depois dos intervalos.

A notoriedade de Tom Cruise não precisaria, nesta fase da sua carreira, de grande incremento, mas o facto de ser convidado de Oprah fá-la aumentar ainda assim, tal como a sua presença faz aumentar as audiências do programa por este se tratar de um dos ídolos de Hollywood.

4.3.3 *The Oprah Winfrey Show – Losing Weight in the Public Eye*

Esta sessão foi transmitida no dia 1 de abril de 2009, tendo como convidadas Valerie Bertinelli, Marie Osmond e Star Jones, intitulado *Losing Weight in the Public Eye*.

Oprah usa como indumentária uma camisola preta com uma renda salmão, da mesma cor do conjunto composto por uma saia e um casaco de malha, apertado na cintura com um cinto também preto, juntamente com uns sapatos de salto fino, com um padrão leopardo e com uma fivela a apertar. Usa também brincos, um relógio e está maquilhada e com o cabelo esticado. Oprah aparece então, vestida formalmente, muito elegante e sofisticada.

A nível do cenário do estúdio, temos um conjunto de sofás beije ligados, sem qualquer divisão, com duas almofadas pequenas em cada lado, aumentando assim a proximidade entre a apresentadora e os convidados que ali irão estar. As cores de todo o cenário resumem-se a tons de beije, o que condiz igualmente com a roupa escolhida por Oprah, dando um ar elegante a todo o visual transmitido ao telespectador. É ainda de assinalar que, quando comparado com o estúdio de programas da década de noventa, se pode observar o claro alargamento do espaço e a sofisticação do mesmo.

Inicia-se o programa com um *teaser* com imagens das entrevistas às três convidadas que irão estar presentes em estúdio. Oprah começa com a apresentação da primeira convidada, Valerie Bertinelli, que fez um programa de emagrecimento público e vem agora mostrar os resultados ao *The Oprah Winfrey Show*. Oprah chama a convidada efusivamente “Valerie come on out here!”. Oprah recebe-a com entusiasmo, com um abraço e um beijo e valorizando a figura da mesma: “Uau girl! So those commercials really are true!”

A entrevista inicia-se com perguntas factuais – “How long have you been on it? ...How long did you take to loose 47 pounds? – e a apresentadora revela interesse – “ãhãh...umum!” –

com interjeições contínuas, incentivando a convidada a continuar. Faz uma contextualização sobre a atriz antes do programa de emagrecimento e é mostrada uma foto no plasma da mesma. A atriz reage – “Oh, hello!” – e o público ri. Oprah desvaloriza a foto dizendo “I know! The before is always without the make-up and all that stuff...”. Parte de seguida para uma pergunta de carácter mais introspectivo: “How has it changed the way you feel about yourself?” A apresentadora introduz o vídeo de uma sessão fotográfica da atriz em bikini. Valerie Bertinelli havia afirmado que nunca faria fotos em bikini e Oprah brinca com o facto: “She said she’d never, ever, ever do...that’s what she said and then she looked at herself and she said I’m looking pretty good, so maybe I will!” Assistimos de seguida a imagens da sessão fotográfica com a atriz antes da perda de peso a afirmar, perentoriamente que nunca usaria bikini – “If you see me in a bikini, slap me!” – e depois, já durante a sessão fotográfica, podemos também visualizar cenas da atriz a ser preparada para a mesma e a sua voz em *off* a explicar a razão de ter decidido fazer esta sessão em bikini: “I wanna be an inspiration...If my weight loss has done anything it’s encouraging other women to take care of themselves too. That is a complete honour! If I can help anybody else out there feel better about themselves than that’s all I need!” Passa então neste momento uma mensagem de incentivo às mulheres que não se sentem satisfeitas com o seu corpo. Com o exemplo dado e visualizado de Valeria Bertinelli há a clara intenção de dizer que se ela conseguiu, as outras mulheres também podem conseguir. Mais uma vez se afirma a ideia de auto-controle e auto-realização tão presente nos programas de Oprah, nos mais variados temas. Ouvem-se aplausos do público no estúdio durante a apresentação do *trailer* perante os resultados alcançados.

De volta ao estúdio, Oprah e público aplaudem e a apresentadora elogia a atriz: “Fantastic! You looked great...really great!” A conversa continua sobre a prática de exercício físico e Oprah segue com perguntas sobre a exposição pública – “Do you feel a certain pressure?” – a que a atriz responde, enquanto a apresentadora interage com interesse – “ãhãh...umum!” –,

terminando com elogios a Valerie – “Well, bravo to you! Congratulations! Obviously I know how hard that is” – e acrescentando um comentário sobre a sua própria experiência em relação à dificuldade de perder peso e batendo com as palmas das mãos, num gesto que manifesta a sintonia existente entre as duas. Também aqui Oprah fala da sua luta em perder peso, que foi conseguido por algumas vezes, mas que teve também momentos de retrocesso. Esta foi uma das batalhas que Oprah nunca conseguiu vencer totalmente, apesar de apregoar constantemente que com força de vontade e tendo o lema de auto-aperfeiçoamento como inspiração tudo se consegue. Ela sempre transmitiu esta mensagem ao seu público e chegou a mostrar que o conseguiu fazer, mas infelizmente o sucesso não foi duradouro.

Introduz a próxima história de luta contra o peso, a de Marie Osmond, sendo mostrada uma imagem geral do estúdio, em que o público continua a ser majoritariamente composto por mulheres brancas de várias idades visto o programa ser direcionado especificamente para elas, e visualiza-se mais um *teaser* sobre as próximas duas histórias.

Sendo Marie Osmond a próxima convidada, é exibido um vídeo sobre a mesma, contando um pouco da sua história e da sua luta contra o peso e utilizando várias expressões de emoção – “It was devastating...I went into the bathroom, I sat there and cried...” –, revelando a pressão que sofreu na adolescência, exercida pelos produtores do seu programa, para que emagrecesse a todo o custo: “I tried everything from diet pills, to starving myself, to bulimia, you name it, I tried it!” Neste vídeo torna-se clara a pressão que figuras mediáticas sofrem em relação ao peso e tudo pelo que têm de passar para agradar a produtores de programas e ao público em geral.

De volta ao estúdio, Oprah recebe Marie Osmond com entusiasmo e um abraço: “Come on out Mariiiiiie Ooosmooond! Yeh! Hi Marie! Good to see you!”. Oprah começa com uma pergunta como se fosse alguém sem acesso à informação sobre a convidada (embora não seja

essa a realidade, pois Oprah tem um conhecimento profundo e prévio sobre todos os seus convidados, pois tal faz naturalmente parte do seu papel de apresentadora e condutora de entrevistas): “I didn’t realize it had been such an ongoing struggle for you...”. Isto visa esclarecer o público sobre o esforço despendido e a luta pelo qual a convidada teve de passar. Remete para excertos de citações de frases de Marie Osmond no vídeo – “to be pulled out in the parking lot...” – e a artista segue dando a sua opinião e comparando-se a outras mulheres: “We all do that, all women do that...”. Oprah vai demonstrando interesse – “ahã...umum!” – dando assim aval à convidada para que continue. A conversa prossegue e Marie Osmond fala sobre a sua mãe e sobre a sua família e Oprah, com uma expressão de bastante atenção e até de algum espanto, vai interpelando com perguntas que buscam informação factual: “ Really? Like what?” Conversam sobre o programa alimentar que a artista levou a cabo, *Nutri system*, havendo implicitamente publicidade ao programa de emagrecimento, o qual pode ser adotado por outras mulheres, de forma a obterem resultados semelhantes. Ambas fazem referência à participação de Marie Osmond no programa *Dancing with the stars* – “Dancing with the stars also changed your body, did it not?” – e Oprah revela bastante interesse na conversa pois percebe que também foi determinante na resolução tomada pela atriz: “yeah...yeah...”. Marie Osmond afirma: “I’m not interested in being skinny...”; e Oprah interpela exclamando: “But you are!” Provoca, deste modo, o riso do público, criando assim algum humor relativamente à situação. A apresentadora olha para o público, simulando inveja, e insiste, enquanto Marie tenta responder: “But Marie, but you are now skinny!” Marie responde e emociona-se ao falar do filho mais velho – “My oldest boy came to me ... and we love you and we want you to be around for our kids...” – e Oprah interage – “Uau...yeah!” – demonstrando alguma emoção pelo facto de a família se preocupar com a atriz e deste ter sido um motivo fulcral na sua decisão de ter efetivamente de emagrecer. Seguem conversando e completam-se uma à outra, revelando sintonia nas opiniões. Terminam a entrevista com Oprah elogiando a artista –

“Congratulations! you look fantastic!” – enquanto dão as mãos, revelando compreensão em relação a toda a situação vivida pela atriz, ao mesmo tempo que Oprah, sem recurso a palavras, reconhece pela sua expressão facial que Marie Osmond venceu a sua luta. Oprah segue publicitando o espetáculo de Marie Osmond em Las Vegas e o seu mais recente livro *Might as well laugh about it now!*

O programa prossegue com um plano geral da plateia seguindo-se um *teaser* a anunciar a próxima convidada, Star Jones. Visualiza-se um video de apresentação de Star Jones com Oprah, em *voz off*, a elogiar a convidada com adjetivos fortes: “Big, bold and outspoken Star Jones...”. Ouvimos, então, a contextualização da luta de Star Jones contra o peso, perante o olhar do público, visto esta ter sido uma das apresentadoras do programa *The View*. A colocação de uma banda gástrica sem nunca o revelar publicamente, a queda gradual do mediatismo e a saída do programa são os pontos altos desta história. Oprah apresenta a convidada com entusiasmo, enfatizando ser a primeira entrevista de Star Jones na televisão: “Star Jones is here for the first time here, please welcome Staaaaar ...”. Recebe a convidada com muito entusiasmo e com um abraço: “Hi honey! Finally! Finally! How are you? You look great!”. “You look terrific!”. Star Jones responde – “Spanks!” –, fazendo o público rir enquanto Oprah insiste na valorização de Star: “No, just own it, just own it...”. A apresentadora valoriza a luta de Star Jones em relação à perda de peso, perante o olhar público: “I don’t think that anybody has had a more visible, more public or traumatic experience than you...”. A conversa prossegue e Oprah demonstra grande interesse na história de Star e curiosidade em saber mais – “This is what used to always amazed me though...” – e compara-se a Star em relação à sua própria luta contra o peso: “God, I wonder if I ever can get to that place...you seemed so happy...was that real or was that something else?” Star Jones conta, então, a sua experiência e Oprah interage com grande simpatia: “Yes ... yeah ... yeah ... umum ... really?” Demonstra muito entusiasmo e interesse pelo facto do tema lhe

dizer muito a ela própria. Continua a entrevista com perguntas mais factuais sobre a banda gástrica, seguindo para algo mais pessoal – “Were you watching yourself, would you look at yourself on camera?” – assim como com perguntas mais dramáticas – “So the big decision, then, to do gastric bypass came because of your health?” que obtem como resposta, em tom claramente chocante: “I was dying!”. Oprah continua – “What was going on?” – e Star Jones responde: “I was very depressed and feeling lonely...”. Oprah demonstra interesse e continua questionando-a – “But you were everywhere, you were at every party, you were at every opening, you were on the show every day, you seemed to be so alive...!” – conduzindo Star a admitir algo de muito pessoal – “I was faking it!”. Oprah repete com surpresa mitigada “You were faking it!”, e Star mais uma vez reitera: “I was completely faking it!”. Há neste momento um subinhar da importância do que a convidada tinha acabado de confirmar. Há uma confirmação de que tudo aquilo que Star Jones demonstrava ser era uma simples representação daquilo que supostamente ela seria. Ela construiu uma personagem pública, facto muito importante no meio da televisão, o qual me leva à interrogação sobre o quanto este mesmo tipo de construção está ligado a figuras públicas, não podendo descartar totalmente a figura da própria Oprah. Segue a conversa, em que Oprah valida sempre o que é dito por Star Jones, repetindo o que ela diz e concordando com ela – “Yeah...Of course!” – como se ela própria pudesse vir a passar pelo mesmo. No intervalo que se segue, assiste-se a mais um *teaser* sobre a continuação da entrevista.

De volta ao programa, exhibe-se um vídeo de Star Jones falando sobre si própria e sobre a sua história. De novo no estúdio, Oprah questiona Star Jones, dando o seu exemplo pessoal – “Did you do this too, cause this happened to me when I was at my heaviest, and my heaviest was in 1992, I think, 2,37...what I saw, what I realized, now, is the jewellery got bigger, the hair got bigger, the eyelashes got longer...” – e completam-se uma à outra em total concordância e identificação. Assistimos à partilha de um assunto, de um caso de vida real,

comum a Star Jones e a Oprah, a luta pela perda de peso. Continuam a conversa e Star Jones revela que acordou um pouco assustada com a aproximação da entrevista e Oprah não deixa passar a oportunidade de a inquirir sobre o assunto: “So what scares you about it? What scares you about ... just opening it up? What scares you about it?” Oprah, com a sua experiência em entrevista, aproveita a frase da convidada para desenvolver o tema do medo, sobre o qual Star Jones justifica que tem medo de desapontar os outros, abrindo espaço a que Oprah faça uma pergunta ao estilo de auto-ajuda: “But how could you disappoint us if you tell us the truth because your truth that sets you free, sets so many other people free too. How could you disappoint us?” Oprah neste momento não quer deixar a convidada desamparada e entra em sua defesa, ao mesmo tempo que a valoriza.

A entrevista segue com mais partilha sobre o segredo tão bem guardado da banda gástrica. Star Jones afirma que não conseguia admiti-lo, não conseguia falar sobre o assunto, nem com as pessoas que a amavam, e chegara a ameaçar despedir pessoas se revelassem ou falassem sobre isso. Oprah faz um pequeno apontamento de humor de forma a aliviar a tensão: “That’s how to get people to shut up!” O público ri, mas Star Jones continua a sua história com um tom bastante sério, chegando a outro ponto alto da sua revelação pública, referindo inclusive que o seu público se sentira, provavelmente, afastado por ela, mas que a verdadeira razão era a vergonha que ela própria sentia: “I was ashamed! That’s the word that is actually the real word. I was ashamed!” Star Jones continua com justificações sobre o que passou, que de certa forma chegam a ser penosas e muito fortes: “If you don’t make changes, you will die! I had no choice!... It was the hardest struggle of my whole entire life! And I still struggle!” Vão para intervalo e Oprah pega na mão de Star Jones, transmitindo-lhe, assim, confiança e tentando dar-lhe energia para continuar, elogiando o seu discurso – “That was beautiful! Beautiful!” –, seguindo-se mais um *teaser* sobre o próximo segmento da conversa.

No seguimento do programa, assiste-se a um excerto de uma entrevista realizada por Oprah a Barbara Walters, no dia 6 de maio de 2008, sobre o problema de peso de Star e o seu segredo da banda gástrica. Barbara Walters justifica o afastamento de Star do programa *The View* dizendo: "Little by little, the audience was uncomfortable with it, they didn't relate to her, anymore."

De volta ao estúdio Oprah pergunta a Star Jones: "And your response to that?" Esta pede desculpa por ter sido um fardo para as colegas do programa em questão e acrescenta que nunca lhes pediu para mentirem. Brincam com a justificação de pilates, que Star pensa ter sido publicado por um *tabloid*, como tendo sido essa a razão para começar a perder peso e Oprah acrescenta com humor: "I was doing pilates and I went Damn! This pilates is not doing the same for me!". O público ri com a observação da apresentadora. A entrevista segue com Oprah a fazer perguntas remetendo para aquilo que, tanto ela como o público em geral, foram pensando sobre todo o processo: "What I thought, as a viewer ... I really believed you, along with so many other people, when you were saying that you were fine being overweighed, I thought you were ashamed of gastric bypass, I thought ... I thought you were ashamed of that!"

Oprah dá-nos o que surge como sendo a sua opinião e dá a entender que esta era também a opinião partilhada pelo público. Repete várias vezes que era o que ela pensava, dando a possibilidade a Star Jones de se justificar e explicar. A conversa continua com Oprah a validar aquilo que Star Jones refere como justificação, não pondo em causa as razões que levaram a sua convidada a fazer o que fez e da forma como o fez. Apesar de ter dado a sua opinião de início, Oprah não critica Star Jones, mostrando compreensão pelo que esta passou. No intervalo, vemos um *teaser* sobre a continuação do programa, assim como a apresentação do programa do dia seguinte com Céline Dion. Este é mais um momento de publicidade ao

próprio programa, neste caso do dia seguinte, de forma a transmitir aos telespectadores que não o devem perder.

Assistimos a mais um excerto de um vídeo de Star Jones que continua a contar a sua história. De volta ao estúdio, segue a entrevista numa perspetiva mais pessoal, falando do namoro e do casamento com Al, seu ex-marido: “You had already started to lose weight when you met him?” As perguntas são agora mais pessoais: “Are you different? Who are you in this body?” Star Jones fala sobre a tentativa de encontrar o seu próprio eu e a sua resposta tem claramente a concordância de Oprah, pois este é um dos seus lemas, confortando de seguida Star Jones dizendo: “You’re doing that very well, may I say! You’re doing that very well! Really!” No seguimento da conversa, Oprah faz referência à sua escola em África: “Star was there when I opened my school in January 2007, along with, you know, lots of other wonderful friends...”. Aqui temos uma referência a um dos grandes projetos de Oprah, sendo esta uma das suas bandeiras de ação humanitária, na qual ela fez questão de frisar que Star Jones esteve presente, demonstrando assim que esta não é uma mera convidada, mas também uma amiga.

A entrevista continua, agora na tentativa de perceber o período pós-banda gástrica – “What happened to all that skin?” – com Oprah a mostrar-se intrigada: “You didn’t have to cut off a lot of skin?” A entrevista segue com uma apresentadora bastante interessada e entusiasmada com os relatos de Star Jones, mostrando quase uma certa “inveja”, no bom sentido: “Ain’t that a great feeling?” Segue-se outro intervalo, vendo-se mais uma vez um plano geral do estúdio.

No regresso à conversa, Oprah introduz o tema das publicações dos *tabloids*, especificamente de uma fotografia de Star Jones vista por ela no supermercado que a deixara desolada – “They can reduce me to tears.” – ao que Oprah responde espantada: “Even nooow?” Star afirma: “Especially now!” Oprah acrescenta que tal não acontecia quando Star era obesa e ia para a praia de fato de banho e exclama: “That’s why I could not belieeeeve!” No fundo, o que se

pretende aqui enfatizar é aquilo que os média fazem a celebridades, independentemente das situações difíceis por que estes possam ter passado. Depois de todo um processo de emagrecimento, difícil e árduo, Star Jones ficou magoada com a maldade de tais publicações que pretendiam no fundo denegrir a sua imagem, nomeadamente através do recurso a ângulos de captação de imagem que são desfavoráveis aos fotografados.

Oprah fala agora das relações de Star Jones com o seu corpo e com os homens: “Now that you are in this body, how does it affect the way you handle yourself? The way you are with men...the way men react to you?” A entrevista encaminha-se para o final com perguntas mais de carácter retrospectivo e focando a situação no presente: “This is what’s interesting. You seem quieter to me...You seem calmer...”. Star Jones conclui, exprimindo de forma emotiva a sua satisfação: “I’m healthy. I can breathe ... Do I regret not being strong enough to share everything right away? Yes! But would I take it back? No! Because I’m healthy here today because I did it that way!” Oprah vai reagindo, concordando: “Yeah...Yeah” Terminam com Oprah a agradecer pelo seu depoimento e a dar as mãos a Star Jones, criando uma maior proximidade entre ambas – “Oh, thank you Star, that’s so great! We wish you the best!” – e despedindo-se do público: “Bye everybody, bye!”

Este programa para além de ter o formato de entrevista a três convidadas, pretende expor um tema delicado, partilhado também por Oprah: a luta contra o peso excessivo, travada de diferentes formas pelas convidadas. Pode observar-se o envolvimento de Oprah nesta questão, visto ela não ter conseguido alcançar esse mesmo sucesso, apesar de insistir em lemas de auto-aperfeiçoamento e de que com esforço e dedicação tudo se consegue. Esta é a mensagem que ela tenta sempre transmitir ao seu público, mas esta foi uma luta que ela própria perdeu.

As três convidadas, três figuras públicas e mediáticas, emgreceram por motivos e métodos diferentes, implicando sempre algum sofrimento, tristeza e desilusão, recompensados no final pela vitória.

Apesar de Oprah fazer alguns apartes tentando envolver o público e dar algum sentido humorístico a certos comentários, todo o programa gira à volta de sentimentos pesados, se assim lhes posso chamar. Só se observam planos gerais do público e do cenário sendo as interpelações em número reduzido, se comparado com outros programas.

Poderei então questionar: será que estas três histórias de vida irão surtir algum efeito nos telespectadores? Será que depois de observarem tudo aquilo pelo que as convidadas passaram, terão vontade de enveredar pelo mesmo caminho? Será que a luta pela perda de peso valerá todo este esforço, exceto por questões de saúde, tal como é referido por uma das convidadas? A própria Oprah não venceu esta batalha - Porquê? Falta de vontade? Terá ela ponderado todo o sacrifício inerente à perda de peso? E que dizer do, pelo menos aparente, falhanço do seu lema de auto-aperfeiçoamento, tão importante e relevante em tudo o que ela faz e diz? São perguntas de respostas difíceis e bastante subjetivas.

De facto, todas as suas expressões faciais, gestuais, o seu próprio toque demonstram proximidade quer com as convidadas quer com o tema. Ela mostra-se interessada em saber sempre mais e tudo ao pormenor, indo de situações ligeiras a factos fortes e chocantes.

Se neste programa havia alguma intenção de justificação de alguma convidada, especialmente de Star Jones, penso que foi alcançada pois todo o seu testemunho foi bem claro e fundamentador de todas as alterações que a sua vida sofreu. Por outro lado, se a intenção era levar as pessoas do público a tomarem determinadas decisões em relação a este assunto, penso que o resultado seria imprevisível.

Tornar a questão do excesso de peso um tema de debate público faz parte do *The Oprah Winfrey Show*. Faz parte de Oprah e da sua vontade de colocar este tema na agenda pública, provavelmente para as pessoas perceberem o quão difícil é esta luta contra o peso e assim perceberem também a razão da sua falha. Será o reconhecimento de limitações a nível pessoal? Talvez sim.

4.3.4 *The Oprah Winfrey Show – Do you believe in miracles?*

Esta sessão foi transmitida no dia 17 de novembro de 2010, tendo como convidados Susan Casey, chefe editorial da revista *O*, Dr. Jeff Rediger, Professor de Psiquiatria, Lisa Melman e Ernie Chu, dois doentes oncológicos, intitulado-se *Do you believe in miracles?*

O estúdio encontra-se escurecido em tons de roxo, com pouca cor, sobressaindo apenas os dois sofás beije. Trata-se de um programa introspectivo, com pouca música ou movimento, com várias reportagens de exterior, com imagens fortes e ilustrativas a intercalar com as entrevistas em estúdio. Não temos grandes planos alargados da plateia, estando as câmaras centradas no palco onde se encontram a apresentadora e os convidados. Oprah passa grande parte do programa com um semblante sério e até algo carregado.

Oprah apresenta-se vestida em tons de salmão com uma blusa de cetim com folhos, um casaco salmão mais escuro com bordados, umas calças beije e sapatos dourados. Usa também uns brincos compridos adequados ao penteado, anel e relógio com uma maquilhagem discreta. Mais uma vez, surge claramente adequada ao tema do programa, com uma indumentária elegante e sóbria.

Oprah inicia o programa chamando a atenção para o facto de que se trata de um programa onde o espectador pode tirar as suas próprias conclusões sobre o tema em questão, visto o assunto ser algo delicado e controverso: “We ask that you decide for yourself! What you believe is true and what is not! Be your own judge!”. O programa incide então sobre a história de um agricultor brasileiro, alegadamente com poderes curativos, conhecido por John of God, nome atribuído pela população, não por ele próprio. Susan Casey, editora chefe da revista *O*, foi ao Brasil (Abadiânia) em reportagem, viver de perto a experiência de contactar com *John of God* e constatar ao vivo algumas histórias apelidadas como milagre. Oprah avança para a reportagem alertando: “Some of what you’re about to see is shocking and graphic!”

Apresenta-se, então, um centro espiritual onde milhares de pessoas acorrem para serem vistas e curadas por John of God. Oprah vai reportando, usando expressões como “millions believe”, “millions call”, ou “people around the world”. Há aqui uma generalização das pessoas que podem acreditar neste tipo de medicina alternativa, se assim lhe podemos chamar, e Oprah salienta isso mesmo com as suas falas. São visualizadas imagens fortes de cirurgias a serem efetuadas sem qualquer anestesia e realçando a inexistência de qualquer licenciatura ou formação por parte de quem as efetua. Os pacientes afirmam não sentir dor durante a intervenção, havendo também cirurgias invisíveis, sem existir qualquer tipo de contacto físico. Na reportagem são recolhidos também relatos do Dr. Jeff Rediger que esteve no local. Quer Susan Casey quer o médico mostram dúvidas perante tudo o que veem, mas não têm qualquer explicação para o que ali acontece. O primeiro apontamento da reportagem termina com uma frase em jeito de conclusão por parte de Oprah: “Whether it is God, a miracle, the power of faith or delusion, many people are convinced that something, far beyond comprehension, is happening...” Também Susan Casey termina esta primeira parte da reportagem com a frase: “I don’t think anybody who comes here is ever gonna be exactly the same when they leave.” Neste momento, ficam muitas perguntas sem respostas, muitos atos inexplicáveis e uma subtil indicação de que algo de superior ali se passa.

De volta ao estúdio, Oprah introduz a conversa com Susan Casey, voltando a apresentá-la como sua colaboradora, sendo a chefe editorial da sua revista *O* e autora do livro *The Wave*. Susan Casey publicou a história sobre John of God na edição de Dezembro da revista *O*. Oprah afirma que ela própria sempre quis conhecer John of God e questiona Susan Casey sobre os seus motivos. A apresentadora revela sintonia com Susan Casey, interagindo com o uso de “ähäh...hmhm”, revelando compreensão em relação ao que esta explica e dando-lhe permissão para continuar pois está a acompanhar o seu raciocínio. A entrevista começa no geral sobre o que leva Susan Casey a ir ao Brasil e segue, posteriormente, para perguntas mais

concretas e factuais sobre o local, as pessoas e John of God: “So tell me what it’s like” “Anybody in the world can go, right?” Assistimos a uma contextualização sobre o que leva tantos milhares de pessoas a irem ter com John of God e a razão de se vestirem todos de branco. Susan Casey começa a descrever o primeiro caso que presenciou e Oprah pede-lhe que seja mais explícita e lhe apresente factos – “What is he doing that for?” – remetendo Susan para o Dr. Oz, visto ter-lhe pedido algumas explicações para ela própria perceber melhor tudo o que tinha visto. Oprah continua a questionar Susan Casey sobre as diferentes intervenções cirúrgicas – “What about the nose probings? ...So did you see somebody who got ...” – com o objetivo de responder a todas as possíveis questões do público. O segmento termina com Oprah dando a palavra a Susan Casey para que esta explique a sua reação: “So you wrote to me that at one point you thought you were going to pass out.”

No intervalo, visualizamos um *teaser* com imagens recaindo essencialmente na ausência de anestesia nas intervenções cirúrgicas e na razão de milhões de pessoas recorrerem a John of God, mantendo-se o mistério e a sensação de inexplicável no ar.

O novo segmento começa com o relato de Richard Sheff que esteve no local e presenciou o poder da cura. Voltamos ao estúdio com Oprah a publicitar, mais uma vez, a edição de dezembro da revista *O* dedicado a milagres, apelando à compra da mesma: “You wanna get a copy to read more about this and you can even download our new app. I’ll tell you about that later”. Mais uma vez, está-se perante publicidade explícita que incita à compra da sua própria revista de forma a ficarem a saber mais sobre o tema do programa. Introduce também aqui uma nova aplicação que o programa terá que só no final será divulgada.

Retoma a entrevista a tentar perceber a opinião de Susan Casey, uma jornalista habituada a escrever sobre ciência: “You’re a journalist so you write about science ... how would you explain what you saw?” Oprah remete, em seguida, para a Bíblia, fazendo uma pergunta mais

orientada e menos objetiva – “I was just gonna say, you know, the Bible says...” –, tentando associar tudo aquilo que é inexplicável aos olhos de um ser humano comum ao poder do pensamento positivo e energias positivas. Faz de seguida uma pergunta de cariz pessoal a Susan Casey, remetendo para o artigo na revista: “In *O* magazine this month, you called this article Leap of Faith. Was it a leap of faith for you as a journalist and somewhat skeptic to see that? Was it a leaf of faith?” Esta pergunta é colocada de uma forma muito compassada, como que a pedir à entrevistada que pense bem na resposta antes de usar da palavra. Oprah contextualiza que Susan Casey se encontrava num estado depressivo devido à morte do pai, que tinha ocorrido dois anos antes, e que esta estava a viver o que designa como “tsunami of grieve”. Com a viagem ao Brasil, Susan Casey esperava que John of God conseguisse ajudá-la a colmatar aquela dor interior e a ajudasse a viver a vida outra vez. Oprah especifica, procurando respostas concretas – “Ok, so what happened to you?” – mas sempre introduzindo perguntas sobre o que de facto aconteceu no encontro com John of God – “So do you, like, walk before him and he, like, lays hands on you or something?” – ao mesmo tempo que se visualizam imagens de fundo do encontro de Susan Casey com John of God. Tentando dar um ar menos sério à conversa, brincam um pouco sobre as expectativas que Susan Casey tinha e o que de facto acontece num primeiro encontro: “That’s it?!” Susan relata um segundo encontro e Oprah faz perguntas no sentido de esmiuçar tudo ao pormenor: “What do you mean blissful?” “So how do you do that? ... So you’re sitting in a healing room by yourself or with other people” Oprah mostra sempre muito interesse e mantém um semblante sério, apesar da convidada, por vezes, tentar aligeirar o tom da conversa. Oprah vai cortando as falas com perguntas, querendo saber todos os detalhes: “At that time you were thinking about your father?” A apresentadora demonstra algum ceticismo: “You know this sounds very uooh to me!” Aproxima-se o final deste segmento e Oprah coloca uma questão pessoal a Susan Casey: “So, how do you think you’re a different person, after that experience, when you didn’t go for

a specific healing?” Susan Casey revela-se mais feliz, menos deprimida e Oprah interage com interesse – “Hmhm”. A convidada demonstra assim que a sua viagem teve um efeito positivo nela própria, sem no fundo conseguir explicar pormenorizadamente a razão de tal ter acontecido.

Assiste-se a um *teaser* com imagens do médico Jeff Rediger que, devido ao seu ceticismo, vai ao Brasil e passa por uma experiência estranha quando misteriosamente começa a sangrar. Seguidamente, visualizam-se imagens de um documentário sobre John of God intitulado *Healings* com mais um relato de uma paciente, Maree Duffy.

Neste segmento, temos o médico Jeff Rediger, apresentado por Oprah como um cético que foi conhecer John of God e que, quando lá chegou, não sabia no que acreditar. Assiste-se mais uma vez a imagens, muito fortes e muito explícitas, da viagem de Jeff Rediger. Nesta reportagem, podemos observar o médico a assistir a uma cirurgia de uma paciente que não reage com dor à cirurgia à córnea pela qual estava a passar. Jeff Rediger naquele momento questiona-se a ele próprio e questiona tudo o que aprendeu ao longo da vida: “There are things happening that I don’t know how to explain! ... I have to change the way I think about the world.” Demonstra algum medo ao começar a sangrar na zona do coração, sem qualquer razão aparente, apesar de se ter submetido a uma cirurgia invisível. Estamos, assim, perante um homem da ciência a questionar a mesma e a questionar-se sobre o que vê sem para tal ter qualquer explicação racional.

De volta ao estúdio, Oprah pergunta ao médico Jeff Rediger o que lhe aconteceu e, pela primeira vez, fá-lo com algum humor – “So, explain what the hell was going on there?!” – gerando o riso por parte do público e do entrevistado, quebrando assim o ambiente pesado do estúdio. Estamos perante um médico sem saber o que aconteceu, cerca de sete anos depois, e Oprah interage intrigada e questiona o médico sobre os seus sentimentos – “When you said on

the tape there, that you were scared, you were scared of what?” – e sobre o que aconteceu – “Cause you suddenly have spontaneous bleedings and an incision that you didn’t have before. Is that what you’re telling us?” Jeff Rediger confirma e acrescenta que nada o preparou para perceber o que viu: “I don’t have a medical explanation for it. My whole life has been turned upside down in many ways. I have changed a lot.” Oprah e os dois convidados conversam sobre John of God, sobre a sua capacidade de curar e sobre este não ir contra a medicina convencional, acrescentando que as pessoas devem continuar a tomar os respetivos medicamentos. Oprah comenta o assunto – “What is interesting to me about it...I’ve been hearing about him for a couple of years and I’m fascinated that - number one - he doesn’t charge anybody anything...” – e formula, a partir daí, uma pergunta factual: “How are they managing to keep this going if they are not charging people?” Susan Casey explica que quem tem o verdadeiro poder de curar não pode cobrar nada, pois não é algo que seja dele, caso contrário o dom desaparecerá. Oprah lê uma citação do médico, de forma pausada e enfática em algumas passagens – “... None of us are who we appear to be” – e questiona mais uma vez o médico – “Was that an eye opener for you?” –, voltando a reforçar a mensagem transmitida: “I think that’s so powerful!” Todo este tema é de uma grande sensibilidade pois não há até ao momento respostas ou dados concretos. Há, sim, a criação de um ambiente de mistério envolvente entre a apresentadora, os convidados e o público, de que faz parte integrante o próprio estúdio.

Durante o intervalo assistimos a mais um *teaser* da restante entrevista, voltando de seguida um outro segmento em que se questiona o lado científico da situação anteriormente visualizada, com imagens de fundo: “Explain if you can, the medical risks of surgery without anesthesia or proper sterilization ...”. O programa prossegue com mais imagens da viagem do médico, nomeadamente da reação de um paciente que foi submetido a uma cirurgia ao nariz através de uma sonda comprida. De volta ao estúdio, riem e conversam sobre o vídeo

apresentado na reportagem, atenuado assim a tensão das imagens um pouco chocantes vistas, tentando arranjar uma explicação para o facto de a sonda ter sido introduzida no nariz com tamanha profundidade. Oprah termina este segmento retomando o tema da religião com as questões: “Do you consider yourself a religious person? ... And what is it that you know that is true?” Há aqui a intenção de colocar o tema da religião como justificação, embora Oprah só coloque questões, as quais devem ser avaliadas e respondidas pelo público, devido ao facto de ser um tema bastante delicado e que pode mexer com muitas crenças e sentimentos. Oprah não quer dividir o seu público, mas sim pô-lo a questionar situações menos óbvias e de resposta incerta.

Assistimos agora a um *teaser* sobre uma paciente com cancro e que recorreu a John of God. Este segmento começa com a história de Lisa Melman, uma doente oncológica, onde podemos ver fotografias de Lisa Melman, imagens da sua viagem ao Brasil, assim como o relato das suas expectativas antes da cirurgia. De volta ao estúdio e à entrevista com Lisa Melman, Oprah pergunta-lhe o que aconteceu depois da viagem ao Brasil. As perguntas são diretas e objetivas, com o propósito aparente de tentar esclarecer o público: “Do you believe that you received any kind of healing there? ... How is your physical health, right now?” Lisa Melman explica que não veio curada do Brasil e Oprah demonstra interesse interagindo com perguntas e anuindo com “hmm”. A apresentadora revela um semblante sério, interessado e faz poucas perguntas, deixando a entrevistada à vontade para contar o seu caso. Lisa Melman deixa a mensagem de que, apesar de não estar curada do cancro, continua a desenvolver o seu tratamento emocional (*emotional healing*). Oprah termina o segmento agradecendo a Lisa Melman e elogiando o seu relato – “Thank you! Excellent!” Neste momento, assiste-se a outra situação subsequente da principal, ou seja, a pessoa não veio curada, estando no entanto viva e confiante no seu tratamento emocional. Esta é outra das perspetivas de análise possível, onde também o público pode tirar as suas próprias conclusões. Por aqui se vê que Oprah na

estruturação do programa quis mostrar várias perspetivas possíveis, de todo este mistério, com consequências diversas, tal como comprovado pelos convidados em estúdio.

Passamos a mais um *teaser* com outro caso e deixando a pergunta crucial no ar: “Is he healed?” O tom de enigma continua e, de volta ao estúdio, Oprah introduz a história de Ernie Chu, chamando, mais uma vez, a atenção para as imagens chocantes que podem ferir suscetibilidades no vídeo que se seguirá. Oprah começa por pedir a confirmação de que é mesmo Ernie Chu que se encontra naquela maca: “Uau! So that’s you lying on that table? What were you feeling?” Na conversa com Ernie Chu sobre a sua cirurgia a um tumor nas costas sem anestesia, Oprah ouve e reage com uma expressão facial séria e parecendo algo assustada, mas sempre confirmando o que Ernie diz através de “Hãhã ... Hãhã.” Sublinha ainda que contactaram o médico de Ernie Chu nos E.U.A. e que este confirmou que Ernie Chue tinha efetivamente um tumor nas costas e que neste momento desaparecera: “I want you all to know we spoke to Ernie’s doctor...” Pede então a Ernie Chu que explique o que foi visionado na reportagem: “How do you explain what appears to have happen to you there?” Ernie Chu refere que não pode explicá-lo em termos médicos e que o corpo é mais do que carne, sangue e ossos; é uma forma de energia. Oprah volta a questionar Ernie Chu – “Did you go there as a believer?” – e reage com entusiasmo – “Uau!”. Pede ao médico presente que diga se consegue explicar o que aconteceu a Ernie Chu: “So you saw that. Did you ever see that before? How do you explain what we just saw there?” Aproximando-se o final do programa, Oprah faz um resumo do que foi dito pelos quatro convidados, solicitando a confirmação individual de cada um – “So what I hear you’re all saying, correct me if I’m wrong...” – e termina o segmento. Após o relato das quatro histórias, relativas a este tema complicado, este resumo pretende re-situar o público face a tudo o que realmente se terá passado, deixando ao critério de cada um o encontrar da sua própria explicação.

Volta para terminar o programa lendo um *email* enviado para o programa pelo medico Jeff Rediger: “I just love this and I’m gonna end the show with this and it’s all for you to think about! Perhaps the real heart within us is not just a pump. Perhaps the real heart within us is about love and faith. Perhaps the physical body is not who we really are. Perhaps we are these invisible souls walking around and the body is just an instrument, or metaphor, for something we are trying to learn.” Elogia as palavras do médico com ênfase: “Beautifully said, Dr Rediger! Thank you very much!” Dirige-se ao telespectador dizendo que o programa teve o intuito de fazer pensar: “It’s all for you to think about...” Agradece a todos e publicita, com entusiasmo, a revista *O* e a nova aplicação da mesma da *AppStore* e termina: “This is how I like to read my things now!... Bye everybody and thank you very much for talking about miracles!”

Este tema é realmente controverso e torna-se ainda mais depois de visionadas as imagens dos convidados presentes no programa. Há diferentes situações e diferentes consequências, sendo certo que ninguém consegue ter uma explicação científica para tudo o que foi visionado e sentido.

Oprah tem esta capacidade de escolher muito bem os temas a serem tratados em televisão, o mesmo se revelando na escolha dos convidados, tendo, neste caso, havido o cuidado de ampliar as situações possíveis. Se, tal como afirma no final, o objetivo era deixar o público a pensar, com certeza que atingiu esse objetivo, pois trata-se de algo tão desconcertante que é difícil ter uma opinião formada e defensável.

A intervenção do público também é reduzida, visto a atenção estar focada nas experiências dos convidados assim como nas reportagens de exterior. Isto cria uma grande interação entre os telespectadores e o que se passa para além do ecrã do televisor, pois estão à espera de ver sempre algo mais.

O título do programa diz tudo: Acredita em milagres? A resposta... essa pode variar de pessoa para pessoa, de experiência para experiência, de vida para vida.

4.3.5 *The Oprah Winfrey Show – The Vegan Challenge*

Esta sessão foi transmitida no dia 1 de fevereiro de 2011, tendo como convidados Michael Pollan, Nicole Johnson-Hoffman e Kathy Freston, intitulando-se *The Vegan Challenge*.

Oprah apresenta-se vestida com uma blusa de cetim verde, um casaco de malha amarelo, calças verdes e sapatos castanhos de salto moderado. Usa também brincos, relógio e um anel. No entanto, há que referir que, como acontece regra geral, toda esta indumentária combina na perfeição com o cenário, visto este apresentar fotografias de legumes e fruta como plano de fundo em harmonia visual completa com a roupa que Oprah usa pois as cores são as mesmas, verde e amarelo. Podemos visualizar no meio do cenário dois cadeirões pretos e uma mesa de apoio.

Trata-se então de um programa de cariz informativo com referência a factos sobre alimentação e a necessidade de se tomar consciência daquilo que se come, mas apresentado com ligeireza devido à participação da equipa do programa na experiência *vegan*. Estamos assim perante trezentos e setenta e oito membros da Harpo que aderiram à dieta *vegan* durante uma semana.

O programa tem início com um *teaser* sobre o que irá ser visto, onde se conhecem os convidados. No estúdio, Oprah explica a experiência, apelidando-a de radical e recorre ao humor para descrever as reações dos seus funcionários de forma enfática – “Some of my staff say they have never felt better, some of them are down right cranky ... the bathrooms have never been busiiiiieerrr! And everybody wants to talk about it! So what did we do? Take a look! Take a look!” – provocando o riso entre todos. Visionamos agora imagens do início da experiência, na semana anterior, com Kathy Preston e testemunhos da equipa antes da experiência. Na reportagem, vê-se claramente publicidade direta às empresas *Whole Foods* e

Kashi que colaboraram nesta experiência com o fornecimento de produtos. Oprah, em *voz off*, relata com entusiasmo o início da experiência.

Voltam ao estúdio e Oprah apresenta o convidado, Michael Pollan, autor de vários livros sobre alimentação saudável, com humor, apelidando-o de *rockstar in the food world* e mencionando que já foi nomeado pela revista *Time* como uma das pessoas mais influentes do mundo por fazer pensar sobre a comida e as regras no comer: “Last year he was named one of the *Time Magazine*’s one hundred most influential people in the world because of the way you make us think about food and food rules.” A entrevista ao escritor inicia-se com Oprah a pedir-lhe a opinião sobre o desafio que os funcionários da Harpo aceitaram. Michael Pollan responde introduzindo já referências à forma como se deve comer e ao facto de não comer carne ser um desafio moral, ético e intimamente ligado às tradições de cada um. Oprah introduz o seu caso pessoal, admitindo ter tido problemas em relação ao facto de comer carne – “Believe me! ... You know, I’ve had my dealings with meat.” – mas ressaltando o que é essencial sobre este assunto: “This is about thinking more about where your food comes from and being more conscious about it.” Ao longo do programa vão sendo mostradas imagens de carne nos expositores dos supermercados, chamando a atenção para o facto de uma criança já não associar o que vê e come a qualquer animal e, também, para os custos de saúde nos E.U.A. diretamente atribuíveis ao modo como os americanos se alimentam. A entrevista desenrola-se com perguntas sobre dados factuais e Oprah intervém sempre que acha necessário esclarecer alguma informação dada por Michael Pollan com perguntas diretas – “What do you mean?” – ou com clarificações sobre aquilo que é dito. Michael Pollan demonstra não ser completamente contra a presença de carne na dieta alimentar e Oprah contrapõe com a opinião da vegan Kathy Preston afirmando: “Yah! I’ve had this conversation with Kathy too. Kathy is coming up. Kathy is THE veganist. She is THE Nation’s veganist!” Refere com humor e alguma ironia que, numa conversa anterior com a convidada, lhe colocou

uma questão sobre o consumo de ovos postos pelas galinhas que passeiam no quintal, podendo-se perceber a opinião pessoal de Oprah, cujo poder económico e, por isso, de acessibilidade a este tipo de produtos, é por ela reconhecido. Oprah passa a mensagem que não será de extremos em relação à sua alimentação e fica no ar a dúvida sobre se ela realmente cumpriu o desafio da semana.

De seguida, vê-se um vídeo em casa de uma das supervisoras da produção, Jill, a informar e a explicar à família a experiência vegan que irão iniciar durante sete dias. Durante o programa é explicado o que é ser vegan com recursos a imagens – “No meat! No eggs! No milk!”. De seguida, vemos outros membros da equipa em conversa com Kathy Preston sobre este desafio. Os funcionários falam dos seus problemas com esta dieta com sentido de humor enquanto Kathy Preston se mantém num registo mais sério e persuasivo. Ao longo do programa, Oprah refere várias vezes que a experiência não foi imposta à equipa e que todos eram livres de recusar.

De seguida, a expressão facial de Oprah fica mais carregada ao referir os dados sobre o número de animais que são mortos e consumidos por ano, havendo um contacto visual direto com o público neste momento e uma maior ênfase da mensagem – “Listen to this! Ten [pausa] billion [pausa] animals [pausa] a year! Including thirty-three million cows!” Esta mensagem é transmitida de forma acentuada pois tem como objetivo alertar as pessoas sobre a quantidade de animais que são mortos para prover à alimentação humana, havendo aqui uma tentativa de responsabilizar também o público. Neste momento já temos mais uma convidada, Nicole Johnson-Hoffman, gerente da Cargill, e Oprah enaltece o matadouro que permitiu a reportagem, ao contrário de tantos outros que foram contactados e recusaram. Avança para a reportagem alertando o público para as imagens que são fortes e poderem ferir suscetibilidades, principalmente de crianças. A reportagem é factual, mas não sem recurso à

vertente emocional, com imagens dos animais ao frio e sujeitos às intempéries enquanto são alimentados durante cerca de duzentos dias antes de serem enviados para o matadouro. Temos o *voz off* de Lisa Ling com tom ligeiramente dramático sobre as horas antes da morte dos animais com recurso a adjetivação sugestiva para descrever todo o processo: “...before they are sent to slaughter...dark, winding corridors ... intense ... it just smells like raw meat and lots of it ... it’s really quite impressive.” Não é permitido filmar o momento da morte do animal, mas Lisa Ling descreve-o ao pormenor, ao mesmo tempo que passa a imagem da repórter com semblante emocionado. Podemos visualizar imagens dos animais mortos assim como de Lisa Ling incomodada com todo o ambiente, tratando-se de imagens fortes, passíveis de suscitar emoção no espectador.

De volta ao estúdio, Oprah apresenta agora a gerente do matadouro Cargill, Nicole Johnson-Hoffman e agradece-lhe o facto de lhes ter sido concedido autorização para ver e filmar todo o processo da morte do gado. Nesta fase, é passada a mensagem de que todo o processo é limpo, que não maltratam os animais e que se preocupam com os consumidores. Há uma espécie de desmitificação de todo o processo, mostrando que há respeito pelos animais até à hora da morte e que esta reportagem permite aos americanos verem de onde vem a carne que chega às suas mesas. Oprah vai sempre demonstrando interesse na conversa e acompanhando as explicações tanto de Nicole Johnson-Hoffman como de Michael Pollan que também comenta o que é visto. Oprah termina este segmento perguntando quantos empregados tem a Cargill ao que a gerente responde – “We have two thousand employees” – como que sublinhando que é uma empresa que contribui significativamente para a oferta de emprego. Terminam com um aperto de mão e o agradecimento caloroso de Oprah mais uma vez à Cargill: “Thank you for letting us in! Thank you again!” Aqui há o reconhecimento da empresa em questão e do facto de lhes ter sido dada autorização para filmar, demonstrando, assim, nada terem a esconder que possa impedir a sua divulgação publicamente na televisão.

Esta terá sido uma mais-valia para a empresa que, desta forma, irá com certeza aumentar a sua reputação e possivelmente as vendas, tanto pelo facto de terem ido ao programa de Oprah, como pelo facto de terem mostrado todo o seu trabalho, assim como as suas instalações.

Depois de um *teaser* sobre a experiência de algumas funcionárias, veem-se de seguida imagens filmadas no escritório de Oprah com Kathy Preston, estando-se claramente perante um registo mais informal, com planos de imagens em que aparece um dos operadores de câmara e a assistente da apresentadora. Oprah começa por fazer referência a Stedman, seu companheiro, dizendo a Kathy Preston que ele é o mais entusiasmado com o plano semanal vegan, revelando aqui um pouco da sua vida privada. É feita uma prova de produtos vegan no seu escritório e tanto Oprah como a assistente mostram gostar dos produtos vegan: “It is delicious! I love kashi! I love saying kashi!” Durante o vídeo podemos observar a apresentadora a tomar decisões sobre a semana vegan nos estúdios Harpo, tendo sempre presente a ideia de que a experiência é opcional e nunca imposta. Oprah demonstra entusiasmo pela experiência – “Meatless mondaaaaaays!” – e alguma ironia, não isenta de real preocupação, dada a vertente litigante comum na cultura americana: “Let’s try not to get sued for it!” Oprah incentiva, mas ao mesmo tempo mostra-se receosa com as implicações possíveis do desafio.

De volta ao estúdio, todos riem das cenas visionadas e temos agora Kathy Preston sentada no palco entre Oprah e Michael Pollan. A apresentadora fala diretamente para o público – “You can do that in your house too, if you choose!” – reforçando que todos podem experimentar a dieta vegan, e volta a apresentar Kathy Preston como “The Veganist” e não apenas uma qualquer nutricionista fazendo publicidade ao seu livro *Veganist*. É feita uma retrospectiva da semana vegan da equipa Harpo e Oprah fala diretamente sobre um dos funcionários que se encontra no estúdio. São recolhidos relatos de membros da sua equipa que se encontram na

plateia, em particular de Jill que fala sobre a experiência com a sua família. Oprah interrompe o relato, olhando diretamente para a câmara, voltando a sublinhar que se comem dez bilhões de animais por ano (dando novamente relevo a esta mensagem de forma a alertar as pessoas para o que comem) e interrogando Kathy Preston sobre o radicalismo de se tornar vegan e sobre de onde vêm as proteínas numa dieta sem carne. Esta dúvida é acentuada por Oprah pelo facto de mencionar que esta informação não tem apenas relevância individual, visto ser algo que todos querem saber: “That’s what everybody wants to know!”

No intervalo, vemos um *teaser* sobre um dos funcionários que perdeu peso durante a semana vegan e vemos também a apresentação do programa do dia seguinte, voltando a haver publicidade explícita que pretende captar os telespectadores para estarem no mesmo local, em frente ao televisor, no dia seguinte.

De regresso ao estúdio, os três interlocutores conversam, respondendo às perguntas de Oprah que direciona as questões, sublinhando mais uma vez que seguir uma dieta vegan é uma decisão do foro individual, existindo várias alternativas: “People can have choices!” Oprah vai reiterando aquilo que Michael Pollan e Kathy Preston comentam – “Like I did!” – de forma humorística e divertida, demonstrando que ela própria não seria capaz de o fazer. É introduzido o facto do marido de Kathy Preston ser apenas *veganish*, ou seja, favorável a uma tendência sem a ela se comprometer totalmente, a apresentadora mostra-se recetiva, ainda que sempre com reticências, acabando por dizer com alguma ironia: “Maybe that’s what I’m gonna be Veganish! Veganish! ‘Cause I’m not ready to commit to the whole thing!” Oprah faz mais uma vez referência a Stedman, seu companheiro, que pretende continuar com a dieta vegan, brincando com a resposta que lhe deu – “Go right ahead!” – visto ela não estar convencida do mesmo.

A cumplicidade e a proximidade que transmite naturalidade a todos prossegue quando de seguida se assiste a um diálogo direto com a régie com imagens da mesma, onde um elemento da equipa, Joe, confirma que se converteu à dieta vegan, explicando as razões da sua conversão, criando um momento de grande risada. Oprah interage com ele num registo ligeiro, de intimidade e com humor, dizendo-lhe da sua alegria: “I’m so happy for you!” O programa prossegue intercalado com relatos da equipa sobre a semana vegan, fazendo-se referência ao facto de estarem preocupados, ou não, em relação à origem da carne assim como à comida que habitualmente comem – “Fast food is addictive!” Este é um aviso e um alerta que fica para todo o público, havendo a intenção tanto de informar como de formar, neste caso dando indicações sobre como comer saudavelmente.

Num outro intervalo, vê-se a apresentação do programa de sexta-feira seguinte e um *teaser* com a continuação do programa, mostrando uma reportagem de exterior num supermercado, onde Kathy Preston mostra as alternativas vegan que podem funcionar como substitutos da carne.

No estúdio, Oprah volta a sublinhar a mensagem principal que quer passar para o seu público: “We’re talking about leaning into being more conscious about where your food comes from.” Aqui temos a clarificação e reiteração da mensagem que pretende ser transmitida – ser consciencioso na forma de comer e ter conhecimento sobre a origem da comida. Na reportagem exterior, vemos Jill que vai com a filha e com Kathy Preston ao supermercado comprar substitutos vegan para as refeições que habitualmente comem. Durante esta reportagem, vemos uma série de produtos e marcas vegan que se encontram nas prateleiras do supermercado, apelando-se assim ao consumo daqueles mesmos produtos, havendo assim publicidade que é mais do que implícita. Segue-se um vídeo caseiro de Jill que nos mostra uma refeição vegan em família, podendo ver-se as reações negativas por parte dos filhos e

marido assim como do público que reage com gargalhadas, tal como a apresentadora. Oprah interage com Jill que está na plateia e esta esclarece o seu erro na forma cozinhar os alimentos e acrescenta que, à segunda tentativa, com a ajuda de Kathy Preston, correu tudo melhor, levando Oprah a perguntar retoricamente: “You’re changed?!”

Segue-se Veronica, outra das funcionárias que queria “esmurrar” Kathy Preston por não conseguir seguir estreitamente a dieta vegan e por ser viciada em *fast food*, o que gera o riso entre todos. Esta confirma que irá fazer a dieta dos vinte e um dias e que diminuiu drasticamente o número de vezes que come *fast food*, pois comia diariamente e passou apenas um dia por semana, levando Oprah a congratulá-la pelo conseguido.

No intervalo, vemos um *teaser* sobre o sucesso alcançado por alguns dos funcionários, nomeadamente a perda de peso pelo facto de terem aderido à dieta vegan.

Na última parte do programa, os relatos finais demonstram uma consciencialização sobre as dietas alimentares assim como os resultados gerais obtidos por todo o grupo. Oprah particulariza um caso específico, Rich, que perdeu bastante peso. Na sua explicação, Rich enfatiza que se sente agora muito bem e que comia horrivelmente mal, levando Oprah a expressar a sua admiração, como se genuinamente não estivesse à espera de tal: “Really? Really?!”

Tommie, operador de câmara, é outro dos exemplos de perda de peso. Temos uma imagem de Tommie com a sua câmara de filmar ao ombro, num registo muito descontraído e informal, mostrando naturalidade na captação de imagens, como se tal não tivesse sido planeado. Michael Pollan faz o contraponto sobre os relatos a favor da dieta vegan e Kathy Preston adota um estilo de alguma demagogia ao referir o sofrimento dos animais. Oprah reafirma que os animais não sofrem e que Lisa Ling ficou impressionada com o matadouro, mas não deixou de comer carne. Michael Pollan faz um comentário final com algum humor, falando de

todo o sistema, de todos os envolventes neste mundo da comida, bem como do facto de se comer ou não carne.

No último intervalo, Oprah faz um agradecimento à empresa *Kashi*, com imagens publicitárias – “Urrray to Kashi! ... Thanks Kashi” – passando assim um apelo à compra destes mesmos produtos, os mesmos usados por toda a equipa Harpo que participou no desafio vegan.

Oprah dá agora a palavra a Nicole Johnson-Hoffman, gerente da Cargill, que sublinha a importância de estar ali no programa com Oprah, Michael Pollan e Kathy Preston a falar sobre este assunto para que, em conjunto, cheguem a melhores soluções para o sistema de alimentação americana. Assistimos ao comentário final de Oprah no sentido de afirmar que este programa quer apenas demonstrar os dois lados da questão, adotando uma posição cautelosa no que toca a recomendar explicitamente apenas uma única via: “Great information today everybody! If nothing else, we want you to be more conscious about where your food comes from. You have to decide what’s right for you and your family!” Termina publicitando os livros dos dois autores mais uma vez, *Veganist* de Kathy Freston e *Food Rules* de Michael Pollan, agradecendo à Cargill por ter mostrado publicamente aquilo que muitos provavelmente nunca teriam visto, muito menos em televisão.

Este programa consegue, então, juntar três pontos fundamentais: formar, informar e entreter (este último numa escala menor). O tema é bastante importante, principalmente para a sociedade americana, que é conhecida por comer mal (excesso de *fast food*, índices muito elevados de obesidade), tentando desta forma dar sugestões úteis sobre como comer de forma mais saudável.

Temos uma apresentadora muito interessada no tema, visto ser um desafio à sua própria equipa de produção, embora ela não seja clara quanto à sua adesão ao programa vegan

adotado pelos funcionários que escolheram segui-lo, pois não havia qualquer obrigação de o fazerem.

Todo o cenário está estruturado de acordo com o tema, sendo a escolha dos convidados equilibrada, no sentido de não haver um posicionamento unilateral e extremista. Subscreeve um equilíbrio entre todos os elementos apresentados, assim como entre as opiniões dos diferentes convidados e entrevistas exteriores, que muito enriquecem o programa, não apenas a nível da informação proporcionada, mas também de ritmo e diversidade de espaços e contextos. Podemos visualizar vários espaços dos estúdios Harpo e até o próprio escritório de Oprah, construindo-se um ambiente de naturalidade no desenrolar de todo o programa e criando-se ainda uma maior proximidade com os telespectadores que podem ver tanto os funcionários como os próprios espaços dos estúdios.

Penso que foi um programa bem conseguido, na medida em que o público terá captado a mensagem principal: a forma de comer é muito importante e determina muito na vida. Não precisando de chegar a extremos, há determinados hábitos que podem ser mudados para melhor, dando assim a quem o fizer uma melhor qualidade de vida. Os próprios funcionários confirmaram-no e aderiram ao passo seguinte por iniciativa própria. Por isso, cabe a cada indivíduo refletir sobre o tema e perceber se tem ou não necessidade de mudar algo na sua alimentação para se sentir melhor consigo próprio. Esta auto-ajuda proclamada por Oprah é claramente apresentada como cabendo a cada um dos membros da sua audiência.

A publicidade aos livros dos convidados pode ser vista como correspondendo a uma genuína validação do que contêm – dada a relevância da questão especificamente a nível dos E.U.A., mas também de muitos outros países do mundo ocidental –, mas também como uma contrapartida pela sua participação e uma recompensa pelo investimento pessoal de cada um na defesa dos seus ideais. Certo é que funciona como um enorme incentivo à aquisição

destes livros, com os decorrentes benefícios económicos para os próprios e as suas editoras – e, quem sabe, para a empresa de Oprah em si mesma.

Neste programa Oprah demonstra uma comunicação não-verbal notável, pelo seu uso de gestos, expressões faciais e interjeições, transmitindo ou enfatizando assim a sua opinião, não necessariamente através de palavras. Esta é aliás uma vertente em que a sua excelência se afirma de forma recorrente.

4.3.6 *The Oprah Winfrey Show* – Clayton Moss

Esta sessão foi transmitida no dia 15 de abril de 2011, tendo como convidado Clayton Moss e retrata a história de um menino de 6 anos, acorrentado e torturado pelo pai e pela madrasta. Em 2000 este caso fora publicitado no *The Oprah Winfrey Show* e volta a ser apresentado em 2011 pelo próprio Clayton Moss que fala, pela primeira vez, no assunto em público, com 19 anos. O estúdio encontra-se em tons escuros, tendo apenas os sofás beije no centro do palco, criando assim um ambiente introspetivo de acordo com o tema do programa. A apresentadora e o público apresentam-se constantemente emocionados e vemos uma Oprah quase sempre de lenço de papel na mão, perante um jovem com alguma contenção nas suas reações emotivas.

Oprah usa uma blusa com um padrão leopardo, calças pretas, sapatos dourados com salto e brincos mostrando alguma sobriedade na escolha da indumentária.

Oprah faz a contextualização da história de Clayton Moss apelando à memória do público: “So many of you were outraged!” Após umas breves imagens de Clayton Moss, temos um plano do estúdio apenas com Oprah, um plasma com uma foto de Clayton e a reprodução de um armário semelhante aquele em que a criança fora mantida presa por vários dias ou meses, tendo no interior do mesmo, uma cerca de arame e correntes como as usadas para prender Clayton Moss. Este recurso pretende que as pessoas visualizem o cenário vivido por Clayton Moss, ao mesmo tempo que ouvem a sua história. Mais uma vez, há a clara intenção de aproximar o público daquilo que é apresentado e até de colocar os telespectadores no ambiente vivido por Clayton Moss. Oprah descreve a situação vivida por Clayton Moss pausadamente, com uma voz de emoção contida para que o público se localize naquele ambiente sofredor e chocante: “Clayton’s little body, look at this, Clayton’s little body was wrapped in a wire fence and then bound with chains, like an animal...he wasn’t given food

for days, sometimes he would eat pieces of a paper bag that were left in this closet.” “This was not at the hands of stranger.”

Todo o discurso relata o pormenor e apela à vertente emocional através da visualização de imagens de Clayton Moss, da cidade onde vivia, assim como da casa, do pai, do corpo com cicatrizes, e é a própria Oprah que faz a contextualização do que acontecera em *voz off*, causando assim um maior impacto. A linguagem utilizada é bastante emotiva e adjetivada “He was brutally abused...for months, Clayton was locked inside an airless, dark bathroom closet...”

De volta ao estúdio, Oprah apresenta Clayton Moss, um adolescente agora com 19 anos, que vem contar a sua história pela primeira vez. Apresenta-o com elogios: “You’ll be astonished at his resilience!”. Oprah recebe o convidado com palmas e um abraço e começam a conversa apelando às primeiras memórias deste – “What do you remember about those days?”, “Do you remember the very first time you were put in a closet?” –, seguindo-se perguntas de resposta rápida – “Do you have any idea? ...Were there ever ... Could you?” – e culminando numa pergunta mais subjetiva e introspetiva: “Do you remember being in the closet and thinking why?” Nota-se que a apresentadora está muito bem preparada para conduzir a entrevista pois, em algumas perguntas, Clayton Moss responde de forma sucinta, não desenvolvendo muito os temas. Oprah não hesita e consegue naturalmente colocar outras questões, tentando sempre fazer com que o convidado se descontraia mais, seja mais emotivo nas suas respostas, causando assim um maior impacto a nível do público. Enquanto conversam, passam imagens do armário, seguindo-se depois a condução da conversa com perguntas factuais tais como: “What would happen if...” A apresentadora demonstra interesse, interagindo continuamente – “hmhmhm” –, dando assim a confirmação a Clayton de que está a receber a mensagem e dando-lhe o incitamento a que este continue.

Introduz de seguida a conversa gravada pela polícia e, ao fazê-lo, Oprah apela com mais demora para a atenção do público para que estes se identifiquem com a situação: “I know those of you who are here in our audience, and in our audience outside the studio can remember your own six year old self and many of you can remember raising your children...So imagine ... this!” Oprah apela à identificação do público com a situação vivida por aquela criança, criando um ambiente frio e até de medo. Na gravação, Clayton descreve ao pormenor o que lhe fizeram e aquilo por que passou: “(the closet) It’s too, it’s too little ... Sometimes I have to pee in a cup ‘cause I have peed on my feet...I holler and cry...”. De volta ao estúdio, temos um plano do público emocionado e é dada ao telespectador um grande plano em que se pode ver uma senhora a limpar as lágrimas com um lenço. Oprah continua a entrevista, com perguntas menos factuais e mais emocionais e com um tom de voz baixo e uma expressão facial emotiva – “Do you think of them as parents?”. Durante a resposta, visualizamos imagens do pai biológico na cadeia e nota-se algum incómodo relativamente a esta questão. Oprah fala com Clayton das pessoas que passam por este tipo de situações assim como das várias formas de as ultrapassar. Podemos ver a situação particular de Clayton Moss a ser ampliada para uma dimensão geral, de casos de gente anónima, havendo mais uma vez o apelo à identificação para uns e à compaixão para outros. A apresentadora questiona-o sobre o porquê de Clayton Moss querer falar agora, pela primeira vez, ao que este responde que quer fazer uma chamada de atenção para casos como o dele, pedindo a quem veja desaparecer uma criança que se interrogue sobre tal e intervenha inquirindo, para além de mostrar a todos que uma experiência mesmo tão traumática como a que viveu pode ser superada e ultrapassada. Oprah tenta convocar alguma emoção do convidado, apelando ao sentimento: “Have you grieved it though? I can see you’re being strong here and you wanna be strong...And I appreciate that...you wanna be strong and not be too emotional about it ... but have you given yourself a chance to grieve what happened to your little boy self?”

A apresentadora segue, assim, uma linha de emoção partilhada, olhando e falando diretamente para o público: “Because when you hear that little tape, you could see people in the audience crying when we hear your little boy voice, ‘cause everybody remembers how little you are at six years old and how trusting you are at six years old! And when you hear that you feel what for that little boy?” Mais uma vez temos o apelo ao sentimento e à identificação com a história apresentada. Segue para intervalo, elogiando Clayton – “You did a great job!” –, apertando-lhe a mão num gesto de carinho. Vemos então um *teaser* de imagens de Clayton que vê as fotos tiradas na altura pela polícia.

Voltamos com imagens de Clayton e do local dos abusos e Oprah introduz mais um pouco da conversa gravada pela polícia. Assiste-se a mais uma parte da conversa calma, cautelosa, mas eficazmente inquiridora, entre o polícia e a criança: “You said your dad did something to you one time when you peed in your pants” “Yeah, he peed on me...he did it on my neck and once he peed in a cup ... and he dumped it on my head...”

De forma a dar mais ênfase à situação veem-se imagens do pai e da madrasta de Clayton Moss, Joseph e Carmen, e ouve-se a sentença do tribunal em que ambos foram condenados a quatro anos e meio de cadeia, sentença que não cumpriram até ao fim, tendo o pai sido libertado ao fim de vinte e um meses e a madrasta ao fim de dois anos e três meses. De volta ao estúdio, Oprah mostra-se indignada com essa decisão judicial e interage com a plateia mostrando a sua desilusão com situações como esta: “That’s stunning! Isn’t that stunning?” A pergunta retórica pretende demonstrar que esse é um sentimento geral, não só de Oprah, mas do próprio público que confirma de forma não-verbal aquilo que é dito pela apresentadora. Oprah tenta obter uma reação de Clayton Moss: “How do you feel about when you hear that?” Moss afirma sentir-se injustiçado e Oprah demonstra, de novo, indignação: “It’s really awful, it’s really awful!” Questiona Moss sobre se quer voltar a ver o pai, fazendo a ligação com um

programa recente sobre uma mulher que levou um tiro na cara disparado pelo namorado e que gostaria de lhe perguntar o porquê de o ter feito: “We had a woman here...would you ever want to ask your father [fazendo sinal de aspas] why?” Moss responde que gostaria de interpelar o pai, mas Oprah interrompe e direciona a sua resposta: “But is there an answer that could ever satisfy that...what answer could he give you?” O jovem acaba por concordar com ela. Há aqui uma clara manipulação por parte da entrevistadora que leva o convidado a responder aquilo que ela quer obter como resposta. Isto pode ser questionável em termos de lisura profissional, mas é algo que se verifica ter bastante eficácia em termos de comunicação.

A entrevista segue e Oprah pergunta, com aparente estranheza, pela mãe biológica: “Where was your biological mother when all of this was happening?” Clayton Moss confessa não ter qualquer ligação com a mãe, que sempre teve problemas com drogas e que o tinha abandonado. Seguem-se imagens da semana anterior, quando Moss tivera acesso a fotos da altura, tiradas pela polícia. O jovem vai comentando à medida que as fotos lhe trazem memórias mencionando inclusive cheiros, o que torna a descrição ainda mais realista e emotiva.

De volta ao estúdio, Oprah segue com a entrevista, alterando um pouco a orientação das perguntas para a esfera mais pessoal: “How has that abuse impacted the way you treat other people?” “Is it something you think about all the time?” “Do you think about that closet all the time...”. Clayton Moss responde tentando mostrar força e determinação, quase como se da sua própria defesa ou proteção se tratasse. Perante as perguntas, o convidado quase que se sente obrigado a responder, embora o seu desconforto seja visível, inclusive pela sua postura e forma de estar sentado.

Antes de irem para intervalo, Oprah apresenta quem adotou Moss, uma tia da mãe biológica, seguindo-se mais um *teaser* com o reencontro entre Clayton e o polícia que o salvou, antevendo-se cenas posteriores do programa.

Regressam com Oprah a resumir a situação de Clayton Moss e visiona-se um vídeo com a mãe adotiva que fala sobre a adoção e fala também com o jovem à medida que folheiam um álbum de fotos e de notícias sobre o caso. Clayton Moss lembra-se do que o pai lhe dissera e deste o ter culpado pelo facto de estar preso, a ele um rapaz de seis anos de idade, e isso emociona-o. Oprah não deixa passar esta demonstração de emoção: “It’s so interesting that, that makes you emotional of all the things that happened to you... Why does that strike you as so?” Oprah consegue pegar nos poucos momentos em que o convidado se mostra mais emotivo, pois de uma forma geral este tenta sempre disfarçar ou encobrir a sua dor.

Já com a mãe adotiva de Clayton Moss, Patti, no estúdio, Oprah questiona-se sobre o conhecimento dos factos, na altura dos acontecimentos, uma vez que esta é familiar do jovem. Assiste-se a outro momento emotivo para ambas, em que Patti conta como tudo aconteceu, como chegou até ao atual filho adoptivo. O jovem dá carinho à mãe para a acalmar, visto esta estar muito nervosa e a chorar, e assistimos a uma Oprah complacente que não lhe faz muitas perguntas, dando-lhe espaço para relatar os factos. A apresentadora vai anuindo – “hmmhm” – mostrando-se atenta e igualmente emocionada. Oprah dá um lenço a Patti, enquanto enxuga também as suas próprias lágrimas. A apresentadora valida o comportamento de Patti – “I can understand why you feel guilty, but you did step in...and, as we said a few moments ago, tried to give him the life that he deserved!” Pergunta a Patti sobre os seus sentimentos, ao acatar a responsabilidade de cuidar de uma criança de seis anos com uma experiência tão traumática, reforçando o gesto e validando a sua opinião com dados científicos: “You know, all those psychologists say this that who you are is formed by the time you are six years old.

So, when you're taking in a child for whom everything in his world has said you are worthless, you are nothing, you don't matter, how do you begin to try and reconstruct and rebuild that image for him?" Patti responde e Oprah anui – "Hmhmh... Yeah ... Yeah".

Oprah dá a sua opinião pessoal sobre Clayton Moss e a sua história – "For me, Clayton's story is a story for all of us. It's not ... you know, all of us had different things that did happen in our past but what his resilience and fortitude and choices, to be happy 'cause you choose to be happy everyday! Make a decision everyday!" – valorizando e elogiando o seu percurso – "Everybody has the ability to be that. That's why I think it's such a story of triumph and victory!" – olhando sempre para o público. Com esta observação, Oprah transmite a todos, público em geral, a moral que se pode retirar de uma história chocante, apesar do seu dramatismo, neste caso que algo de bom pode ser alcançado com força de vontade, resiliência e determinação nas escolhas corretas com um objetivo final: ser feliz.

Volta a visualizar-se o *teaser* do reencontro de Clayton com o polícia durante o intervalo, mas assiste-se também à apresentação do programa de segunda-feira com os melhores momentos da sua produção – "Oprah Producers – Most unforgettable moments" – com imagens de boa-disposição que contrastam claramente com o tom geral do programa em si, funcionando talvez como um interlúdio bem-vindo para equilibrar as sensações com que o público sairia do mesmo. Por outro lado, aqui aparece pela primeira vez publicidade ao próprio programa, com o sentido de prender as pessoas ao televisor naquele dia específico, devido ao tema escolhido.

De volta, introduz a história do polícia Todd Pate, seguindo-se um vídeo que relata a história entre Clayton Moss e o polícia que o salvou. No estúdio, Oprah questiona o jovem sobre as memórias do dia em que foi salvo – "What do you remember about the day of that rescue?" – a que Clayton Moss responde com algum detalhe, salientando a confiança que

inexplicavelmente sentiu pelo polícia. Oprah faz entrar em estúdio o Xerife Todd Pate – “Deputy Todd Pate is now Sheriff Pate and he told us ... he never forgot ... you! And he always hoped he’d see you again.” Assiste-se a um momento de grande emoção por parte dos dois em que estes se abraçam após vários anos, seguindo-se igualmente o cumprimento a Oprah com um abraço e um aperto de mão. Durante o intervalo, voltamos a ver a apresentação do programa de terça-feira seguinte. Repete-se mais uma vez a publicidade ao programa incentivando os telespectadores a não o perderem.

Seguem-se imagens com Oprah a explicar todo o processo que levou ao salvamento de Moss. No estúdio, apresenta mais uma vez o Xerife e aplaude, assim como o público, acentuando que se trata de mais uma lição de vida para todos e que se deve estar sempre alerta: “Sheriff Pate, listened to his gut, this is another lesson for all of us, listened to his gut and he’s the man responsible for rescuing Clayton from his abusive parents. Bravo to you for that!” Questiona de seguida Todd sobre o instinto, já antes valorizado, que o fizera desconfiar da assistente social “What, inside yourself, made you not just let that go?” O Xerife explica que a descrição da meia-irmã era muito real, com muitos detalhes, à medida que podemos ver imagens do local da tortura que passam no plasma. A entrevista segue com alguma descontração, o Xerife fala sobre a forma como conseguiu falar com Clayton Moss, contando que este estava faminto e se sentou no seu colo a comer bolachas com manteiga de amendoim, e todos riem. Todd conta que, conseguiu arrancar a verdade de Clayton Moss, mentindo-lhe, pois disse-lhe que era o que o pai dele queria, repetindo a frase da criança com um tom emotivo e que o marcou para sempre: “He does? I’ll never forget that!” Oprah elogia e aplaude Todd Pate, com entusiasmo – “Good police work! Good police work! That’s great!” – levando todo o público a bater palmas. Neste momento há um reconhecer público do trabalho policial, trabalho meritório que neste programa específico e através dos comentários de Oprah mais realçado é. Aponta-se para o facto do quanto uma criança dessa idade confia nos outros: “That’s how

trusting you were...”. A apresentadora emociona-se ao reproduzir uma frase do polícia, dita a um repórter, na altura: “I don’t know if I’ll ever accomplish anything else in my life but, even if I don’t, I’ll always know I accomplished this...that’s fantastic!” Oprah continua muito emotiva e expressa mais um ensinamento moral que pode ser retirado do ato deste polícia: “And you know why that makes me cry, that makes me emotional? Because everybody can do something, everybody has the power to make a difference in their own lives and somebody else’s life. And that one time you trusted your gut, you saved this child’s life. You saved his life really! And really changed the course of somebody’s life by saying I’m not gonna let this go!” Este comentário de Oprah encaixa claramente no seu sentido de missão ligado à auto-realização e auto-ajuda. Há aqui uma clara intenção de influenciar o público a fazer algo pelos outros, sendo a história de Clayton Moss um dos exemplos possíveis, assim como a preciosa ajuda do Xerife Todd Pate que, na altura, fez mais do que simplesmente o seu trabalho ao preocupar-se com aquela criança.

Continuam os momentos emotivos quando Todd Pate mostra uma carta que Clayton Moss lhe escreveu na altura e que ele guardou até hoje: “Dear Todd, you are nice! From Clayton” O público reage – “Oooooohh!” – demonstrando carinho e afeição pela criança que tinha escrito aquelas palavras anos atrás. A apresentadora despede-se dos dois, agradecendo a presença de ambos, elogiando o Xerife mais uma vez e considerando-o um herói – “The world needs more heroes like you...” – e deseja uma vida feliz a Moss: “Thank you Clayton! Thank you! I hope you continue to grow in grace!”

Surge, de seguida, mais um *teaser* sobre um *full circle moment*, ou seja, como a história do jovem Clayton Moss de seis anos salvou a vida de uma outra criança. Oprah anuncia a próxima história, enfatizando o facto de o seu programa há muito já ter deixado de ser apenas um programa de entretenimento televisivo: “For years, I’ve known this platform isn’t just a

show, it stopped being just a show a long time ago for me. These stories, I know, when shared, around the world, connect people in a way that can, literally, change the course of their lives! That's why Clayton said he wanted to be here today, to share the story". Neste momento chegamos a outro ponto alto do programa, no qual Oprah eleva o estatuto do seu programa a um nível superior, com uma missão humanitária, benfeitora e educativa. Há um sublinhar laudatório da diferença e do bem que o programa pode trazer a vidas de todo o mundo. Informa, falando diretamente para Clayton Moss que já se encontra na plateia, que, quando haviam contado a sua história no ano de 2000, uma menina de nove anos estava a assistir ao programa e a mensagem transmitida deu-lhe força e coragem para denunciar a sua própria situação de abuso.

Assistimos à descrição da advogada, Jill Starishevsky, que defendera o caso de Tiffany, essa menina de nove anos que era abusada sexualmente pelo padrasto desde os seis anos de idade. Ao ver o programa, Tiffany ouvira a mensagem transmitida por Oprah a propósito da situação de Clayton Moss: "If you're being heard, if you're being abused tell a parent. If you can't tell a parent, go to school and tell a teacher!" E foram estas palavras que haviam dado coragem a Tiffany para, no dia seguinte, contar à professora a sua história. A advogada acrescenta que o padrasto foi condenado e encontra-se a cumprir pena, tendo tudo isto sido gerado pela mensagem transmitida num programa de televisão: "All it took to end her nightmare was a TV programme encouraging her to tell a teacher." De volta ao estúdio, Oprah apresenta o livro de Jill Starishevsky, *My body belongs to me* (2009) escrito para ajudar os pais a alertar os filhos sobre o abuso sexual, tendo como base este caso específico de Tiffany. Oprah passa a apresentar Tiffany, que se levanta e é aplaudida pelo público que simultaneamente aplaude Jill Starishevsky. Oprah agradece enfaticamente a presença de ambas: "Thank you both! Thank you both! Thank you both!" Olhando para a câmara, faz um apelo direto a todos os que são vítimas de abuso, para ligarem para o número que aparece no ecrã e para que contem a

alguém, caso se encontrem na mesma situação: “If you or anyone you know is being abused, maybe you will take strength from the strength you’ve seen from Tiffany and the strength you’ve seen from Clayton today! ... And I hope that today outthere watching are more little Tiffanies and Claytons who need to hear this message. If you’re being hurt, or sexually abused, tell a teacher, tell a neighbour, a trusted aunt [troca olhares com Patti], or even your neighbourhood police officer! Tell and tell, and tell until somebody believes you and does something!”

O programa termina com os testemunhos de Holy Hunter e Marie Osmond em relação a Oprah e à última temporada do programa. Ambas elogiam Oprah, atribuindo-lhe um papel único e dizendo que ela será definitivamente lembrada como uma das maiores personalidades de todos os tempos. Oprah despede-se comentando os testemunhos com humor: “You’re all trying to make me go into the ugly cry! Really! Oh God!” Agradece e despede-se deixando a mensagem de contagem decrescente para os últimos vinte e oito programas da *Farewell Season*.

Este programa diverge completamente dos anteriormente analisados pelo tema em si e pelo tipo de convidado. Há uma clara intenção de informar e formar. Neste episódio, o entretenimento não está presente, sendo esta uma das vertentes diferenciadoras do *The Oprah Winfrey Show*. Poderia sempre haver algo de novo, inesperado e inovador e foi o que houve ao longo dos anos, prendendo assim o público a Oprah, como apresentadora e como pessoa. Em meu entender, a partir de um determinado momento, começaram a confundir-se estas duas facetas da mesma pessoa, variando muito de acordo com o tema do programa.

Este episódio, pelo facto de transmitir uma história chocante e de ser revelada publicamente pela vítima, dá-lhe uma grande intensidade e emotividade. O facto de o estúdio estar em tons escuros complementa a reação de compaixão quer de Oprah quer do público que se encontra

no estúdio, havendo vários planos que mostram expressões faciais de pena, de choro, de tristeza. No entanto, há que acrescentar que o caráter emotivamente contido de Clayton Moss nem sempre potenciou essa vertente da forma presumivelmente esperada, tendo Oprah tido um papel de gestão mais marcado nesse campo. Só através da emoção, de toda uma estrutura montada para captar e fixar o público, poderia este programa sobressair.

No entanto, Oprah não quis que o programa se restringisse à presença de Clayton Moss e o facto de trazer a mãe adotiva e o polícia que o salvou veio dar mais consistência a toda a história, acrescentando-lhe também mais emoção. Os *teasers* e os planos dos objetos colocados em estúdio têm uma linha temporal muito bem definida de forma a captar sempre a atenção do telespectador. No final, trazer o resultado da história contada em 2000 através de um outro caso de alguém que ouvira a história de Clayton Moss, vem confirmar que vale a pena vir à televisão falar de coisas importantes, vale a pena alertar para os perigos da vida a que todos estão potencialmente sujeitos, com especial destaque para o abuso sexual ou outro de crianças.

Este alerta foi, quanto a mim, bem conseguido através do espaço e do tempo definido e orientado por Oprah. Ela guiou e levou a entrevista para onde queria, controlando obviamente as mensagens que deveriam ser transmitidas, neste caso tanto de informação como de formação. Estamos então perante dois aspetos fundamentais do serviço público que é potencial e efetivamente conseguido também através de um *talk show*, desde que este seja entendido como oportunidade para tal, como surge bem explicitado pela apresentadora no programa dedicado ao caso de Clayton Moss.

Comentário global aos programas selecionados

Após esta breve apresentação comentada dos programas selecionados, penso ser relevante fazer uma retrospectiva de todos em conjunto de forma a poder avaliar-se mais claramente as mudanças ocorridas ao longo dos anos, visto estes abrangerem três décadas.

Há uma clara evolução na postura, na imagem e na forma de comunicar de Oprah. Nota-se nitidamente um aperfeiçoamento das técnicas comunicativas da apresentadora a todos os níveis, pertindo-lhe tornar-se assim num fenómeno comunicacional, sempre melhorado através da sua própria evolução ao longo do tempo. Oprah era no início mais crítica, por vezes até cáustica, evidenciando um tipo de conduta que veio a ser diferente com o tempo. Sendo uma excelente entrevistadora, demonstrou ter a capacidade, o pulso e a inteligência para colocar as questões e fazer perguntas adequadas e num registo de seriedade, que provavelmente não era habitual neste tipo de entrevistas pessoais mais direcionadas para o entretenimento. Como aliás se pode constatar pelo programa ligado a alimentação selecionado, tinha uma equipa muito grande, de centenas de colaboradores, sendo ela que dava a cara por todo esse excelente trabalho de equipa. O programa de Oprah, enquanto fenómeno com o êxito que conhecemos, seguia o modelo habitual de emissão em direto e chegou a congregiar plateias bastante grandes, tudo isto muito baseado na pessoa da comunicadora – inscrevendo-se o seu programa no tipo dos que dependem essencialmente do entrevistador, o qual orienta o carácter do programa.

Julgo que a maneira como ela conduzia as entrevistas, de uma forma visivelmente intimista, mesmo estando a falar de economia ou política, era de um extremo profissionalismo e foi um dos fatores que impressionou o público e que tornou esse registo aceitável em muitos outros países.

Quanto aos programas antes abordados, penso ser pertinente destacar alguns tópicos em relação a todos eles de forma a observar mais facilmente esta mudança e evolução, assim como perceber como a *persona* de Oprah muda, consoante o tema do programa.

No primeiro programa analisado, de entrevista a Robin Williams e Nathan Lane, o estúdio parece ser bem mais pequeno do que nos restantes, com um cenário menos espetacular e sofisticado, onde a própria iluminação parece menos intensa, estando os convidados vestidos em tons escuros. A apresentadora não está num plano tão elevado em relação ao público, parecendo, assim, existir maior proximidade com quem assiste ao programa. A reação algo inesperada do convidado (que interrompe Oprah enquanto esta o está a apresentar e irrompe pelo estúdio de forma tão inusitada) parece surpreender os presentes no estúdio, incluindo a equipa de filmagens que acaba por filmar partes do cenário e estruturas de iluminação que, supostamente, não deveriam ser transmitidas para o telespectador. A apresentadora parece não estar, claramente, no controlo da situação e o convidado acaba por protagonizar, inclusive com ela, cenas hilariantes. Convidado e, por vezes, apresentadora levantam-se das cadeiras e circulam pelo palco do estúdio, e os planos de imagem procuram acompanhar os seus movimentos. A linha de condução da entrevista parece deixar quase de existir enquanto Oprah entrevista Robin Williams, mas esta volta a evidenciá-la quando se dá a entrada do outro convidado, Nathan Lane. A apresentadora não aparece tão estática e está visivelmente entusiasmada com a sucessão, por vezes, inesperada das reações do convidado; mexe-se e balança-se muito na cadeira, enquanto fala e ri de forma efusiva. Em alguns momentos, as câmaras captam Robin Williams de frente, mas consegue ver-se a apresentadora de costas. Os planos de imagem são muito simples. Continuam a existir *teasers* entre a entrada de cada um dos convidados do programa, os quais funcionam como ligação ou alavanca para as perguntas lançadas pela apresentadora, ou antecipam a entrada do ator Nathan Lane e fazem a promoção do filme de que Williams e Lane são protagonistas. Note-se que quase não se vê o logotipo

Oprah. A apresentadora chega a comunicar diretamente com a sua equipa de produção, pedindo que mostre algumas imagens em particular, faceta que manterá com alguma frequência no futuro. Há muitas imagens do público e das suas reações aos momentos hilariantes proporcionados pelos atores entrevistados, aspeto que se manterá de modo geral em programas posteriores. A atitude em relação aos entrevistados é muito cordial e até indicadora de amizade, sendo, por exemplo, mostrado um lado altruísta e bondoso de Robin Williams. Esta é uma vertente que se manterá no geral, uma vez que Oprah prefere a afabilidade à confrontação, a menos que a situação ou a atitude de algum entrevistado venha a exigir o contrário.

Na entrevista a Tom Cruise, Oprah é vista a ser maquilhada, mostrando assim ser uma mulher comum mas preocupada com a sua aparência. O estúdio está cheio e na audiência só se veem mulheres, embora surja mais tarde um plano em que se descortina um elemento masculino. Percebe-se, logo que o convidado entra, a enorme cumplicidade entre o convidado e a apresentadora, fazendo assim a ligação e o prolongamento dessa intimidade com o público presente. Os planos de imagem centram-se, sobretudo, no convidado, mas Oprah dá indicações verbais de que o acompanha, interrompendo-o por vezes com comentários e piadas que acrescenta às suas declarações. A apresentadora usa bastante linguagem não-verbal, nomeadamente expressões faciais e gestos. À medida que a entrevista decorre, a apresentadora vai-se dirigindo ao público presente em estúdio, enquanto brinca com o convidado, como se fossem todos conhecidos e também eles (o público da assistência) fossem intervenientes na conversa. A apresentadora recorre a falas do filme que está a ser promovido para lançar perguntas mais pessoais e intimistas ao convidado. Sempre que o convidado faz afirmações mais sérias ou de conteúdo mais pessoal, as câmaras filmam as expressões faciais das espectadoras, da forma como estas estão a reagir – uma espécie de confirmação das emoções causadas; o mesmo acontece de cada vez que a apresentadora faz uma piada. Oprah

“mima” muito o seu convidado, havendo, entre muitas das questões que lhe são colocadas, elogios que são feitos (implícita ou explicitamente), seja ao seu trabalho, seja às suas qualidades pessoais. Verbalmente há sempre uma confirmação daquilo que o ator diz com “Really?” / “Do you?”, quando as respostas são mais diretas. Nem sempre o convidado parece sentir-se à vontade com alguns elogios ou questões e a apresentadora brinca um pouco com a situação (talvez para o deixar mais confortável, ou dar tempo para que pense na resposta), mas volta à mesma pergunta. Há um enfoque na forma como as coisas o fazem sentir, nos sentimentos. Há toque físico com alguma frequência entre o convidado e Oprah, transmitindo ainda mais a ideia de familiaridade entre os dois. O contacto visual e verbal entre a apresentadora e o público é constante (Don’t you think? Don’t you love it? I mean, don’t you agree?), dando a ilusão de que Oprah comunica com ele da mesma forma que o faz com o seu público quer em estúdio, quer em casa. O programa também mostra um pouco sobre o que se passa atrás do estúdio, não sendo tal normalmente mostrado ao grande público. Durante o programa ou intervalos não há tanta publicidade, o que difere de outros programas das últimas décadas. Há vários grandes planos, imagens dos rostos do convidado e da apresentadora, que são filmados dos ombros para cima na maioria do tempo, planos estes que são alternados, aqui e ali, com imagens do estúdio ou com fotografias do convidado. Por fim, a apresentadora permite que o público em estúdio lance perguntas ao convidado (são feitos grandes planos dele e das mulheres que lhe colocam as questões), bem como das restantes mulheres na audiência, registando-se assim as suas reações. Nesta situação, a imagem de Oprah raramente aparece. Em nenhum momento, a apresentadora se mistura ou interage fisicamente com o público encontrando-se focada no seu convidado.

No episódio *Losing Weight in the Public Eye*, os *teasers* parecem mais agressivos. Os cenários são muito maiores e a abordagem às convidadas é muito direta, precedida de um resumo de cada história. Neste episódio, para além do estúdio ser maior, mais sofisticado e ter

o logotipo *Oprah* visível em muitos locais, os bancos já não estão separados, e apresentadora e convidadas estão sentadas lado a lado, havendo uma maior proximidade física. Veem-se apenas alguns planos do público em estúdio e das suas reações. Continuam a aparecer os *teasers* que antecipam a chegada das convidadas e que contextualizam o telespectador para a conversa entre a apresentadora e as convidadas. Parece existir uma enorme intimidade entre a apresentadora e as convidadas e a apresentadora não parece coibir-se em colocar-lhes qualquer tipo de questão. Apesar do público não participar na conversa, a forma como a apresentadora conduz as entrevistas e vai olhando para este e para as câmaras, assemelha-se a uma participação não-verbal na conversa. A postura corporal da apresentadora é mais comedida, mas continua a gesticular bastante. A conversa é quase “cara a cara”, não se vê o público e as imagens centram-se nos rostos da apresentadora e das entrevistadas. A apresentadora vai completando as ideias das convidadas, clarificando-as, através de pequenos resumos ou confirmações do que foi dito, conduzindo a entrevista para aquilo que considera ser o essencial. Quando lança uma questão, a apresentadora olha para as convidadas, e de imediato para as câmaras, causando a simulação de que o espectador também está presente no estúdio; isto é, as câmaras filmam o rosto de cada vez que cada uma delas fala, acompanhando o ritmo da conversa (pergunta – resposta – reação). A mensagem é sempre a mesma, isto é, o exemplo das convidadas (neste caso, personalidades mediáticas americanas) enquanto história/experiência de vida, e a forma como poderão ou não influenciar o público assim como o impacto que poderão ter na vida de qualquer pessoa. Apesar de nem sempre ser visível o rosto das pessoas em estúdio, há planos gerais do estúdio. Mais uma vez não há qualquer contacto físico entre a apresentadora e as pessoas na audiência.

Quanto ao episódio *Do You Believe in Miracles*, os planos de imagem são quase sempre centrados dos ombros para cima, focando-se sobretudo nos rostos das pessoas. O tema é muito delicado e a apresentadora dá-lhe uma forte carga emocional. Há um grande plano do

estúdio, completamente cheio, mas não se veem grandes planos da assistência. A revista da apresentadora, neste caso, o artigo relativo a John of God, é o mote deste programa e é amplamente publicitada ao longo do programa, a qual a apresentadora convida a adquirir. O símbolo *Oprah* aparece ao longo de todo o programa, em quase todos os ângulos de filmagem. Não há contacto físico entre os convidados e a apresentadora sendo a postura desta muito séria e condizente com a seriedade do assunto abordado. Durante alguns dos *teasers* que intercalam o programa, vê-se um pouco dos bastidores do estúdio, dando a impressão de que o telespectador está por dentro de tudo o que se passa e que não se pretende esconder nada. Não se veem os rostos das pessoas na audiência. A música de fundo escolhida para as reportagens é misteriosa e enigmática, colocando o espectador em alguma tensão e expectativa. As imagens são muito realistas. Apesar de a apresentadora usar uma linguagem cuidada, há por vezes momentos em que utiliza linguagem mais informal, parecendo querer aliviar a tensão. Quase não existem planos médios de imagem, isto é, ou são focados nos rostos dos convidados e apresentadora, ou são recuados e mais distantes. A apresentadora cita frequentemente um dos convidados para fazer a ligação entre as várias perguntas que vai lançando, de certa forma solicitando a confirmação para algumas respostas menos claras. Sempre que há um intervalo entre as entrevistas e/ou a entrada de um novo convidado, são apresentadas imagens e declarações desse convidado e, quando a entrevista é retomada, a apresentadora faz uma pequena súmula do que se está a passar para que os telespectadores consigam, mesmo sem terem visto o programa desde o início, compreender minimamente o que se está a passar, situação que se generaliza na maioria dos programas. O programa é intimista e trata de um tema numa perspetiva muito pessoal dos convidados. A apresentadora faz um resumo das declarações dos seus convidados, em forma de confirmação daquilo que foi dito e em jeito de conclusão, pois devido à complexidade temática, Oprah tenta esclarecer

o público sobre questões, consideradas um pouco dúbias. Em nenhum momento, a apresentadora se mistura ou interage fisicamente com o público.

Quanto ao penúltimo programa analisado há uma notória evolução a todos os níveis, desde a figura de Oprah, à sua postura, ao cenário e até à forma como os convidados intervêm e as reportagens exteriores são intercaladas. Tratando-se de um desafio vegan que é colocado a todos os membros da produção, no qual não são obrigados a participar, há uma grande interação entre toda uma equipa que está por detrás da figura de Oprah, e neste episódio o público tem a possibilidade de conhecer muitos dos elementos anónimos da equipa de Oprah e que também fizeram do *talk show* um programa de sucesso.

Podem observar-se os gabinetes e escritórios dos funcionários, assim como os bares e refeitório, entrando na casa de alguns desses funcionários que se propuseram aderir ao desafio e levá-lo até às suas famílias. Observa-se também o próprio escritório de Oprah, assim como toda a sua decoração e a naturalidade com que Oprah Winfrey se expõe ao desafio.

Os testemunhos são muito apelativos e têm uma clara intenção: tornar os hábitos alimentares das pessoas mais saudáveis. E um programa como o de Oprah tem a capacidade de alertar para a forma errada como grande parte das pessoas se alimenta, assim como de lhes propor/demonstrar que há alternativas para se comer de forma saudável, mesmo sem chegar a extremos.

Mais uma vez estamos perante um ambiente muito intimista com a presença de peritos no assunto e de convidados que pela relevância demonstrada na área promovem também os seus livros.

Clayton Moss foi um tema muito sensível, difícil e chocante. A apresentadora interpela os convidados imediatamente após a apresentação e introdução do tema do programa. Neste

programa aparece, por vezes, uma legenda sobre o convidado (“Chained in a closet when he was 6”). Há recurso a várias fontes na apresentação do sucedido com o rapaz, narrado sempre pela apresentadora. Neste programa, aparecem algumas vezes imagens de algumas mulheres na audiência que se emocionam com aquilo que está a ser narrado, mostrando a emotividade da escolha temática. Há frequentemente planos globais do público que são mostrados, provando que o silêncio acompanha a seriedade e o chocante da história. Em todo o programa parece haver uma mensagem por detrás da necessidade de contar cada história, não deixar que aconteça com os outros o mesmo, ajudar pessoas em situações semelhantes, partilhar emoções, histórias de vida, bem como partilhar o facto de existirem pessoas extraordinárias, cujo exemplo deve servir para outros. Neste programa, a apresentadora faz e tira conclusões morais. Apesar da sobriedade e do autocontrole da apresentadora enquanto conversa com o rapaz (que aparece, algumas vezes a limpar as suas lágrimas), há momentos em que a história de Moss e o seu sofrimento são explorados e expostos. A apresentadora acompanha de uma forma muito ativa a história contada pelo rapaz (gesticula, intervém muitas vezes, acena com a cabeça, faz diferentes expressões faciais, é muito expressiva), havendo, no entanto, pouco contacto físico com o convidado. Ao longo da história, vai havendo uma evolução, um crescendo na sucessão dos acontecimentos, por vezes inesperados. Nos *teasers* que intercalam a entrada dos diferentes convidados e intervenientes na história, o telespectador vai obtendo alguns pormenores que o deixam em suspense e a querer saber o que se vai passar a seguir, bem como descobrir o final da história. A coragem e a resiliência do convidado é sempre enaltecida pela apresentadora, como forma de o encorajar a falar, mas também quase como uma mensagem pessoal da própria Oprah. Quando faz comentários sobre o que está a ser relatado, a apresentadora dirige-se ao público presente e, quase simultaneamente, às câmaras; contudo, quanto mais emocional é a situação, menos encara as câmaras e mais se dirige às pessoas presentes no estúdio. Neste programa, normalmente depois de um momento

emocionalmente mais difícil, há um intervalo (fica-se em suspense e com vontade de saber o que se vai passar a seguir). Há pequenas reportagens com diversos intervenientes e a descrição da forma como integram a história, havendo também testemunhos gravados do próprio protagonista que está presente no estúdio. Também neste episódio, a apresentadora vai fazendo pequenos resumos do que se está a passar entre os intervalos. Enaltece o trabalho do agente policial e encoraja a audiência, que parece estar em choque, a expressar o reconhecimento pela sua coragem e pela forma como salvou aquela criança. Apesar de se tratar de um assunto muito difícil e das emoções nele contidas, a apresentadora consegue fazer o programa quase sem alterar o seu tom de voz, sempre afável, mas sério. A mensagem mais poderosa do programa aparece no final, mostrando o quão importante o programa é - a sucessão de denúncias de crianças abusadas que se seguiram à primeira vez que a história daquele menino foi contada - e o impacto que estas histórias podem vir a ter, inclusive mudar a vida de alguém. Há testemunhos reais destas situações e há planos de imagem que mostram, inclusivamente, a presença dessas pessoas sentadas no estúdio. Em alguns desses planos, as pessoas são mostradas de costas, sempre com a imagem de Oprah em plano de fundo. No final, há testemunhos pessoais e imagens do trabalho desenvolvido pela apresentadora, a nível nacional e internacional, no âmbito do trabalho social com crianças. Em nenhum momento, a apresentadora se mistura ou interage fisicamente com o público.

Termino assim este breve apanhado de características dos episódios selecionados assumindo que *The Oprah Winfrey Show* pode ser visto na perspetiva de serviço público: informar, formar e entreter, mesmo que tal não se verifique cumulativamente em todos os episódios. Mas com a certeza que Oprah Winfrey conseguiu o que objetivava e provavelmente ainda mais, pois ela tem noção da pessoa que foi e continua a ser e da importância que ganhou ao longo dos tempos por fazer aquilo que realmente queria e de gostava: “Thank God, I’ve found what I was meant to do. It’s like breathing to me.” (in Westen, 2005, p. 49)

The key is not to worry about being successful, but to instead work toward being significant – and the success will naturally follow.

Oprah Winfrey

Considerações finais

Hoje em dia, um cada vez maior número de indivíduos participa em programas televisivos, seja para debater questões morais, sociais e até políticas diante de uma audiência – como sucedia nos programas de Oprah Winfrey – seja para concorrer nos chamados *reality shows*, como por exemplo *Big Brother*, entre tantos outros. Todavia, será que estes programas proporcionam na verdade espaços para os cidadãos se envolverem realmente em debates morais, sociais e políticos em torno de assuntos atuais com o mínimo de seriedade, ou não passarão apenas de televisão de má qualidade e custo reduzido dirigida às grandes massas menos instruídas e mais vulneráveis a espetáculos de emotividade fácil e marcados por um toque de escândalo?

Para autores como Livingstone e Lunt (1994), este tipo de programas lida com questões da atualidade que afetam diretamente o cotidiano dos indivíduos e recorre em princípio à opinião de peritos, mas não são verdadeiramente documentários, tendendo a construir a assistência com membros da comunidade. Dado o tipo de participação depender, em larga medida, das convenções do gênero envolvido, estes programas são particularmente abertos e acolhedores de alguma indefinição. Alguns envolvem a participação de leigos e de especialistas sentados lado a lado, enquanto o anfitrião se move acompanhado de um microfone. Os especialistas podem assim ser questionados, desafiados e, deste modo, responsabilizados. De acordo com Livingstone e Lunt (1994), estes programas constituem, portanto, espaços públicos para o exercício da democracia, devido, entre outros aspetos, à prioridade sistemática dada à opinião do leigo e não à perspectiva do especialista. Todavia, pode questionar-se esta conclusão otimista, pois o estudo não explora as dinâmicas da interação que realmente caracterizam os debates nestes programas (Hutchby, 2005).

Trata-se de uma crítica pertinente, pois a questão de saber quem fala, e em que momento é que intervém, constitui uma componente fundamental no rumo assumido pelo debate. Estes programas não são porventura fóruns públicos tão abertos quanto levariam a supor os relatos da assistência e dos participantes, pois as discussões, habitualmente dominadas e orientadas pelo anfitrião, processam-se de acordo com uma determinada fórmula. Para Postman (2005) a televisão constitui, na sua essência, um meio de entretenimento ao qual todas as funções restantes, potencialmente úteis, estão subordinadas. No entanto, não existe ainda um consenso entre os especialistas dos meios de comunicação social relativamente a saber qual das perspetivas presente no debate referido reúne mais provas empíricas a seu favor.

Liotard (1989) defendeu que, com um conjunto de ideias acerca da ciência, do conhecimento e da cultura, aparentemente contrárias às ideias de progresso e modernistas e aos ideais da idade moderna desde o Iluminismo, as grandes narrativas da modernidade, as verdades científicas, o progresso como percurso e a própria história haviam entrado em declínio na atualidade. O desenvolvimento tecnológico é uma realidade, tendo hoje muitos de nós acesso a telefones com câmaras fotográficas, televisões digitais e consolas de jogos. Contudo, perante a continuação da subnutrição, da fome e das guerras, será ainda possível acreditar que estamos a assistir ao progresso humano na história? Para pensadores da pós-modernidade como Bauman (1992, 1997), o desmoronamento de tais grandes narrativas representa um facto positivo, pois os indivíduos são hoje forçados a confrontarem-se com a modernidade sem as grandes ilusões de outrora. Hoje vivemos num tempo de modernidade auto consciente que Bauman descreve, à semelhança de outros, como pós-modernidade.

O mundo pós-moderno caracteriza-se por uma ausência de certezas, por uma miscelânea e uma combinação de estilos e géneros, bem como por uma relação frequentemente lúdica com os produtos culturais. Na música *pop*, assistimos à reciclagem de sons, à mistura de faixas

originais com novos ritmos e *rap*. No cinema, assistimos à fusão de épocas e períodos históricos sem um fio condutor, tal como se observa no filme de referência de David Lynch, *The Blue Velvet* (1986), onde automóveis das décadas de cinquenta, sessenta e setenta circulam pelas mesmas ruas da década de oitenta. Na arte, por sua vez, as tendências pós-modernistas rejeitam a ideia de uma vanguarda progressista, combinando, ao invés, a alta cultura e a cultura popular em formas lúdicas e pós-progressistas. Lyotard (1989) considerava que esta combinação lúdica assinalava o fim dos géneros especificamente modernos. Para ele, no fim de uma cultura ocidental progressista, apenas nos restaria entrar no jogo com as peças à nossa disposição.

O pensador pós-modernista Jean Baudrillard (1994), cujo trabalho foi fortemente influenciado pelas ideias de Marshall McLuhan, é um dos teóricos contemporâneos mais influentes dos meios de comunicação social. De acordo com Baudrillard, o impacto dos meios de comunicação social modernos é diferente e muito mais profundo do que o de qualquer tecnologia de comunicação anterior. A emergência dos meios de comunicação social – e de meios de comunicação social eletrónicos como a televisão, em particular – transformou a própria natureza das nossas vidas. A televisão não se limita a representar o mundo para nós; também define, de modo crescente, o mundo em que vivemos.

Pode não ser fácil entender as ideias pós-modernas de Baudrillard, mas talvez haja uma forma relativamente simples de as compreender. Houve um tempo em que era possível separar a realidade, ou o mundo real e os seus acontecimentos, das representações do mundo veiculadas nos meios de comunicação social. Por exemplo, perante a ocorrência de uma guerra no mundo real, com consequências terríveis e reais para os combatentes e os civis nela envolvidos, os meios de comunicação social faziam a sua cobertura, informando-nos constantemente sobre

os acontecimentos, o número de mortes, quem saía vencedor, etc. Ou seja, a realidade e as suas representações eram consideradas dois aspetos distintos.

No entanto, de acordo com a teoria de Baudrillard (1994), a fronteira entre a realidade e a representação foi derrubada, tornando-se hoje impossível separá-las. E porque não? Ainda continua a haver guerra, e os repórteres continuam a enviar imagens e relatos. Todavia, para Baudrillard, as representações veiculadas nos meios de comunicação social são, de facto, parte do mundo hiper-real e não podem ser vistas como separadas dele. A realidade da guerra é moldada, e mesmo determinada, pelos meios de comunicação social. A hiper-realidade é um mundo onde o garante máximo da autenticidade e da realidade reside no que se vê na televisão e nos restantes meios de comunicação social – e que passa a ser encarada como mais real do que o real. Esta perspetiva contribuirá, porventura, para explicar o crescimento da cultura da celebridade, na qual o único sinal de sucesso e de notoriedade genuinamente aceitável consiste em aparecer na televisão e nas revistas sociais.

Baudrillard defende que, numa era caracterizada pela omnipresença dos meios de comunicação social, assistimos efetivamente à criação de uma nova realidade, a hiper-realidade, composta pelo cruzamento entre o comportamento das pessoas e as imagens dos meios de comunicação social. O mundo da hiper-realidade é constituído por simulacros, ou seja, as imagens retiram o seu sentido exclusivamente de outras imagens, não se alicerçando, portanto, no real.

Nenhum líder político pode hoje vencer uma eleição sem aparecer consistentemente na televisão: a imagem do líder na televisão é a pessoa que a maioria dos telespectadores conhece, por mais enganadora que essa imagem possa ser.

Numa era caracterizada pela globalização dos meios de comunicação social, a teoria de Baudrillard revela-se sedutora e deve, seguramente, ser encarada com seriedade; no entanto,

ela poderá também ser criticada por tratar as pessoas como recetores passivos das mensagens veiculadas nos meios de comunicação social e não ter em consideração a sua capacidade para os confrontar e resistir-lhes. Muitos movimentos sociais organizados e com uma estratégia comunicacional inteligente procuram competir com os meios de comunicação social por uma hiper-realidade alternativa capaz de atrair potenciais apoiantes de causas específicas. Por outro lado, há muitos conflitos no mundo real que, por não serem suficientemente apelativos para os meios de comunicação social ocidentais, se situam fora da hiper-realidade de Baudrillard. No entanto, os efeitos destes conflitos são decisivos para o futuro do(s) país(es) onde ocorrem, bem como para as suas relações a nível internacional. Continua a haver um mundo real para além da hiper-realidade saturada dos meios de comunicação social enfatizada pela teoria pós-moderna.

A presente reflexão final não conseguirá abarcar todos os pontos que pretendi enfatizar ao longo deste estudo, pois inevitavelmente tive de o fazer durante os próprios capítulos, secções e até epígrafes. Importa, contudo, voltar a sublinhar o que é evidenciado na seguinte citação:

Oprah Winfrey shattered every barrier put in front of her. Every single one. All of her remarkable feats are a little hard to remember. After all, many of us under the age of 30 don't have a clear memory of a time when there wasn't Oprah. She's been an icon for the last 25 years, a shining beacon of calm beaming out from household televisions all over America in early afternoons. This feat is even more remarkable when one considers her upbringing – a poor, sexually abused black girl growing up in the newly desegregated south, without many hopes for a grand or illustrious future. Yet, somehow, Oprah managed to become part of the fabric of American life.” (Peterson, 2011, s/p)

Há uma construção de uma *persona* ao longo de vários anos, mas também de uma pessoa, de carne e osso, construção essa marcada por todo um passado conturbado. De facto, teve de

haver algo diferente que distinguiu Oprah Winfrey de todas as outras mulheres, de todos os afro-americanos, de todos os apresentadores de *talk shows* desde a década de oitenta do século XX até ao início do século XXI. Essa legitimidade, essa diferença foi criada por Oprah Winfrey, ela própria, como ser individual. Tendo sido uma excelente aluna, com dotes oratórios reconhecidos desde cedo, Oprah Winfrey estabeleceu objetivos de vida, os quais provavelmente foram condicionados pelas vivências que teve até à adolescência (ela conseguiu reverter a situação, ultrapassar obstáculos e, ao contrário do que seria expectável, superar tudo e todos) até começar a trabalhar e a ser reconhecida pelo seu próprio trabalho (especificamente na rádio). A sua ambição não a deixou estagnar e levou-a a procurar sempre algo mais, algo que concretizasse os seus sonhos (um dos principais o de ser atriz).

Se nas notas introdutórias eu coloquei várias questões que pretendi analisar e responder ao longo deste estudo, posso concluir que muitas delas estão interligadas e as respostas têm muito em comum. Oprah Winfrey mostrou ter uma grande capacidade de ultrapassar barreiras, independentemente de serem motivadas por questões raciais, de género ou de classe. Trata-se efetivamente de um fenómeno comunicacional e sociológico, que marcou a sociedade americana, não só pela via da comunicação, mas também por ser um fenómeno global.

Em 1986 nasceu o seu *talk show* *The Oprah Winfrey Show* que a levou ao estrelato nacional e internacional. Não foi o primeiro *talk show* apresentado por uma mulher e não foi o primeiro a ser apresentado por um afro-americano. No entanto, foi o primeiro a ser transmitido a nível nacional por uma mulher afro-americana – Oprah Winfrey.

Estariam os E.U.A. preparados para tal revolução a nível televisivo? Estiveram, e continuaram a estar, pois em 1987, o *talk show* já liderava as audiências a nível nacional. A situação cultural, política e económica dos E.U.A. tinha passado por várias fases, de acordo

com os governos que atravessaram várias décadas de conturbação, nas quais as questões raciais e de género estiveram (e continuam a estar) na agenda do dia. Na televisão é tudo efémero e ao sabor das audiências. Oprah Winfrey conseguiu conquistar audiências e mantê-las, lançando inclusivamente outras pessoas no meio. A cultura americana desenvolveu várias linguagens, quer em televisão quer em cinema, que sendo americanas se tornaram universais (especificamente por exportação para o resto do mundo). A maneira de ser da televisão americana tornou-se como que uma ontologia encastrável noutras culturas, podendo nós próprios, portugueses, comprovar isso mesmo.

Oprah conseguiu trazer ao seu programa todo um conjunto de questões em momentos cruciais para a história dos E.U.A. tendo sido uma das principais impulsionadoras de tomadas de atitude perante algumas, sendo disso exemplo a aprovação do projeto-lei *National Child Protection Act* em 1993 (já anteriormente referido), durante o mandato de Clinton.

Se no início do programa assistíamos a uma Oprah despreocupada, a meu ver estabelecendo um diálogo íntimo com o seu público sem ser intrometida, e de uma forma aparentemente natural, cuja evolução podemos observar especificamente através dos programas abordados no presente estudo, podemos compreender que também Oprah Winfrey, ela própria enquanto pessoa, sofreu uma evolução bem visível ao longo das décadas. Abriu-se e abriu espaço público na televisão para que alguém como ela pudesse mostrar-se em todo o seu fulgor. Teve um enorme destaque e ao mesmo tempo utilizou-o na intervenção social. As expectativas, que provavelmente no início não seriam tão elevadas, foram rapidamente ultrapassadas por esta mulher afro-americana oriunda do Sul. O facto de ter assumido e partilhado a vida privada perante o público, nomeadamente o facto de ter sido violada por diversas vezes por familiares, foi feito numa altura em que o programa já era um êxito. No entanto, não posso deixar de referir que tudo o que acontece na infância até à adolescência marca qualquer pessoa. E a

forma como se gerem todos esses momentos diverge de pessoa para pessoa, e no caso de Oprah Winfrey funcionou de forma muito positiva (mas poderia não ter funcionado, pois há situações semelhantes com finais muito diferentes do dela). Por isso, não considero que tenha sido esta a razão primordial para o sucesso do seu *talk show*, embora tivesse para tal contribuído na medida em que reforçou o chamado *American Dream* e também na medida em que desenvolveu uma grande aproximação das pessoas, transcendendo assim categorias sociais previamente estabelecidas. A meu ver, ela é o protótipo do percurso ligado à ideia de *American Dream*, pois ela pode ser encarada como personalizando a cultura americana. Tenho algumas dúvidas de que se tenha tratado exclusivamente de uma estratégia profissional, visto pensar antes que faz parte da sua forma de ser americana. O público-alvo do programa eram as mulheres que gostavam de ouvir e vivenciar este tipo de histórias reais assim como tantas outras. Se esta partilha da vida privada foi uma bandeira social, Oprah Winfrey conseguiu fazê-lo com grande inteligência e na altura certa. Caso ela tivesse escondido estas questões tão pessoais, daria, com certeza azo, a que a sua vida fosse exposta da pior forma. Desta forma, assumiu o que tinha de assumir, contou a sua versão da história e ainda conseguiu fazer deste episódio de vida, tornado público no seu programa, um alerta para a defesa dos direitos da mulher, lutando assim contra a violência doméstica. Tornou-se num caso exemplar também por ter conseguido ter os média como seus aliados, havendo muito poucas pessoas mediáticas que conseguiram dominar tão bem os média a seu próprio favor. Oprah Winfrey conseguiu pegar num poder, considerado quase incontrolável e, nesse sentido, foi extremamente inteligente e intuitiva ao pegar na sua vivência de forma a transformá-la da melhor forma possível. Por exemplo, a perda de peso foi outro dos grandes emblemas de várias campanhas que ela própria encabeçou, as quais se relacionavam com os seus próprios traumas, com algo com que lutou a vida toda, surgindo mais uma vez como figura de

destaque, embora não corresponda às figuras ideais das sociedades de consumo, sendo por isso também um caso interessante.

Oprah Winfrey tornou-se diferente de tudo até então visto em televisão através do que ela oferecia ao seu público. Podemos falar de representação e de representatividade, retomando uma das seções iniciais do presente estudo, salientando que essas representações construídas foram legitimadas pelo seu público. Foi o público que lhe deu poder, credibilidade e estatuto. Foram as relações sociais que ela construiu que a posicionaram num estatuto superior. No entanto, estas relações não foram impostas. Foram aceites e absorvidas por um público ansioso por algo diferente, e Oprah deu-lhes isso mesmo ao humanizar-se, ao chegar a todas as pessoas e ao tirar o melhor partido de tudo isso, o que aliás, pode ter contribuído para a sua própria terapia pessoal.

The Oprah Winfrey Show levou ao pequeno ecrã temas considerados tabu; levou pessoas comuns com problemas iguais a tantos outros telespectadores que assistiam em casa ao programa, testemunhos esses que ajudaram outras pessoas a ultrapassar os seus traumas; foram ouvidos peritos de várias áreas que aconselhavam quem os ouvia – Oprah Winfrey tornou o seu programa numa grande sala de estar, na qual eram debatidos assuntos de natureza variada, mas que tinham sempre um objetivo único: ajudar alguém a valorizar-se, a auto-ajudar-se e a auto-aperfeiçoar-se de forma a estar bem consigo próprio.

Apesar do programa ter sofrido várias transformações durante as várias temporadas através da supressão e introdução das rubricas que dele faziam parte, Oprah Winfrey tentou sempre inovar e corresponder às expectativas dos seus companheiros fiéis e amigos: o seu público. Entendo que se tratou de um fenómeno transversal, pois não é só o programa ou a cultura; não são só os meios de comunicação dos E.U.A. ou de outros continentes. Trata-se de uma indústria cultural muito desenvolvida que atravessa fronteiras e oceanos.

Oprah Winfrey tornou-se na voz de muitos americanos. As transformações sofridas no programa em 1996 quiseram no fundo transmitir algum sentimento positivo a uma sociedade conturbada e foi através de um *talk show*, onde a popularidade da sua apresentadora superava tudo e todos, que se conseguiu que tal fosse possível. Ela mostrou aos americanos que haveria sempre esperança desde que lutassem por isso mesmo. Destacam-se uma vez mais as suas raízes afro-americanas, onde só lutando (se fosse preciso mais do que os outros) se conseguiria alcançar o sucesso. As questões raciais continuam a ser um dos grandes problemas da América mas é uma questão que a própria América tem consigo própria e que ainda não resolveu. No caso concreto de Oprah Winfrey, penso que foi bastante importante ela ser afro-americana, mas mais uma vez também não foi o único elemento decisivo no êxito específico do programa pois há outros(as) afro-americanos(as) que tiveram êxito quer na televisão quer no cinema. Oprah Winfrey criou um fascínio à sua volta, inexplicável mas que levou a um aumento de audiências e sucesso, tendo sido muito inteligente na gestão do seu próprio estilo, no seu programa, superando a segregação ao convidar americanos brancos e comentadores, algo que só há bem pouco tempo acontece, por exemplo, em Portugal.

Com a introdução de novas rubricas no programa, Oprah Winfrey levou a felicidade a muitas casas, concretizou muitos sonhos e mudou muitas vidas. Tornou-se, assim, também, uma das mulheres filantropas mais conhecidas do mundo especialmente com a construção da sua conhecida *Oprah Winfrey Leadership Academy for Girls* em 2007, para além de inúmeras ações de solidariedade por ela promovidas ao longo de anos.

Independentemente da conotação atribuída ao género televisivo *talk show* ou sub-género *daytime talk show*, foi dado à sociedade americana aquilo que desejavam e que os tornava mais felizes com as suas próprias vidas. E Oprah Winfrey sem dúvida que faz parte de toda essa transição em relação à conotação do género televisivo em causa, pois ela tornou o seu

talk show líder de audiências, mesmo com todas as críticas a ele associadas, assim como a ela própria. Mas seria inevitável que a apelidada *Queen of Talk Shows* não fosse alvo de publicações sensacionalistas ou mesmo tema de notícia, pois tudo o que a ela se referisse vendia.

Oprah tornou-se assim uma marca associada aqui ao *personal branding* onde a *persona* por ela construída consegue abarcar uma série de características que fazem com que ainda hoje, em 2015, continue a ser conhecida por todo o mundo simplesmente como Oprah.

Obviamente que o facto de ser mulher e afro-americana tornou-a diferente e apelativa precisamente por causa dessa diferença, porque não correspondia ao estereótipo de mulher criada para ser apresentadora de televisão. A meu ver, foi também este um dos motivos do seu sucesso: o ser diferente. Mas tal diferença não seria suficiente se ela não tivesse um carisma próprio, um grande profissionalismo que cumulativamente a apresentava como genuína, informada, proactiva e, além do mais, a confidente ideal. Se existe uma liderança carismática, Oprah Winfrey parece ser o seu protótipo. Há nela uma personalidade carismática, que ela controla muito bem, aliada ao seu estilo pessoal. Do ponto de vista da comunicação, a capacidade de seduzir pela sua personalidade é cada vez mais valorizada. Num mundo que muitas vezes é vazio, se há alguém que consegue polarizar atenções através do seu magnetismo pessoal, é porque tem algo de carismático. Foi assim que ela se tornou numa líder de opinião ao demonstrar claramente as suas opiniões e justificá-las, independentemente de questões raciais, de género ou de classe. Claramente que, ao tornar-se numa das mulheres mais influentes do mundo, sendo muito profissional em tudo em que se envolvia, depois do programa ter atingido um determinado nível de audiências e com uma grande capacidade financeira, tudo culminou no seu sucesso mundial e conseqüentemente no seu estatuto de *opinion maker*. Durante o seu programa, Oprah Winfrey não só orientava as entrevistas, como

opinava sobre os assuntos em questão e isso foi algo de extraordinário que sempre conseguiu, sendo afro-americana, influenciando e moldando mentalidades de um público ainda muito *branco* que assiste a televisão. O público identificou-se com a apresentadora, com a cor e com a forma de ser dela. Os conteúdos com a americanização do mundo também tiveram a sua quota-parte de influência e tornaram possível que tal acontecesse. A televisão exerce influência sobre as massas, transmitindo para muitos milhões, indo assim moldando indivíduos e mudando formas de pensar e encarar determinadas situações do quotidiano, tão banais para alguns e tão relevantes para outros.

Oprah Winfrey assumiu, até determinada altura, um papel relativamente neutro em relação a determinados temas. A política foi um deles e só em 2008 é que a apresentadora declarou publicamente o seu apoio incondicional a um candidato presidencial, Barack Obama, justificando que o achava capaz de mudar os E.U.A. e que acreditava na sua capacidade de liderança e de mudança da América, de então. Este apoio foi mais uma vez alvo de críticas mas com certeza que foi determinante nos votos de muitos americanos. Foi este reconhecer de capacidades a Barack Obama por parte de Oprah Winfrey, que claramente influenciou alguns, para não dizer muitos americanos. Mais uma vez houve neste momento uma assunção do poder de Oprah Winfrey como líder comunicacional e *opinion maker*. Todo isto foi possível devido ao facto de ter sido pioneira ao aliar o seu estilo pessoal de forma a captar todo o tipo de públicos, começando inicialmente um programa que captasse o público feminino. Foi neste momento da sua vida como apresentadora de um *talk show* que Oprah mudou o panorama televisivo americano, mesmo tendo dois fatores contra si a nível da sua própria identidade: ser afro-americana, o que veio a quebrar barreiras étnicas, e ser mulher, pois a maioria dos programas televisivos eram apresentados por homens.

Há realmente um certo fascínio em volta desta mulher que conseguiu todo este sucesso. O fascínio traz audiências e estas trazem sucesso. Após todo este meu estudo, ainda considero bastante complexo perceber toda esta transformação que ocorreu à volta de Oprah Winfrey.

Quanto a questões relacionadas com o género, tendo eu já anteriormente considerado Oprah Winfrey uma feminista *de facto*, os seus programas foram-no demonstrando através dos temas, dos convidados, dos peritos e da posição assumida por Oprah em relação a determinadas questões. É verdade que Oprah Winfrey, como pessoa, nunca se identificou como sendo feminista; no entanto, através de todos os seus atos sempre o provou ser. E, a meu ver, é aqui que se baseia o verdadeiro feminismo. Há que lutar com os instrumentos certos, nos lugares adequados e junto de quem pode e deve mudar aquilo que está errado há tantos anos (relembro o discurso da atriz Patricia Arquette aquando a Cerimónia dos Óscares de 2015). Oprah sempre lutou, à sua maneira, pela igualdade de direitos das mulheres, através do reconhecimento das grandes mulheres da sua vida que moldaram a pessoa em que ela se tornou (Sojourner Truth, Toni Morisson, Maya Angelou).

Neste ponto, terei inevitavelmente de me referir à sua herança afro-americana tão intimamente ligada ao facto de ser mulher. Devido ao papel que Oprah Winfrey assumiu na sociedade americana, esta teve de ter a inteligência de se manter num ponto de equilíbrio entre o público afro-americano e o público branco. Nunca descurando as suas raízes, Oprah tinha consciência de que não podia tomar uma posição que afastasse o seu público maioritariamente branco. Assim, optou de forma inteligente por uma posição intermédia, a meu ver não defendendo totalmente uma América desejavelmente encarada no início do século XXI como *colorblind*, ou seja, onde o elemento cor não seria socialmente relevante, pois neste caso estaria a retirar todas as características intrínsecas a alguém que não fosse membro do grupo populacional maioritário nos E.U.A., o designado como branco. Por outro lado, também nunca se quis

envolver diretamente em movimentos que, apesar de envolverem a luta pelos direitos civis, utilizavam estratégias extremistas, chegando mesmo a praticar atos de violência. Há aqui um dualismo em que Oprah Winfrey teve de conjugar o seu próprio eu e aquilo que seria a mensagem ideal para os seus telespectadores, de forma a não ferir suscetibilidades e, no fundo, não ir também contra os seus ideais de vida. Lidando com televisão, sabe-se que sem audiências não há programas. Um dos grandes debates do serviço público, não se refere propriamente ao facto de que sem público não há serviço público. Há, sim, a necessidade de manter as audiências e Oprah bateu esse recorde de audiências e manteve-o, mas não somente pelos temas apresentados. Tratou-se de um equilíbrio bem conseguido entre ela própria como apresentadora e os temas escolhidos que a levaram ao sucesso.

Oprah Winfrey, desde cedo, provou ser um modelo de afirmação pessoal numa sociedade maioritariamente branca e onde o poder, mesmo a nível profissional e empresarial, estava preponderantemente na mão do setor masculino. Talvez tenha sido este um desafio que ela se propôs superar. E superou-o. E nunca, segundo a própria, sentiu algum tipo de discriminação quer de raça quer de género. Não posso concordar totalmente com esta afirmação de Oprah, pois até bem recentemente ela foi alvo de racismo disfarçado numa loja de produtos de gama alta, para clientes de elevado poder económico, e o facto de ela ser afro-americana e de não ter sido reconhecida como a personalidade mediática que é fez com que lhe fosse vedada a aquisição desejada.

A sua mudança para a *OWN* foi um passo, penso eu, muito bem pensado e refletido. Oprah Winfrey, ao largar um programa como *The Oprah Winfrey Show*, sabia perfeitamente que a sua popularidade iria decair, pois iria deixar de ser a companhia diária de tantos americanos que a acompanharam praticamente durante uma vida. Deixou de haver esse contacto assíduo e

a sociedade atualmente é isso mesmo que quer: a caixinha mágica tornou-se a melhor e por vezes a única companheira de muitos americanos.

Penso que acima de tudo há um lugar e um tempo certo para tudo e Oprah Winfrey sabia que tinha chegado o seu momento de parar. Este parar não quis dizer deixar de estar em contacto com os telespectadores pois estes poderiam continuar a acompanhá-la através da *OWN*, e ela própria lhes pediu isso. Mas todos sabiam que não seria a mesma coisa, inclusivamente ela própria. Mas foi uma opção, uma decisão que acarretaria obviamente determinadas consequências, nomeadamente a nível económico. Se a *OWN* no início foi um tanto estigmatizada pelas baixas audiências e poucos lucros, Oprah e toda a sua equipa conseguiram contornar a situação e, já em 2014, os jornais anunciaram a reviravolta na economia da empresa. Tiveram de ser feitas alterações e novas apostas e Oprah continuou e continua a ser uma presença constante com os seus programas, essencialmente dedicados a entrevistas, atividade para a qual tem especial apetência. Penso que a *OWN* está agora a iniciar um novo ciclo com uma evolução relativamente significativa e visível. Mas penso que Oprah não quererá muito mais que a estabilização da própria empresa, dos programas e dos colaboradores.

Oprah Winfrey, por opção própria, decidiu que estava na hora certa de mudar, e mudar tudo, até mesmo a sua vida que até então fora sempre tão condicionada pela responsabilidade de conduzir um *talk show* com a relevância e impacto que o seu tinha: “This show has been my life. And I love it enough to know when it’s time to say good-bye.” (Davis, 2011)

Assumo, como posição própria e perfeitamente criticável, que não há mais *Oprahs*. O seu foi um estilo, um modo de ser, um modo de viver que não pode ser replicável. Podem vir muito mais *talk shows* com grande popularidade e tornarem-se líderes de audiências, mas, tal como já dito anteriormente, será muito difícil conseguirem o que Oprah Winfrey conseguiu em

várias frentes de batalha. *The Oprah Winfrey Show*, a partir de dada altura, passou a viver à conta da apresentadora. Todos os que possam surgir desde então terão de criar uma fórmula própria relacionada com quem os apresente, que seja percebida como natural, pois é isso que os telespectadores querem – naturalidade e empatia. Este tipo de programas depende do estilo de uma pessoa e, por isso, pode adaptar-se, mas não replicar-se.

Oprah Winfrey, segundo a própria, já alcançou os principais objetivos de vida. Não desistiu de nada, simplesmente decidiu abraçar um novo projeto que lhe permitisse alcançar aquilo que ela sempre referiu no seu programa: conseguir ser o melhor dela própria, auto-realizar-se e auto-aperfeiçoar-se como pessoa.

Oprah Winfrey é um fenómeno comunicacional, foi e continua a ser uma excelente comunicadora e isso deve-se às qualidades que, como pessoa, tem para comunicar bem através da televisão. O seu programa foi um *talk show* com uma longa carreira. Um estilo televisivo que conquistou mais de metade do mundo. É um fenómeno sociológico pelo sucesso que alcançou.

O sucesso do seu programa fez dela um símbolo, de certeza, de “algo”, diferente consoante o indivíduo. A mulher que venceu, a par da vivência de dificuldades, é heroína também, porque sendo uma negra americana do Sul, pobre, alcançou o êxito que alcançou. Tornou o seu *talk show* num ritual, visto que, por ter sido diário, seguia uma determinada linha que conseguiu grangear a adesão e a fidelidade de um número crescente de adeptos. De acordo com o crescimento quer de seguidores quer de audiências, ela foi adaptando os valores que abordava nos programas aos que elegia como mais corretos.

A sua forma pessoal de estar num programa tem a ver com o estilo e o carisma, a seriedade enquanto apresentadora, essa capacidade de ler o público. Paralelamente, a sua grande experiência profissional tornou-a num caso de sucesso que dificilmente encontrará um

rival. Estamos a falar de uma pessoa que assim conseguiu contar com uma máquina de produção por trás, que movia milhões e que adquiriu uma capacidade usufruir de recursos humanos e financeiros que lhe permitem hoje ser o que ela é.

Quanto ao programa em si, parece-me que podem acontecer fenómenos equivalentes, ainda que não iguais pelas razões já acima expostas. Para além disso, o panorama mediático não é o mesmo e não é possível pensar em obter sucesso da mesma forma de há vinte anos.

Concluo com uma apreciação global. Considero Oprah Winfrey um fenómeno comunicativo e cultural notável pois ela foi e continua a ser uma excelente comunicadora. O seu estilo televisivo conquistou meio mundo. Reconheço que haveria ainda muito para aprofundar, mas que devido à extensão e à amplitude de tudo o que envolve Oprah tal não seria possível num estudo como este, onde se pretende encontrar, ainda assim, algumas respostas a determinadas questões que continuam a ser objeto de estudo para muitos americanos.

Apesar de ter tentado abordar esta matéria com o distanciamento desejado, admito que a minha visão, tal como já referi, possa estar em parte comprometida por vários anos a ver e a ouvir *The Oprah Winfrey Show*. No entanto, houve realmente capítulos que me fizeram refletir, concordar com teóricos de várias áreas e também discordar deles, talvez por a minha visão ser oriunda do outro lado do oceano.

Para finalizar, gostaria de assinalar que considero ser Oprah Winfrey em grande parte herdeira de uma tradição que remonta aos tempos dos primeiros puritanos, ressurge na Declaração da Independência e se expande ao longo dos tempos e circunstâncias, continuando a ser bem evidente ainda hoje, por exemplo, na figura de Barack Obama – uma atitude marcada não apenas pela vontade de melhoria das vidas de cada um, mas pela vontade de persuadir os outros da necessidade de seguirem esse percurso de busca de algo melhor para si e para todos. Afinal, como reconhece Westen: “Oprah Winfrey has proved that no matter what hardships

present themselves, with an open heart, a fierce, positive spirit, and bountiful energy – life’s possibilities are limitless.” (2005, p. 110)

Bibliografia

Abt, Vicki & Mastazza, Leonard (1997). *Coming After Oprah: Cultural Fallout in the Age of the TV Talk Show*. Bowling Green, Ohio: Bowling Green State University Popular Press.

Adler, Bill (ed.). (1997). *The Uncommon Wisdom of Oprah Winfrey: A Portrait In Her Own Words*. Secausus, NJ: Citadel Press.

Adorno, T. & Horkheimer, M. ([1947] 2002). *Dialectic of Enlightenment*. Stanford, CA: Stanford University Press.

_____. "O Iluminismo como mistificação de massa". In Luiz Costa Lima (org.). *Teoria da Cultura de Massa*, São Paulo: Editora Paz e Terra.

Aevlin, Albert J. (1987). *Welty: A Life in Literature*. Jackson: University Press of Mississippi.

Allen, Robert C. (1987). *Channels of Discourse Reassembled - Television and Contemporary Criticism*. Chapel Hill, London: University of North Carolina Press.

Almeida, Diana (2007). *Os Contornos da Palavra e da Luz: Storytelling e Fotografia nos Contos de Eudora Welty*. Tese de Doutorado apresentada à Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa.

_____. (2013). "'We Need to Write With Love': Welty's Political View During the Civil Rights Years". In I. Fernandes, J. Flor & M. Paiva (eds.). *Eudora Welty*. Revista Anglo Saxonica Ser. III N. 5. Lisboa: ULICES/CEAUL. pp. 65-88.

Almeida, Diana & Gilbert, Sandra (2013). "Introduction". In I. Fernandes, J. Flor & M. Paiva (eds.). *Women Studies*. Revista Anglo Saxónica Ser. III N. 6. Lisboa: ULICES/CEAUL. pp. 9-20.

Alves, Teresa F. A. (2003). “Autobiographies of Women in the Promised Land”. In L. Flora, T. Alves and T. Cid (eds.). *Feminine Identities*. Cadernos de Anglística – 5. Lisboa: Centros de Estudos Anglísticos da Universidade de Lisboa e Edições Colibri. pp. 133-160.

Anburajan, Aswini (2007). “About 30,000 see Obama-Oprah in SC”. *NBC News*. Disponível em http://firstread.nbcnews.com/_news/2007/12/09/4432418-about-30000-see-obama-oprah-in-sc (Consultado a 14/04/2015).

Angier, Natalie (2000). “Do Races Differ? Not Really, Genes Show”. *The New York Times*. Disponível em <http://www.nytimes.com/2000/08/22/science/do-races-differ-not-really-genes-show.html> (Consultado em 12/01/2015).

Appiah, Kwame Anthony (1992). *In my Father’s House: Africa in the Philosophy of Culture*. New York: Oxford University Press.

Argetsinger, Amy & Roberts, Roxanne (2007). “Oprah Winfrey’s Degrees of Communication at Howard.” Disponível em <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2007/05/12/AR2007051201168.html> (Consultado a 24/02/2015).

Avins, M. (2000). “Flocking to the Church of Oprah”. *Los Angeles Times*. Sec. E1. p. 3 Disponível em <http://lexis-nexis.com/> (Consultado a 23/05/2015)

Azevedo, Marta (2005). *Lucille Ball – Uma mulher americana*. Dissertação de Mestrado apresentada à Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa.

Azjen, I. & Fischbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Baker, D. (2007). *The United States since 1980*. Cambridge: Cambridge University Press.

Baldoni, John (2009). "Oprah Winfrey and Your Leadership Brand." Leadership Development. *Harvard Business Review*. Disponível em <https://hbr.org/2009/11/what-oprah-can-teach-you-about> (Consultado a 12/01/2015)

Bandura, A. (1985). *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Baran, Stanley & Davis, Dennis (2015). *Mass Communication Theory – Foundations, Ferment, and Future*. (7th ed.). Stamford, CT: Cengage Learning.

Barker, Chris (2010). *Television, Globalization and Cultural Identities*. New York: Open University Press.

Barwise, Patrick & Meehan, Séan (2010). "The One Thing You Must Get Right When Building a Brand." Innovation. *Harvard Business Review*. Disponível em <https://hbr.org/2010/12/the-one-thing-you-must-get-right-when-building-a-brand> (Consultado a 13/01/21015)

Baudrillard, Jean (1994). *Simulacra and Simulation*. Ann Arbor: University of Michigan Press.

Bauer, R. (1958), "The Communicator and the Audience". *Journal of Conflict Resolution*, vol. 2, n° 1. pp. 67-77.

_____. (1964). "The Obstinate Audience: The Influence Process from the Point of View of Social Communication". *American Psychologist*, n° 19. pp. 319-328.

Bauman, Zygmunt (1992). *Intimations of Postmodernity*. New York: Routledge.

_____. (1997). *Postmodernity and its Discontent*. New York: New York University Press.

- Bell, Derrick (1993). *Faces at the Bottom of the Well*. New York: Basic Books.
- Bennett, Tony, Grossberg, Lawrence & Morris, Meaghan (eds.) (2005). *New Keywords. A Revised Vocabulary of Culture and Society*. Oxford: Blackwell.
- Berelson, B. (1948). *The Analysis of Communication Content*. Chicago and New York: University of Chicago and Columbia University.
- Berfield, Susan (2011). “Brand Oprah Has Some Marketing Lessons.” Businessweek. Disponível em <http://resourcecenter.businessweek.com/reviews/marketing-lessons-from-brand-oprah> (Consultado a 25/01/2015).
- Berger, Sebastien (2007). “Oprah Winfrey’s School in Child Abuse Scandal” disponível em <http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/1568410/Oprah-Winfreys-school-in-child-abuse-scandal.html> (Consultado a 10/02/2015).
- Berlo, David Kenneth (1960). *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Berger, Arthur Asa (1995). *Essentials of Mass Communication Theory*. Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.
- Berger, John ([1972] 2008). *Ways of Seeing*. (Reprint Edition). London: Penguin Books.
- Bianculli, David (2000). *Teletiteracy - Taking Television Seriously*. New York: Syracuse University Press.
- Blanchard, Margaret A. (ed.) (2013). *History of the Mass Media in the United States*. New York: Routledge.

Blumer, Herbert (1936). "Social Attitudes and Nonsymbolic Interaction". *Journal of Educational Sociology* 9. pp. 515–23.

Blumer, Herbert (1937). "Social Psychology". In Emerson P. Schmidt (ed.) *Man and Society*. New York: Prentice Hall. pp. 144–98

Blumer, Herbert (1948) "Sociological Theory in Industrial Relations". *American Sociological Review* 12. pp. 271–278.

Bonilla-Silva, Eduardo (2002). *White Supremacy and Racism in the Post-Civil Rights Era*. Colorado: Lynne Rienner Publishers Inc.

_____. (2013). *Racism Without Racists: Color-Blind Racism and the Persistence of Racial Inequality in America*. Plymouth: Roman & Littlefield Publishers, Inc.

_____. (2015). "More Than Prejudice: Restatement, Reflections, and New Directions in Critical Race Theory". *Current (and Future) Debates in Sociology of Race and Ethnicity*. *Sociology of Race and Ethnicity*. Vol. I (I). Sage. pp. 75-89

Boostin, Daniel (1992). *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*. New York: Vintage Books.

Boundless. "Appearance: Dress and Posture." *Boundless Communications*. Boundless, Disponível em 28/05/2015 <https://www.boundless.com/communications/textbooks/boundless-communications-textbook/delivering-the-speech-12/effective-visual-delivery-65/appearance-dress-and-posture-259-4168/> (Consultado a 31/05/2015).

Branston, Gill & Stafford Roy (2003). *The Media Student's Book*. (3rd ed.). London, New York: Routledge.

- Brint, S. (1994). *In an Age of Experts: the Changing Role of Professionals in Politics and Public Life*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Brogan, Hugh (1999). *The Penguin History of the United States of America*. London: Penguin.
- Brown, Mary Ellen (1994). *Soap Opera and Women's Talk: The Pleasure of Resistance*. Thousand Oaks: California: Sage.
- _____. (1990). *Television and Women's Culture: the Politics of the Popular*. London: Sage.
- Brunsdon, Charlotte & Spigel, Lynn (2007). *Feminist Television Criticism: A Reader*. (2nd ed.). New York: Open University Press.
- Bryant, Jennis & Zillmann, Dolf (2002). *Media Effects: Advances in Theory and Research*. (2nd edition). Mahwah, New Jersey: Erlbaum.
- Bryam, A. (2004). *Social Research Methods*. Oxford: Oxford University Press.
- Budd, M., Craig, S., & Steinman, C. (1999). *Consuming Environments-Television and Commercial Culture*. United States of America: Rutgers University Press.
- Buller, Davis & Bugoon, Judee (1986). "The Effects of Vocalics and Nonverbal Sensitivity on Compliance – A Replication and Extension." *Human Communication Research*, Volume 13, Issue 1. pp. 126-144.
- Butler, Judith (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. New York: Routledge.

Caldeira, Isabel (1993). *História, mito e literatura: A cicatriz da palavra na ficção de Toni Morrison*. Tese de Doutoramento apresentado à Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

_____. (1994). “A Construção Simbólica do Racismo nos Estados Unidos”. *Revista Crítica de Ciências Sociais* nº 39. Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra e Centro de Estudos Sociais. pp. 31-58.

_____. (2012). “Who has the right to claim America”. In Isabel Caldeira et al (org.). *America Where? 20th-Century Transatlantic Perspectives*. Amsterdam: Peter Lang.

_____. (2013). “Racismo e Exclusão: O Passado do Futuro da Sociedade Americana”. In A. Luís (org.). *Ensino do Inglês: Contributos para uma prática multidisciplinar*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.

Campanhoudt, Luc Van (2001). *Introdução à análise dos fenómenos sociais*. (Trad. Eduardo Freitas). Lisboa: Gradiva.

Carmichael, S. & Hamilton, C. (1968). *Black Power*. London: Jonathan Cape.

Carruth, Gorton (1989). *What Happened When: a Chronology of Life & Events in America*. New York: Harper & Row.

Carson, Barbara Harrell (1992). *Eudora Welty: Two Pictures at Once in Her Frame*. Troy, NY: Whitston.

Casey, Bernadette, Casey, Neil, Calvert, Ben, French, Liam & Lewis, Justin (2002). *Television Studies – The Key Concepts*. New York: Routledge.

Castells, Manuel (2010). *The Power of Identity: The Information Age: Economy, Society, and Culture*. Volume 2. West Sussex, United Kingdom: Wiley-Blackwell.

Castilho, Maria Teresa Lobo (1996). *Visões do Sul na Ficção Longa de Eudora Welty* “*Outra(?) Terra*”, “*Outra(?) Literatura*”. Tese de Doutoramento apresentada à Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

Castilho, Maria Teresa (2013). “How Welty Doesn’t Crusade”. In I. Fernandes, J. Flor & M. Paiva (eds.). *Eudora Welty*. Revista Anglo Saxónica Ser. III N. 5. Lisboa: ULICES/CEAUL. pp. 17-34.

Certeau, Michel de (2002). *The Practice of Everyday Life*. California: University of California Press.

Chambers, Ian & Curti, Lidia (1998). *The Postcolonial Question: Common Skies, Divided Horizons*. London: Routledge

Cid, Teresa (1995). “Wanting America Back – The Crown of Columbus as a Tentative Epic in an Age of Multiculturalism”. In Versluys, Kritiaan (ed.). *The Insular Dream Obsession and Resistance*. European Contributions to American Studies. Amsterdam: VU University Press.

Clark, Dorie (2011) “Reinventing Your Personal Brand.” *Informal Leadership*. Harvard Business Review. Disponível em <https://hbr.org/product/reinventing-your-personal-brand/R1103E-PDF-ENG> (Consultado a 12/12/2014)

Clemetson, L. (2001). *Women of the New Century: Oprah at a Crossroads*. Newsweek 137. pp. 38-46.

Cloud, D. (1996). “Hegemony or Concordance? The Rhetoric of Tokenism in Oprah Winfrey’s rags-to-riches biography.” In *Critical Studies in Mass Communication* 13: 115-137.

Collins, C. & Yeskel, F. (2000). *Economic Apartheid in America*. New York: New Press.

Collins, Patricia Hill (2000). *Black Feminist Thought: Knowledge, Consciousness and the Politics of Empowerment*. New York: Routledge.

Collins, Patricia Hill (2004). *Black Sexual Politics – African Americans, Gender and the New Racism*. New York: Routledge – Taylor & Francis Group

Coontz, S. (1992). *The Way We Never Were: American Families and the Nostalgia Trap*. New York: Basic Books.

Cooper, Ilene (2008). *Upclose: Oprah Winfrey*. New York: Puffin Books – Penguin Group.

Correia, J. C. (1998). “Novos Desafios ao espaço público: subjectividade e cultura de massa”. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-desafios-espaco-publico.pdf> (Consultado a 20/02/2015).

Correia, J. C. (2003). “Os administradores de ilusões: espectáculo, subjectividade e ideologia na cultura mediática contemporânea”. In *Media e Jornalismo*. Coimbra: Edições Minerva.

Costello, C. B. & Stone, A. J. (2001). *The American Woman 2001-2002*. New York: W. W. Norton.

Cotton, Trystan T. & Springer, Kimberly (2010). *Stories of Oprah The Oprahfication of American Culture*. U.S.A: University Press of Mississippi.

Couto, Mia (2008). “E se Obama fosse africano?”. *Jornal Savana*. Disponível em <http://camaradecomuns.blogs.sapo.pt/655358.html> (Consultado em 04/05/2015).

Cox, D., Dione, E. J., Galson, W. A. & Jones, R. P. (2011). “What it means to be American: Attitudes in an Increasingly Diverse America Ten Years after 9/11”. *Brookings Institution*. Disponível em <http://www.brookings.edu/research/reports/2011/09/06-american-attitudes> (Consultado a 10/04/2015).

Creeber, Glen (Ed.) (2001). *The Television Genre Book*. London: British Film Institute Publishing.

Crisell, Andrew (2006). *A Study of Modern Television – Thinking Inside the Box*. New York: Palgrave Macmillan

Cruz, C. (2008) *A Telerealidade. Uma abordagem hermenêutica da construção social da realidade pela informação televisiva de actualidade*. Lisboa: ISCSP - UTL

Cuche, Denys (2006). *A noção de cultura nas ciências sociais*. (Trad. Miguel Serras Pereira). Lisboa: Fim de Século Edições.

Cullen, Jim (2003). *The American Dream: a Short History of an Idea that Shaped a Nation*. New York: Oxford University Press.

_____. (ed.) (2001). *Popular Culture in American History*. Malden, MA: Blackwell Publishing.

Cushman, P. (1995). *Constructing the Self, Constructing America: a Cultural History of Psychotherapy*. Boston: Addison-Wesley.

Davis, Deborah (2011). *The Oprah Winfrey Show. Reflections on an American Legacy*. New York: Abrams.

Davis, Douglas (1993). *The Five Myths of Television Power - Or, Why the Medium Is Not the Message*. New York: Simon and Schuster.

Dahlgren, P. (1995). *Television and the Public Sphere*. London: Sage Publications.

Decker, Jeffrey Louis (1997). *Made in America: Self-styled Success from Horatio Alger to Oprah Winfrey*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

- Dexter, Anthony Lewis & Manning White, David (1964). *People, Society and Mass Communication*. New York: Free Press.
- Dias, Fernando Nogueira (2013). *Os Sistemas de conhecimento patológico e a nova ordem*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Docker, John (1994). *Postmodernism and Popular Culture: A Cultural History*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Douglas, Susan (1994). *Where the Girls are: Growing Up Female with the Mass Media*. New York: Time Books
- Dovey, J. (2000). *Freakshow: First Person Media and Factual Television*. London: Pluto Press.
- Dow, Bonnie J. (1996). *Prime-Time Feminism: Television, Media Culture, and the Women's Movement since 1970*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Drew, E. (2004). *On the Edge: the Clinton Presidency*. New York: Simon and Schuster.
- Driscoll, Beth (2014). *The New Literary Middlebrow – Tastemakers and Reading in the Twenty-First Century*. New York: Palgrave Macmillan.
- Duarte, José (2009). *Da beleza das almas: para uma autópsia do corpo físico e social e Six Feet Under de Allan Ball*. Dissertação de Mestardo apresentada à Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa.
- DuBois, W. E. B. ([1903] 2013). *The Souls of Black Folk*. Chicago: A. C. McClurg & Co.
- Eagleton, Terry (2000). *The Idea of Culture*. Oxford: Blackwell.

Edelman, David C. (2010). “Branding in the Digital Age: You’re Spending Your Money in All the Wrong Places.” *Customers. Harvard Business Review*. Disponível em <https://hbr.org/2010/12/branding-in-the-digital-age-youre-spending-your-money-in-all-the-wrong-places> (Consultado a 25/10/2014)

Eisenstein, Zillah (1981). *The Radical Future of Liberal Feminism*. New York: Longman.

Elkins, James (2003). *Visual Studies. A Skeptical Introduction*. New York and London: Routledge.

Ekman, Paul (2007). *Emotions Revealed – Recognizing Faces and Feeling to Improve Communication and Emotional Life*. (2nd ed.). New York: OWL Books.

Ekman, Paul & Friesen, Wallace V. (2003). *Unmasking the Face: A Guide to Recognizing Emotions from Facial Expressions*. Cambridge: Malor Books.

Ekman, Paul, Hager, Joseph C. & Oster, Harriet (2013). *Emotion in the Human Face*. Los Altos, CA: Malor Books.

Emerson, Ralph Waldo ([1841] 1983). “Self-Reliance”. In Ralph Waldo Emerson. *Emerson – Essays and Lectures*. New York: The Library of America.

_____. (1964). *The Early Lectures of Ralph Waldo Emerson*. Vol. 2. Boston, Massachusetts: Harvard University Press.

Entman, R. M. & Rojecki, A. (2000). *The black image in the white mind: media and race in America*. Chicago: University of Chicago Press.

Esquenazi, Jean-Pierre (2006). *Sociologia dos públicos*. (Trad. Felisbela Lopes). Porto: Porto Editora

Evans, Jessica & Hall, Stuart (2005). *Visual Culture: The Reader*. London, California, New Delhi: Sage Publications, Ltd.

Fairclough, Norman (1995). *Media Discourse*. London: Arnold – Hodder Headline Group

Fairclough, Norman (2010). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. (2nd ed.). New York: Routledge – Taylor & Francis Group.

Farley, Reynolds (1984). *Blacks and Whites: Narrowing the Gap?* (Social Trends in the United States). Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.

Farr, Cecilia Konchar (2004). *Reading Oprah: How Oprah's Book Club Changed the Way America Reads*. Albany, New York: State University of New York Press.

Farr, Cecilia Konchar & Harker, Jaime (2008). *The Oprah Affect: Essays on Oprah's Book Club*. Albany, New York: State University of New York Press.

Ferguson, R. (1998). *Representing "Race": Ideology, Identity, and the Media*. London: Arnold

Fiske, John (1999). *Understanding Popular Culture*. London and New York: Routledge.

_____. (1990). *Introduction to Communication Studies*. New York: Routledge.

Fontes, Lisa Aronson (2008). *Interviewing Clients Across Cultures. A Practitioner's Guide*. New York: The Guilford Press.

Ford, Richard Thompson (2009). *The Race Card: How Bluffing About Bias Makes Race Relations Worse*. New York: Picador.

Foucault, Michel ([1973] 1994). *The Order of Things: An Archaeology of the Human Sciences*. New York: Vintage Books Edition.

Foucault, Michel ([1972] 1982). *The Archaeology of Knowledge and the Discourse of Language*. New York: Pantheon Books.

Foucault, Michel (1986). "Of Other Spaces". *Diacritics*, Vol. 1, N° 16, pp. 22-27.

Foucault, Michel (2005). *As Palavras e as Coisas*. (Trad. António Ramos Rosa). Lisboa: Edições 70. pp. 112-121.

Foss, Karen A., Foss, Sonja K. & Griffin, Cindy L. (1999). *Feminist Rhetorical Theories*. Thousand Oaks, California: Sage.

Fox-Genovese, Elizabeth (1996). *Feminism is not the story of my life*. New York: Nan A. Talese.

Frank, Robert (1952). *Black, White and Things*. New York: Scalo Publishers.

_____. ([1958] 2008). *The Americans*. New York: Steidl.

Freidson, E. (1953). "Communications Research and the Concept of the Mass". *American Sociological Review*, vol. 18, n° 3. pp. 197-208.

Friedan, B. (1963). *The Feminine Mystique*. New York: W. W. Norton.

Frye, Northrop (1973). *Anatomy of Criticism*. (1st ed.). Princetown, New Jersey: Princetown University Press.

Gamble, Teri Kwal & Gamble, Michael (2013). *Interpersonal Communication. Building Connections Together*. London: Sage.

Gamson, Joshua (1994). *Claims to Fame: Celebrity in Contemporary America*. Berkeley, Los Angeles, California: University of California Press.

Gans, Herbert (1995). *The War Against the Poor: The Underclass and Antipoverty Policy*. New York: Basic Books – A Member of the Perseus Books Group.

Garcia, José Lorenzo (2000). *Comunicación no verbal – Periodismo y medios audiovisuales*. Madrid: Editorial Universitas, S. A.

Garson, Helen S. (2011). *Oprah Winfrey: A Biography - Greenwood Biographies*. (2nd Edition). Santa Barbara, California: Greenwood Press.

Gates, H. L. Jr. (2007). *Finding Oprah's Roots: Finding Your Own*. New York: Crown Publishers.

Gauntlett, David & Hill, Annette (1999). *TV Living – Television, Culture and Everyday Life*. London, New York: Routledge.

Gaziano, C. & Gaziano, E. (1996). “Theories and Methods in Knowledge Gap Research since 1970”. In M. B. Salwen & D. W. Stacks (eds.). *An Integrated Approach to Communication Theory and Research*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Pub.

Gerbner, George, Mowlana, Hamid & Schiller Herbert (1996). *Invisible Crises: What Conglomerate Control Of Media Means For America And The World (Critical Studies in Communication and in the Cultural Indust)*. Pennsylvania: West View Press.

Giddens, Anthony (1990). *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.

Giddens, Anthony (1991). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford, California: Stanford University Press.

_____. (1997). *Modernidade e Identidade Pessoal*. (2^a ed.) (Trad. Miguel Vale de Almeida). Oeiras: Celta Editora.

_____. (2002). *O Mundo na Era da Globalização*. (4ª ed.) (Trad. Saul Barata). Lisboa: Editorial Presença.

Gillens, M. (1999). *Why Americans hate welfare: race, media, and the politics of antipoverty policy*. Chicago: University of Chicago Press.

Glynn, Kevin. (2000). *Tabloid Culture - Trash Taste, Popular Power and the Transformation of American Television*. Durham and London: Duke University Press.

Goffman, Erving (1969). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Edinburgh: University of Edinburgh Social Sciences Research Centre.

Golden, Marita & Shreve, Susan Richards (eds.) (1996). *Black Women & White Women Write About Race – Skin Deep*. New York: Anchor Books.

Golding, Peter & Murdock, Graham (1997). *The Political Economy of the Media*. Series no. 2. Two Volume Set. The International Library of Studies in Media and Culture. Cheltenham, Glos, UK: Edward Elgar Publishing Ltd.

Goleman, Daniel (2004). “What Makes a Leader.” *Emotional Intelligence*. *Harvard Business Review*. Disponível em <https://hbr.org/2004/01/what-makes-a-leader> (Consultado a 27/01/2015).

Goshtasbi, Katy (2011). “What we can all learn from ‘The Oprah Personal Brand’”. Disponível em <http://purispersonalbranding.com/2011/06/what-we-can-all-learn-from-the-oprah-brand/> (Consultado a 15/05/2015).

Gossett, Thomas F. (1997). *Race – The History of an Idea in America*. (New Edition). New York: Oxford University Press.

Grant, T. (1988). *Being a Woman*. New York: Random House.

- Gray, H. (1989). "Television, black Americans, and the American dream". *Critical Studies in Mass Communication* 6: 376-386.
- Greenberg, S. B. (1996). *Middle Class Dreams*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Greenspan, M. (1983). *A New Approach to Women and Therapy*. New York: McGraw-Hill.
- Grindstaff, Laura (2002). *The Money Shot: Trash, Class, and the Making of TV Talk Shows*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Gruner, Charles R. (1997). *The Game of Humor: a Comprehensive Theory of Why We Laugh*. New Brunswick, New Jersey: Transaction.
- Gunter, B. (2000). *Media Research Methods – Measuring Audiences, Reactions and Impact*. London: Sage Pub.
- Guterl, Matthew Pratt (2002). *The Color of Race in America, 1900-1940*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Habermas, Jürgen, Lennox, Sara & Lennox, Frank (1964). "The Public Sphere: An Encyclopedia Article" (1974) *New German Critique*, No. 3 (Autumn, 1974). pp. 49-55.
- Habermas, J. ([1974] 1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere: an Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge, MA: MIT Press
- Haag, Laurie (1993). "Oprah Winfrey: The Construction of Intimacy in the Talk Show Setting". *Journal of Popular Culture* 26 (4). pp. 115-121.
- Evans, Jessica and Hall, Stuart (eds) (1999). *Visual Culture: The Reader*. London: Sage.
- Hall, Stuart (author), Morley, David & Chen, Kuan-Hsing (eds.) (1996). *Critical Dialogues in Cultural Studies*. New York: Routledge.

- Hall, Stuart (2003). *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*. London, Thousand Oaks, New Delhi: The Open University in association with Sage Publications Ltd.
- Hall, Stuart & du Gay, Paul (2011). *Questions of Cultural Identity*. London, California, Singapore: Sage Publications, Ltd.
- Halper, Donna L. (2009). *Icons of Talk: The media mouths that changed America*. Greenwood Icons. Westport, Connecticut: Greenwood Press.
- Hamilton, D. C. & Hamilton, C. V. (1997). *The dual agenda: race and social welfare policies of civil rights organizations*. New York: Columbia University Press.
- Hamamoto, Darrel Y. (1989). *Nervous Laughter: Television Situation Comedy and Liberal Democratic Ideology*. New York: Praeger.
- Haralovich, Mary Beth & Rabinovitz, Lauren (2002). *Television, History and American Culture. – Feminist Critical Essays*. Durham, London: Duke University Press.
- Hargie, Owen (2011). *Skilled Interpersonal Interaction: Research, Theory and Practice*. (5th Edition). New York: Routledge.
- Harris, Jennifer & Watson, Elwood (2007). *The Oprah Phenomenon*. Kentucky: University Press of Kentucky.
- Harris, Richard Jackson (1999). *A Cognitive Psychology of Mass Communication*. (3rd ed.) Mahwah, New Jersey: Erlbaum.
- Hartley, John (1999). *Uses of Television*. London, New York: Routledge.
- Harvey, David (1989). *The condition of postmodernity*. Oxford: Basil Blackwell.

- _____. (2005). *A brief history of neoliberalism*. Oxford: Oxford University Press.
- Heffernan, N. (2000). *Capital, class, and technology in contemporary American culture*. Sterling, VA: Pluto Press.
- Hearst Communication, Inc. (2005). *O The Oprah Magazine – Live Your Best Life*. Birmingham, Alabama: Oxmoor House, Inc.
- Hill, Annette (2007). *Restyling Factual TV – Audiences and News, Documentary and Reality Genres*. London, New York: Routledge.
- Himmelstein, Hal. (1984). *Television Myth and the American Mind*. New York: Praeger.
- Hofstede, Geert (1991). *Culturas e organizações – Compreender a nossa programação mental*. (Trad. António Fidalgo). Lisboa: Edições Sílabo, Lda.
- Hooks, bell (2000). *Feminism is for Everybody: Passionate Politics*. London: Pluto Press.
- _____. (2000). *Feminist Theory – From Margin to Center*. (2nd ed.). London: Pluto Press.
- Howells, Richard & Negreiros, Joaquim (2012). *Visual Culture*. (2nd ed.). Malden, MA: Polity Press.
- Hutchby, I. (2005). “Active Listening”: *Formulations and the elicitation of feelings-talk in child counselling*. *Research on Language and Social Interaction*. 38 (3). pp. 303-329.
- Ignatiev, Noel (1996). *How the Irish Became White*. New York: Routledge.
- Illouz, Eva (2003). *Oprah Winfrey and the Glamour of Misery: An Essay on Popular Culture*. New York: Columbia University Press.

Illouz, Eva & John, Nik (2007). "Oprah Winfrey and Women's Autobiography: A Televisual Performance of the Therapeutic Self." In J. Harris & E. Watson. *The Oprah Phenomenon*. Kentucky: University Press of Kentucky.

Janowitz, M. (1972). "The Study of Mass Communication". *International Encyclopaedia of the Social Science*. Vol. 1. London: Collier-Macmillan Pub. pp. 41-53.

Jencks, C. (1992). *Rethinking social policy: race, poverty, and the urban underclass*. New York: Basic Books.

Jeffrey, Gary (2006). *Oprah Winfrey: The Life of a Media Superstar* (Graphic Biographies). London, Sydney: Franklin Watts.

Jones, Stanley (1994). *The Right Touch: Understanding and Using the Language of Physical Contact*. Cresskill: Hampton Pr.

Jones, Juston (2007). "Beyond Books: Oprah Winfrey's Seal of Approval Goes Presidential". *The New York Times*. Disponível em http://www.nytimes.com/2007/05/07/business/media/07oprah.html?_r=0 (Consultado a 15/04/2014).

Joyrich, Lynne (1996). *Re-Viewing Reception - Television, Gender, and Postmodern Culture*. Indianapolis: Indiana University Press.

Kaminer, W. (1990). *A fearful freedom: women's flight from equality*. Reading, MA: Addison-Wesley.

Kamp, Davis (2009). "Rethinking the American Dream". *Vanity Fair*. Disponível em <http://www.vanityfair.com/culture/2009/04/american-dream200904> (Consultado a 16/01/2015)

- Kauffman, L. A. (2001). "The Anti-Politics of Identity". In B. Ryan (ed.). *Identity Politics in the Women's Movement*. New York: New York University Press. pp. 23-24.
- Kelley, Kitty, (2010). *Oprah – A Biography*. New York: Crown Publishers.
- Kellner, D. (2003). *Media Spectacle*. New York: Routledge.
- Kendon, A. (1983). "Gesture and speech: How they interact". In J. M Wiemann & R. P. Harrison (Eds.), *Nonverbal interaction*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Kerckhove, Derrick (1997). *A Pele da Cultura – Uma Investigação sobre a Nova Realidade Electónica*. (Trad. Luís Soares, Catarina Carvalho). Lisboa: Relógio d'Água.
- Kindar, David R. & Sanders, Lynn M. (1997). *Divided by Color: Racial Politics and Democratic Ideals* (American Politics and Political Economy). Chicago & London: The University of Chicago Press.
- Klapper, Joseph (1960). *The Effects of Mass Communication*. Volume 3 – Foundations of Communications Research. New York: Free Press.
- Knapp, Mark & Hall, Judith (2010). *Nonverbal Communication in Human Interaction*. Boston, MA: Wadsworth.
- Kolko, J. (1988). *Restructuring the world economy*. New York: Pantheon.
- Krohn, Katherine (2009). *Oprah Winfrey – Global Media Leader* (Lifeline Biographies). Minneapolis: Twenty-First Century Books.
- Landow, George P. (1992). *Hypertext- The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology*. London: The Johns Hopkins University Press.
- Harold Lasswell (1927). *Propaganda Technique in the World War*. New York: Peter Smith.

- Lasswell, Harold (1948). "The Structure and Function of Communication in Society." In Lyman Bryson (ed.). *The Communication of Ideas*. New York: Harper and Row.
- Lawrence, Ken (2005). *The World According to Oprah: An Unauthorized Portrait in Her Own Words*. Kansas City: Andrews McMeel Publishing.
- Lazarsfeld, Paul F., Berelson, Bernard & Gaudet, Hazel ([1944] 1948). *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. New York: Columbia University Press.
- Lazarsfeld, P. (1970). *A Sociologia*. Vol. 2. Col. Ciências Sociais e Humanas. (Trad. Xavier Lima Lopes). Amadora: Bertrand.
- Leclerc, G. (2000). *A Sociedade de comunicação – Uma abordagem sociológica e crítica*. (Trad. Sylvie Canapé). Lisboa: Instituto Piaget.
- Leibman, Nina C. (1995). *Living Room Lectures - The Fifties Family in Film & Television*. Austin: University of Texas Press.
- Leonard, John (1997). *Smoke and Mirrors - Violence, Television and Other American Cultures*. New York: The New Press.
- Lindner, Christoph (ed.) (2006). *Urban Spaces and Cityscapes: Perspectives from Modern and Contemporary Culture*. London & New York: Routledge.
- Livingstone, S. & Lunt, P. (1994). *Talk on television*. New York: Routledge.
- Livingstone, Sonia (1997). "The Work of Elihu Katz". In J. Corner, P. Schlensiger & R. Silverstone. *The International Handbook of Media*. London: Routledge.

Lofton, K. (2006). "Practicing Oprah; or, the prescriptive compulsion of a spiritual capitalism." *Journal of Popular Culture* 39 (4): 599-621.

_____. (2011). *Oprah: The Gospel of an Icon*. Berkeley and Los Angeles, California: University of California Press.

Lorenzo-Dus, Nuria (2009). *Television Discourse – Analysing Language in the Media*. New York. Palgrave Macmillan.

Lorenzo-Dus, Nuria & Blitvich, Pilar Garcés-Conejos (2013). *Real Talk – Reality Television and Discourse Analysis in Action*. New York: Palgrave Macmillan.

Lotz, Amanda D. (2006). *Redesigning Women: Television after the Network Era* (Feminist Studies and Media Culture). Urbana, Chicago: University of Illinois Press.

Lowe, Janet (1998). *Oprah Winfrey Speaks: Insights from the World's Most Influential Voice*. New York: John Wiley and Sons.

Lubiano, Wahneema (Ed.) (1998). *The House that Race Built: Original Essays by Toni Morrison, Angela Y. Davis, Cornel West, and Others on Black American and Politics in America Today*. New York. First Vintage Books.

Luhmann, Niklas ([1984] 1995). *Social Systems*. Stanford, California: Stanford University Press.

Lyotard, Jean-François (1989). *A condição pós-moderna*. (Trad. José Bragança de Miranda). Lisboa: Gradiva.

MacNeil, Robert (1990). *Eudora Welty: Seeing Black and White*. Jackson: University of Press of Mississippi.

- Mair, George (1994). *Oprah Winfrey: The Real Story*. Secausus, NJ: Carol Publishing.
- Malafaia, Teresa (2003). "Feminism and Citizenship: A Vindication of the Rights of Woman and the Subjection of Women". In Luísa Flora, Teresa F.A. Alves and Teresa Cid. *Feminine Identities*. (eds.) Cadernos de Anglística – 5. Lisboa: Centros de estudos Anglísticos da Universidade de Lisboa e Edições Colibri. pp. 89-102.
- Mancelos, João (2014). *Magia Negra – A obra de Toni Morrison*. Lisboa: Edições Colibri.
- Manga, J. E. (2003). *Talking Trash: The Cultural Politics of Daytime TV Talk Shows*. New York: New York University Press.
- Mangold, W. G. & Faulds, D. J. (2009). "Social Media: The New Hybrid Element of the Promotion Mix." Business Horizons. *The Journal of Kelley School of Business*. Indiana University
- Mansfield, Stephen (2011). *Where Has Oprah Taken Us? The Religious Influence of the World's Most Famous Woman*. Nashville, Tennessee: Thomas Nelson, Inc.
- Marc, David (1984). *Demographic Vistas - Television in American Culture*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Marcus, Greil & Sollors, Werner (2009). *A New Literary History of America*. Cambridge, Massachusetts: The Belknap Press of Harvard University Press. pp. 602-635.
- Marcuse, Herbert (Author), Kellner, Douglas (Ed.) (2001). *Towards a Critical Theory of Society: Collected Papers of Herbert Marcuse*. Volume 2. New York: Routledge.
- Marin, Carlos (2014). *The Ultimate Success Formula: A Systematic Approach Getting Everything You Want in Life*. New York: Morgan James Publishing.

Marques, Helena (2009). *O último cais*. Porto: LEYA.

Masciarotte, Gloria-Jean (1991). "C'mon Girl: Oprah Winfrey and the Discourse of Feminine Talk." *Genders* 11 (Fall). pp. 81-110.

Mask, Mia (2009). *Divas on Screen: Black Women in American Film*. USA: Library of Congress.

Matteo, S. (ed.) (1993). *American Women in the Nineties*. Boston: Northeastern University Press.

Matz, Katherine & Letto, Ellen (2009). "The Big O: How Oprah Winfrey built her brand." Disponível em <http://psucomm473.blogspot.pt/2009/04/big-o-how-oprah-winfrey-built-her-brand.html> Consultado a 14/03/2015.

May, Elaine Tyler (1999). *Homeward Bound - American Families in The Cold War Era*. New York: Basic Books.

McCabe, Janet & Akass, Kim (Eds.) (2007). *Quality TV – Contemporary American Television and Beyond*. New York: I.B.Tauris & Co Ltd.

McCombs, Maxwell (2014). *Setting the Agenda: Mass Media and Public Opinion*. (2nd Edition). Malden, MA: Polity Press.

McCombs, M. & Bell, T. (1996). "The Agenda-Setting Role of Mass Communication". In Salwen, M. B. & Stacks, D. W. (eds.) *An Integrated Approach to Communication Theory and Research*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Pub. pp. 93-110.

McCombs, Maxwell, Shaw, Donald L. & Weaver, David (2009). *Communication and Democracy – Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory*. New York: Routledge.

- McCombs, Maxwell & Shaw, Donald (1972). "The Agenda Setting Function of Mass Media." *The Public Opinion Quarterly*. Vol. 36. pp. 176-187. Oxford University Press.
- McKay, M., Davis, M. & Fanning, P. (1995). *Messages: The Communication Book*. Oakland, CA: New Harbinger.
- McLuhan, Marshall ([1964] 1994). *Understanding Media: The Extensions of Man*. Cambridge, MA: MIT Press.
- McNeil, Daniel (2000). *The Face: A Natural History*. New York: Little, Brown and Company.
- McQuail, D. (2000). *Mass Communication Theory – An Introduction*. (4th ed.). London: Sage.
- McQuail, D. & Windahl, S. (1993). *Communication Models for the Study of Mass Communications*. (2nd ed.). Harlow: Pearson.
- Melandri, Pierre (2006). *História dos Estados Unidos desde 1865*. (Trad. Pedro Elói Duarte). Lisboa: Edições 70.
- Meehan, Diana (1983). *Ladies of the Evening: Women Characters of Prime-Time Television*. Metuchen, New Jersey: Scarecrow.
- Meeropol, M. (1998). *Surrender: How the Clinton Administration Completed the Reagan Revolution*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Merchant, Moelwyn (1972). *The Critical Idiom – Comedy*. London: Methuen & Co Ltd.
- Metallinos, Nikos (1996). *Television Aesthetics – Perceptual, Cognitive, and Compositional Bases*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.

- Minow, Newton N. & Lamay, Craig L. (1995). *Abandoned In The Wasteland-Children, Television And The First Amendment*. New York: Hill and Wang.
- Mirzoeff, Nicholas (2002). *The Visual Culture Reader*. (2nd ed.). New York: Routledge.
- _____. (2009). *An Introduction to Visual Culture*. (2nd ed.). New York: Routledge.
- Mischiagno, Patricia S. (1997). *Rethinking Feminist Identification: The case of de facto Feminism*. Westport, CT: Praeger Publishers.
- Mitchell, W. J. T. (1995) "Representation". In Frank Lentricchia & Thomas McLaughlin (eds). *Critical Terms for Literary Study* (1990/1995). (2nd ed.). Chicago and London: The University of Chicago Press. pp. 11-22.
- Mitchell, W. J. T. (2002). "Showing Seeing: A Critique of Visual Culture". In Nicholas Mirzoeff (Ed.). *The Visual Culture Reader*. (2nd ed.). London, New York: Routledge. pp. 86-101.
- Monteith, S. (2008). *American Culture in the 1960s*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Montoya, P. & Vandehey, T. (2002). *The Personal Branding Phenomenon: realize greater influence, explosive income growth and rapid career advancement by applying the branding techniques of Michael, Martha & Oprah*. U.S.A.: Vaughan Printing.
- Moorti, Sujata (2002). *Color of Rape: Gender and Race in Television's Public Sphere*. Albany: State University of New York Press.
- Morgan, Michael (2011). *George Gerbner: A Critical Introduction to Media and Communication Theory*. New York: Peter Lang Publishing, Inc.

Morin, E. (1969). *Cultura de Massas no século XX – O Espírito do Tempo*. (Trad. Maura Ribeiro Sardinha). Rio de Janeiro: Forense.

_____. ([1969] 1984). *Cultura de massa no século XX: neurose*. (Trad. Maura Ribeiro Sardinha) Rio de Janeiro: Forense Universitária.

_____. (1986) *Cultura de massa no século XX: necrose*. (Trad. Agenor Soares Santos). Rio de Janeiro: Forense Universitária.

Morley, David & Robins, Kevin (eds.) (1995). *Spaces of Identity: Global Media, Eletronic Landscapes and Cultural Boundaries*. London, New York: Routledge.

Moscovici, Serge (2000). *Social Representations: Explorations in Social Psychology*. New York: Polity Press/Blackwell Publishers.

Moura, Vitor (1998). *O atomismo lógico de Wittgenstein de James Griffin*. Porto: Porto Editora. pp. 127-140.

Munson, W. (1993). *All Talk: the Talk Show in Media Culture*. Philadelphia: Temple University Press.

Myrdal, Gunnar (1996). *An American Dilemma: The Negro Problem and Modern Democracy*. (New Edition). New Brunswick, New Jersey: Transaction Publishers.

Nagle, Jeanne (2007). *Oprah Winfrey: Profile of a Media Mogul*, Rosen Publishing Group.

Naples, Nancy (2007). *Community Activism and Feminist Politics: Organizing Across Race, Class and Gender*. New York: Routledge.

Narula, Uma (2006). *Communication Models*. New Delhi: Atlantic Publishers & Distributors.

Navarro, Joe (2010). *O Corpo Não Mente*. (Trad. Maria A. Campos). Alfragide: Estrela Polar.

Navarro, Joe (2012). “10 Effective Ways leaders can Influence Others Through Nonverbal Communications” Disponível em <http://www.theartof.com/articles/10-effective-ways-leaders-can-influence-others-through-nonverbal-communications> (Consultado a 30/03/2015)

Navarro, Joe & Karlins, Marvin (2008). *What Every BODY is Saying: An Ex-FBI Agent's Guide to Speed-Reading People*. New York: Harper Collins Publishers.

Nelson, Marcia (2005). *The Gospel According to Oprah*. Louisville, Kentucky: Westminster John Knox Press.

Newcomb, Horace (1974). *TV: The Most Popular Art*. Garden City. New York: Anchor.

Newcomb, Horace (2000). *Television; The Critical View*. (6th ed.). New York, Oxford: Oxford University Press.

Nilsen, Sarah & Turner, Sarah E. (2014). *The Colorblind Screen – Television in Post-racial America*. New York: New York University Press.

Noelle-Neumann, Elisabeth (1984). *The Spiral of Silence. A Theory of Public Opinion – Our Social Skin*. Chicago: University of Chicago Press.

Okrant, Robyn (2010). *Living Oprah – My One-Year Experiment to Walk the Walk of the Queen of Talk*. New York: Center Street.

Oliveira, Lucio (1996). *Informação ou Propaganda – O que recebemos? O que percebemos?* Brasília: Thesaurus.

Orelus, Pierre W. (2011). *Rethinking Race, Class, Language and Gender – A Dialogue with Noam Chomsky and other Scholars*. Plymouth, United Kingdom: Rowman & Littlefield Publishers.

Orwell, George (1961). *Nineteen Eighty-Four*. New York: New American Library. Penguin Books.

Papke, David Ray (2010). "The Rise and Fall of the 'Underclass': An Exploration of Ideology and the Legal Arena." *Marquette Law School Legal Studies Research Paper Series*. Research Paper No. 10-40. Disponível em http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1694160 (Consultado a 22/03/2015).

Paprocki, Sherry Beck (2006). *Oprah Winfrey: Talk Show Host and Media Magnate* (Black Americans of Achievement). New York: Checkmark Books.

Paul, Heike (2014). *The Myths that Made America – An Introduction to American Studies*. Bielefeld: Transcript-Verlag.

Peck, Janice (1994). "Talk about racism: framing a popular discourse of race on Oprah Winfrey." *Cultural Critique* (Spring): 89-126.

_____. (1995). "TV talk shows as therapeutic discourse: the ideological labor of the televised talking cure". *Communication Theory* 5 (February): 58-81.

_____. (1996). "No place like home: the family, the baby boom, and the crisis of the public sphere in *Wild Palms*." *American Studies* 37 (2) (Fall): 1-25.

_____. (2008). *The Age of Oprah: Cultural Icon for the Neoliberal Era*. Boulder, CO: Paradigm Publishers.

_____. (2009). *Oprah – Um ícone cultural*. Mangualde: Edições Pedagogo

_____. (2014). "Oprah Winfrey – Cultural Icon of Mainstream (White) America". In

Peterson, Latoya (2011). “Oprah an American Icon”. Disponível em <http://www.theguardian.com/commentisfree/cifamerica/2011/may/20/oprah-winfrey-show-end> (Consultado a 30/04/2015).

Petty, R. E. & Cacioppo, J. T. (1981). *Attitudes and Persuasion: Classic and Contemporary Approaches*. Dubuque, IA: Wm. C. Brown.

_____. (1986). “The Elaboration likelihood model of persuasion”. *Advances in Experimental Social Psychology*. Vol. 19. pp. 123-183.

Penz, Hermine (1996). *Language and Control in American TV Talk Shows: An Analysis of Linguistic Strategies*. Tübingen: Gunter Narr Verlag.

Perloff, Richard (2010). *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century*. (4th ed.). New York: Routledge.

Peters, Tom (1997). “The Brand Called You”. *Fast Company*. 10. Disponível em <http://www.fastcompany.com/magazine/10/brandyou.html> (Consultado a 20/04/2015).

Perse, Elizabeth M. (2001). *Media Effects and Society (Lea’s Communication Series)*. (1st ed.). Lawrence Erlbaum.

Pinheiro de Sousa, Alcinda et al. (org.) (2007). *A palavra e a imagem*. Lisboa: Centro de Estudos Anglísticos da Universidade de Lisboa.

Pinto, Diogo Vaz (2015). “Michelle Obama. A linha tortuosa entre a escravidão e a Casa Branca.” *Online*. Disponível em <http://ionline.pt/389593?source=social> (Consultado a 4/05/2015).

Pires, Maria Laura Bettencourt (1996). *Sociedade e Cultura Norte-Americanas*, Lisboa: Universidade Aberta.

- Pissarra Esteves, J. (2003). *Espaço Público e Democracia - Comunicação, Processos de Sentido e Identidades Sociais*. Cadernos Universitários. Lisboa: Edições Colibri.
- Pitkin, Hanna Fenichel ([1972] 2003). *The Concept of Representation*. Berkeley and Los Angeles, California: University of California Press.
- Polistchuk, Ilana & Trinta, Aluizio Ramos (2003). *Teorias da comunicação – O pensamento da comunicação social*. Rio de Janeiro: Elsevier Editora, Ltda.
- Postman, N. & Postman, A. (2005). *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. New York: Penguin.
- Press, Andrea L. (1991). *Women Watching Television: Gender, Class and Generation in the American Television Experience*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Procter, James (2004). *Stuart Hall – Routledge Critical Thinkers*. London: Routledge.
- Protest, David & McCombs, Maxwell E. (1991). *Agenda-Setting: Readings on Media, Public Opinion, and Policymaking* (Routledge Communication Series). New York: Routledge – Taylor & Francis Group.
- Putterman, Barry (1995). *On Television and Comedy: Essays on Style, Performer and Writer*. Jefferson, NC: McFarland.
- Raatma, Lucia (2001). *Oprah Winfrey: Entertainer, Producer and Businesswoman* (Ferguson Career Biographies). Ferguson Publishing Company, Library Binding Edition.
- Rabinovitz, Lauren (1999). “Ms-Representation – The Politics of Feminist Sitcoms.” In M. B. Haralovich & L. Rabinovitz. *Television, History and American Culture. – Feminist Critical Essays*. Durham, London: Duke University Press.

Ramplsey, Mathew (ed.) (2005). *Exploring Visual Culture. Definitions, Concepts, Contexts*.
Edinburgh: Edinburgh University Press.

Regeester, Charlene (2010). *African American Actresses – The Struggle for Visibility – 1900-1960*. Bloomington, Indianapolis: Indiana University Press.

Rexroat, Jennifer (2010). “‘I’m Everywoman’ Oprah Winfrey and Feminist Identification”. In T. Cotton & K. Springer. *Stories of Oprah – The Oprahfication of American Culture*. Mississippi: University Press of Mississippi. pp. 19-32.

Rieffel, R. (2003). *Sociologia dos Media*. Col. Comunicação. (Trad. A. D. Rodrigues). Porto: Porto Editora.

Riggio, Ronald (2013). “Are You a ‘Master’ of Nonverbal Communication?” Disponível em <https://www.psychologytoday.com/blog/cutting-edge-leadership/201311/are-you-master-nonverbal-communication> (Consultado a 30/05/2015).

Roediger, D. (2002). *Colored White*. Berkeley: University of California Press.

Rogers, Carl (1961). *On Becoming a Person: A Therapist’s View of Psychotherapy*. Boston, New York: Houghton Mifflin Company.

_____. (1977). *On Personal Power*. New York: Delacorte Press.

_____. (1980). *A Way of Being*. New York: Houghton Mifflin Company.

Rooney, Kathleen (2005). *Reading With Oprah: The Book Club That Changed America*. Fayetteville: The University of Arkansas Press.

Rosado, João (2010). *Liderança Transformacional e Carismática, Personal Branding e Social Media. Caso de estudo: Gary Vaynerchuk*. Tese de Mestrado apresentada à Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto.

Rothenberg, Paula S. (2007). *Race, Class, and Gender in the United States: An Integrated Study*. (7th ed.). New York: Worth Publishers.

Ryan, Barbara (ed.) (2001). *Identity Politics in the Women's Movement*. New York: New York University Press.

Sacavém, António, Wezowski, Patryk & Wezowski, Kasia (2014). *A Linguagem Corporal Revela o que as Palavras Escondem*. Barreiro: Top Books.

Santos, José Rodrigues dos (1992). *O que é comunicação*. Lisboa: Difusão Cultural.

Saperas, Enric (1993). *Os efeitos cognitivos da comunicação de massas*. (Trad. Fernando Trindade). Porto: Edições Asa.

Sapiro, V. & Canon, D. T. (2000). "Race, gender, and the Clinton presidency." In C. Campbell & B. Rockman (eds.). *The Clinton Legacy*. New York: Chatham House Publishers. pp. 169-199.

Schramm, W. (1971). "The Nature of Communication between Humans". In W. Schramm & D. Roberts (eds.). *The Process and Effects of Mass Communication*. (ed. Revista). Chicago: University of Illinois Press. pp. 3-53.

Schuman, Howard, Steeh, Charlotte & Bobo, Lawrence (1997). *Racial Attitudes in America: Trends and Interpretations*. Cambridge: Harvard University Press.

Severin, W. J. E. & Tankard, J. W. (2001). *Communication Theories – Origins, Methods and Uses in the Mass Media*. (5th ed.). New York: Longman.

Shamir, B., House, R.J. e Arthur, M.B. (1993). “The Motivational Effects of Charismatic Leadership: A Self-Concept Based Theory”. *Organization Science*. 4(4). pp. 577-594.

Shattuc, Jane M. (1997). *The Talking Cure – TV, Talk Shows and Women*. New York: Routledge.

Signorelli, Nancy & Morgan, Michael (eds.). (1996). *Cultivation Analysis: New Directions in Media Effects Research*. New York: Sage.

Silverstone, Roger (1994). *Television and Everyday Life*. New York: Routledge.

Silvestre, Maria João (2011). *Sociologia da comunicação – Construções teóricas e aplicações empíricas sobre os impactos sociais dos mass media*. Coleção Manuais Pedagógicos: Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas.

Sim, Stuart (ed.) (1998). *The Routledge Critical Dictionary of Postmodern Thought*. Cambridge: Routledge.

Simonds, W. (1992). *Women and Self-Help Culture*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.

Sitkoff, Harvard (2008). *The Struggle for Black Equality*. New York: Hill and Wang.

Slevin, Peter (2015). *Michelle Obama: A Life*. New York: Alfred Knopf.

Smallwood, Norm (2010). “Define Your Personal Leadership Brand in Five Steps.” Leadership Development. *Harvard Business Review*. Disponível em <https://hbr.org/2010/03/define-your-personal-leadershi> (Consultado a 19/02/2015).

Smith, Betsy Covington (1981). *Breakthrough- Women in Television*. New York: Walker and Company.

Smith-Shomade, Beretta E. (2002). *Shaded Lives: African-American Women and Television*. New Brunswick, New Jersey: Rutgers University Press.

Sniderman, Paul M. & Carmines, Edward G. (1997). *Reaching Beyond Race*. Harvard: Harvard University Press.

Soileau, Monica (2008). *Domestic Violence: The Forgotten Victims – Domestic Violence, Homicide and Suicide from a Surviving Child's Perspective*. U.S.A.: Xulon Press.

Sollors, Werner (ed.) (1996). *Theories of Ethnicity*. New York: New York University Press.

Sousa, Jorge (2006). *Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e dos media*. (2ª ed.). Disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-teoria-pesquisa-comunicacao-media.pdf> (Consultado a 11/02/2015).

Spangler, Lynn C. (2003). *Television Women from Lucy to Friends*. Westport: Praeger.

Spigel, Lynn & Mann, Denise (eds.) (1992). *Private Screenings- Television and the Female Consumer*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Squire, C. (1997). "Empowering women? *The Oprah Winfrey Show*." In C. Brunson, J. D'Acci and L. Spiegel (eds.). *Feminist Television Criticis*. New York: Oxford University Press, Inc. pp. 98-113.

Stark, Steven D. (1997). *Glued to the Set- The 60 Television Shows and Events That made Us Who We are Today*. New York: The Free Press.

Steinhorn, L. & Diggs-Brown, B. (1999). *By the Color of Our Skin*. New York: Dutton.

Stockinger, G. (2001). *Para uma teoria sociológica da comunicação*. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/stockinger-gottfried-teoria-sociologica-comunicacao.pdf>

(Consultado a 23/01/2014).

Storey, John (2006). *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*. (4th ed.). Essex: Pearson Education Limited.

Striphas, T. (2003). “A dialectic with the everyday: communication and cultural politics on Oprah Winfrey’s book club.” *Critical Studies in Media Communication* 20 (3) (September). pp. 295-316.

Striphas, Ted (2009). *The Late Age of Print: Everyday Book Culture from Consumerism to Control*. New York: Columbia University Press.

Sturken, Marita & Cartwright, Lisa. (2009). *Practices of Looking - An Introduction to Visual Culture*. (2nd edition). New York, Oxford: Oxford University Press.

Susman, Warren (2003). *Culture as History: the Transformation of American Society in the Twentieth Century*. New York: Smithsonian Books.

Swami, Sachchidanand (2011). “Body Image and Social Communication.” *Science Portal on Body Language, Kinesics and Nonverbal Communication*. Disponível em <http://www.nonverbal-world.com/2011/01/body-image-and-social-communication.html>

(Consultado a 31/05/2015).

Tannen, Deborah (1998). “Oparh Winfrey.” *Time* 151, no. 22. pp. 196-198.

Teslow, Tracy (2014). *Constructing Race: The Science of Bodies and Cultures in American Anthropology*. New York: Cambridge University Press.

Thomas, Evan (2008). “Michelle Obama’s ‘Proud’ Remarks”. Disponível em <http://www.newsweek.com/michelle-obamas-proud-remarks-83559> (Consultado a 15/04/2015).

Thompson, John (1991). *Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication*. Stanford, California: Stanford University Press.

Tichi, Cecelia (1991). *Electronic Hearth. Creating an American Television Culture*. New York, Oxford: New York University Press.

Timberg, Bernard, Erler, Robert & Newcomb, Horace (2002). *Television Talk: A History of TV Talk Show*. Austin, Texas: University of Texas Press.

Tolson, Andrew (2008). *Television Talk Shows: Discourse, Performance, Spectacle*. New York: Lawrence Erlbaum Associates Inc., Publishers.

Torres, Eduardo Cintra (1998). *Ler televisão - o exercício da crítica contra os lugares-comuns*. Oeiras: Celta Editora.

Traquina, Nelson (1997). *Big Show Media*. Lisboa: Editorial Notícias.

Tuch, Steven A. & Martin, Jack K. (1997). *Racial attitudes in the 1990's: Continuity and Change*. West Port, CT: Praeger Publishers.

Ulrich, David & Smallwood, Norm (2007). “Building a Leadership Brand.” Assessing Performance. *Harvard Business Review*. Disponível em <https://hbr.org/2007/07/building-a-leadership-brand> (Consultado a 16/02/2015).

Vale de Gato, Margarida (2013). *Mulher ao mar*. (3ª ed.). Lisboa: Mariposa Azul.

Van Dijk, Teun A. (2000). *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. London, California, New Delhi: Sage Publications, Ltd.

_____. (2008). *Discourse & Power*. New York: Palgrave Macmillan.

Vavrus, Michael (2015). *Diversity & Education – A Critical Multicultural Approach*. New York: Teachers College Press.

Wagg, Stephen (1998). *Because I Tell a Joke or Two: Comedy, Politics, and Social Difference*. London: Routledge.

Wahl-Jorgensen, Karin & Hanitzsch, Thomas (2009). *The Handbook of Journalism Studies*. New York: Routledge.

Waldron, R. (1987). *Oprah!* New York: St. Martin's Press.

Walker, Rebecca (1992). "Becoming the Third Wave". *Ms. Magazine*. Disponível em <http://www.msmagazine.com/spring2002/fromtheissue.asp> (Consultado a 23/03/2015).

Wallenfeldt, Jeff (Ed.) (2011). *The Black Experience in America – From Civil Rights to the Present*. New York: Britannica Educational Publishing.

Ware, Susan (2002). *Modern American Woman: A Documentary History*. (2nd ed.). Boston; McGraw Hill.

Wellman, David T. (1993). *Portraits of White Racism*. (2nd ed.). New York: Cambridge University Press.

Wellek, René & Warren, Austin. ([1949] 1976). *Teoria da literatura*. (Trad. José Palla e Cramo). Mem-Martins: Publicações Europa-América. pp. 113-133.

Welty, Eudora (1984). *One Writer's Beginnings*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

- West, Cornel (2001). *Race Matters*. Boston, Massachusetts: Beacon Press.
- Westen, Robin (2005). *Oprah Winfrey: "I Don't Believe In Failure"* (African-American Biography Library). New Jersey: Enslow Publishers.
- Whitman, Walt (1982). *Whitman – Poetry and Prose*. New York: The Library of America.
- Whitfield, Stephen J. (ed.) (2007). *A Companion to 20th Century America*. Malden: Blackwell.
- Whiting, Tracy (ed.) (2009). *The Speech: Race and Barack Obama's "A More Perfect Union"*. New York: Bloomsbury USA.
- Wilkinson, Amy (2015). "Oprah: The Person and the Brand." Disponível em <http://amywilkinson.com/oprah-the-person-and-the-brand-2/> (Consultado a 13/05/2015).
- Williams, Raymond (2004). *Television, Technology and Cultural Form*. (2nd ed.). London, New York: Routledge Classics.
- Wilson, William Julius (2012). *The Declining Significance of Race – Blacks and Changing American Institutions*. (3rd ed.). Chicago: The University of Chicago Press.
- _____. (2012). *The Truly Disadvantaged – The Inner City, the Underclass, and Public Policy*. (2nd ed.). Chicago: The University of Chicago Press.
- Wolf, M. (1999). *Teorias da comunicação*. (3^a ed.). Lisboa: Editorial Presença.
- Wolff, Janet (1990). *Feminine Sentences: Essays on Women and Culture*. Berkeley, Los Angeles: University of California Press.
- Wolton, Dominique (1994). *Elogio do grande público – Uma Teoria Crítica da Televisão*. (Trad. Maria Helena Betencout Antunes). Porto: Edições Asa.

Wolton, Dominique (1999). *Pensar a comunicação*. (Trad. Vanda Anastácio). Miraflores: Difel.

Wolton, Dominique (2004). *A outra globalização*. Lisboa: Difel.

Wooten, Sara McIntosh (1999). *Oprah Winfrey: Talk Show Legend*. Berkeley Heights, NJ: Enslow Publishers, Inc.

Wright, C. R. (1959). *Mass Communication: A Sociological Perspective*. New York: Random House.

Wright, Richard (1964). *White Man, Listen!* New York: Doubleday.

Wright Mills, C. (1963). *Power, Politics and People*. New York: Oxford University Press.

Zillmann, Dolf, & Vorderer, Peter (2000). *Media Entertainment: The Psychology of its Appeal* (Lea's Communication Series). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum.

Webgrafia

<http://www.oprah.com/index.html> (Consultado a 19/05/2015)

<https://www.whitehouse.gov/photos-and-video/video/2013/11/22/presidential-medal-freedom-recipient-oprah-winfrey> (Consultado a 20/02/2015)

<http://www.womensconference.org/oprah-winfrey/> (Consultado a 16/03/2015)

<http://acelebrationofwomen.org/2012/02/woman-of-action-oprah-winfrey/> (Consultado a 10/02/15)

<http://16days.thepixelproject.net/16-celebrities-supporting-and-fighting-for-the-cause-to-end-violence-against-women/> (Consultado a 16/04/2015)

http://www.nytimes.com/2008/09/19/world/africa/19iht-oprah.1.16303927.html?pagewanted=all&_r=0
(Consultado a 11/04/2015)

<http://www.collectionscanada.gc.ca/eppp-archive/100/202/300/mediatribe/mtribe95/oprah.html>
(Consultado a 23/03/2015)

https://pombalina.uc.pt/files/previews/105755_preview.pdf (Consultado a 21/01/2015)

<http://2012books.lardbucket.org/books/a-primer-on-communication-studies/s01-01-communication-history-and-form.html> (Consultado a 19/05/2014)

<http://www.scribd.com/doc/11541734/Reading-Notes-Erving-Goffman-The-Presentation-of-Self-in-Everyday-Life> (Consultado a 23/12/2014)

<http://blog.shmoop.com/2010/02/03/african-american-women/> (Consultado a 29/10/2014)

http://www.archives.gov/exhibits/charters/constitution_amendments_11-27.html (Consultado a 15/4/2014)

Filmografia

Benson, Jay & Winfrey, Oprah (dirs.). *Before Women Had Wings*. ABC. 1997

Daniels, Lee (dir.). *The Butler*. The Weinstein Company. 2013.

Demme, Jonathan (dir.). *Beloved*. Touchstone Pictures – Harpo Films. 1998

DuVernay, Ava (dir.). *Selma*. Plan B Entertainment – Harpo Films. 2014

Martin, Darnell (dir.). *Their Eyes Were Watching God*. ABC – Harpo Films. 2005.

Spielberg, Steven (dir.) *The Color Purple*. Amblin Entertainment. 1985

This instrument can teach, it can illuminate; yes, and it can even inspire. But it can do so only to the extent that humans are determined to use it to those ends.

Edward Murrow