

O humor como fonte de informação e catalisador para a participação política – o caso de Isto é Gozar com Quem Trabalha

David José Coelho Oliveira

Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação

Orientadora: Professora Doutora Carla Baptista

Versão corrigida e melhorada após defesa pública

Abril 2023

Agradecimentos:

Aos meus pais por acreditarem sempre em mim e darem-me todas as condições e oportunidades para ter sucesso. Aos meus irmãos e amigos que me ajudam em tudo, inclusivamente a ultrapassar as minhas frequentes crises existenciais. À minha orientadora de dissertação, a Professora Doutora Carla Baptista, por toda ajuda prestada ao longo do meu percurso no mestrado.

Resumo:

O humor tem vindo a ganhar um lugar de destaque na comunicação política. Devido à hibridização dos géneros de programas, também tem havido uma hibridização dos papéis desempenhados pelos humoristas. O trabalho proposto consiste em analisar os efeitos do programa *Isto é Gozar com Quem Trabalha* na aquisição de conhecimentos sobre política e o impacto na opinião e participação política dos jovens portugueses na faixa etária dos 18-29 anos. Tendo em conta a análise dos episódios transmitidos antes das eleições legislativas de 2022, esta dissertação tem como principais objetivos suprir a carência académica desta temática, compreender se este programa serve como fonte de informação política e avaliar a influência na participação política. Foram realizados dois grupos de foco constituído por espectadores regulares e ocasionais deste programa. Concluiu-se que este programa de sátira política é usado muitas vezes como um complemento informativo às fontes tradicionais de informação, e que o programa de Ricardo Araújo Pereira incentivou os participantes do grupo dos espectadores regulares a estarem mais atentos à atualidade política e ao que cada partido propõe.

Palavras-chave: sátira política; infotainment; humor; participação política; *Isto é Gozar com Quem Trabalha*.

Abstract:

Humor has been gaining a prominent place in political communication. Due to the hybridization of media, there has also been a hybridization of the roles played by humorists. The proposed work consists in analyzing the effects of the show *Isto é Gozar com Quem Trabalha* on the acquisition of political knowledge and the impact on the opinion and political participation of young Portuguese in the 18-29 age group. Taking into account the analysis of the episodes broadcast before the 2022 legislative elections, this dissertation has as its main objectives to suppress the lack of academic studies on this topic, to understand if this program serves as a source of political information and to evaluate the influence on political participation. Two focus groups consisting of regular and occasional viewers of this program were conducted. It was concluded that this political satire show is often used as an informative complement to traditional sources of information, and that Ricardo Araújo Pereira's show encouraged the participants of the regular viewers group to be more attentive to political news and to what each political party proposes.

Key-words: political satire; infotainment; humor; political participation; *Isto é Gozar com Quem Trabalha*.

Índice:

Introdução.....	7
Capítulo 1 – Teorias do humor e a crescente importância da comédia política	9
Capítulo 2 – Participação política e a hibridização dos conteúdos.....	12
2.1 Primeira fase da comédia política televisiva - a comédia política superficial	13
2.2 Segunda fase da comédia política – a comédia política analítica	15
2.3 Terceira fase da comédia política – Humor político partidarista	19
Capítulo 3 - A comédia política na televisão portuguesa: de Herman José ao Contrainformação	22
3.1 Ricardo Araújo Pereira e o The Daily Show “das barracas”	23
Capítulo 4 - O estudo de caso de <i>Isto é Gozar com Quem Trabalha</i>	27
Capítulo 5 – Metodologia.....	29
Capítulo 6 - Discussão de resultados	33
6.1 Análise de conteúdo	33
6.2 Resultados do focus group.....	35
Conclusões.....	41
Bibliografia.....	46
Anexos.....	54

Índice de figuras:

Figura 1 - Boukes, 2019, p. 2.....	13
Figura 2 - Bode & Becker, 2017, p. 8.....	18
Figura 3 - Ödmark, 2021, p.13.....	20

Índice de Tabelas:

Tabela 1 - Dimensões e indicadores do focus group	31
--	-----------

Introdução

Nas últimas décadas, o humor tem vindo a ganhar um lugar de destaque na comunicação política: não só se tornou normal o conteúdo humorístico estar muito focado no discurso e eventos políticos, como os políticos também se adaptaram e são frequentemente convidados nos programas de sátira política. Deste modo, a sátira política atual foi o resultado da crescente «contaminação de géneros» (Chadwick, 2017). O talk-show é um género de programa com origens nos EUA e Jon Stewart, antigo apresentador do *The Daily Show*, revolucionou o paradigma humorístico (Baym, 2005). A influência de Stewart ainda é visível na televisão norte-americana, em programas como *Last Week Tonight*, *Full Frontal* e *Patriot Act*, tal como na comédia brasileira, em *Greg News*, e em Portugal, no programa *Isto é Gozar com Quem Trabalha*. Os comediantes atualmente vestem a pele de jornalista, «informando, investigando e vigiando o poder político» (Bailey, 2018, p. 203).

Este trabalho pretende perceber os efeitos da sátira política nos públicos com idades entre 18 e 29 anos que vivem numa «era da osmose de informação» (Cutbirth, 2011, p. 220) e como a comédia influencia a opinião e participação política dos mesmos. Deste modo, em primeiro lugar, serão apresentadas as três principais teorias que explicam a motivação do Homem para se rir. A par disto, será discutida a crescente relação da comédia com a política.

Em segundo, será debatido a importância do humor na aprendizagem e como este pode ser um recurso para captar a atenção do público. Por isso, e com a crescente «remixagem de géneros» (Young, 2017), os talk-shows atualmente apropriam-se das características do jornalismo clássico e têm-se tornado numa espécie de «novo quarto poder» (Kilby, 2018, p. 3): ao noticiarem e desconstruírem os temas relevantes da atualidade, acabam por “informar” o público através de piadas. A par desta evolução dos programas de comédia, a vida política também se transformou, deixando de estar restrita à imprensa, noticiários e programas de debate sobre política, passando a ser discutida «em talk-shows da manhã e da tarde, em programas de humor e séries de ficção» (J. S. Pereira, 2016a, p. 12).

Será relevante perceber como Jon Stewart, antigo host de *The Daily Show*, revolucionou o panorama dos talk-shows norte-americanos, e o seu modelo de “humor de

investigação” é, hoje, visível um pouco por todo o mundo. Adicionalmente, tem-se comprovado que os programas de infotainment que fazem “humor de investigação” são tão ou mais informativos do que os noticiários clássicos (Bode & Becker, 2017).

Em terceiro, a sátira política tem conseguido captar a atenção de públicos mais apolíticos, nomeadamente, os millennials (Aburmishan, 2018; Baym, 2005; Tsakona & Popa, 2011), pelo que se torna importante compreender se a comédia tem sido capaz de levar estes públicos a participar em ações democráticas. Neste ponto, serão apresentados estudos que defendem que os talk-shows têm contribuído para o cinismo político (Baumgartner & Morris, 2006) e «não são fóruns de mobilização democrática» (Young, 2019); por outro lado, também há investigação que prova que estes programas podem ser importantes catalisadores para a atividade democrática (Aburmishan, 2018), lutando contra a passividade política (Kilby, 2018) e aumentando a capacidade crítica e literacia política do público (Tsekeris & Mastrogeorgiou, 2020).

Apesar da relevância que os programas de humor têm ganho, em Portugal não há muitos estudos sobre os efeitos de sátira política no público. Até agora o foco têm sido programas de comédia que recorrem ao sketch (Deodato, 2014) e não aos programas que se «apropriam do discurso dos media de informação» (Baym, 2005). Ana Cabrera tem um estudo publicado sobre o programa *Esmiúça os Sufrágios*, no qual faz uma análise do discurso deste programa de sátira política (Cabrera, 2010), mas esse estudo não aborda a influência que este tipo de programa tem no público.

Visto que *Isto é Gozar com Quem Trabalha* é o programa mais conhecido de sátira política em Portugal e regular líder de audiências, esta investigação procura perceber qual a influência deste programa nos conhecimentos e participação política do público português com idades entre os 18 e 29 anos. Assim, este trabalho tem como objetivos: primeiramente, suprir a falta de estudos em Portugal sobre os impactos da sátira política; em segundo, perceber se este programa serve como fonte de informação para o público com idades entre os 18 e 29 anos; em terceiro, analisar o impacto na opinião política desta faixa etária; e, por último, que efeitos tem na participação política dos millennials.

Capítulo 1 – Teorias do humor e a crescente importância da comédia política

O humor existe desde que a humanidade existe, visto que é uma forma de comunicação, de transmitirmos ideias, e o riso «trata-se de uma das características inatas do ser humano» (Almeida, 2022, p. 69). O humor «é omnipresente, e pessoas de todas as idades e culturas experimentam humor nas suas conversas diárias, observações, e imaginação» (Warren & McGraw, 2010, p. 1141), acompanhando o Homem em todas as dimensões da sua vida, seja a nível profissional, nos relacionamentos pessoais, quando procuramos rir no nosso tempo livre com séries e filmes, ou procuramos rir para lidar com a dor de perder de alguém. Deste modo, torna-se necessário perceber o que nos leva a rir, a fazer rir os outros e a ser a única espécie que procura quem nos faça rir.

Segundo a autora Lisa Glebatis Perks, existem três principais teorias que explicam a motivação humorística nos humanos: a teoria da superioridade, a teoria do alívio e a teoria da incongruência (Perks, 2012, p. 120). A teoria da superioridade é defendida por autores como Thomas Hobbs, Descartes e Aristóteles e, segundo esta teoria, «quando nos rimos, estamos a manifestar sentimentos de superioridade (...) em relação aos outros ou inclusivamente em relação a nós num momento passado» (Kleinman, 2019, p. 151). Devido ao Homem ter ambições e querer ser melhor do que os seus pares (ou o seu “eu” passado), Aristóteles defende que o riso advém do «prazer de denegrir os nossos vizinhos, bem como ter poder sobre eles» (Perks, 2012, p. 126). Ou seja, o riso é o resultado da ridicularização da “inferioridade” das nossas ações passadas ou, «principalmente, das ações dos outros» (Lintott, 2016, p. 348).

Em segundo, temos a teoria do alívio. Victor Raskin argumenta que « » (Perks, 2012, p. 120). Devido a experiencarmos situações tensas e que nos deixam desconfortáveis, o ser humano ri-se para aliviar a dor ou stress acumulados. Nesse sentido, Platão defende que o Homem não consegue examinar o prazer sem ser à luz da dor, pelo que o prazer é libertado através do processo de nos livrarmos da dor (Perks, 2012, p. 124). No mesmo sentido, Freud diz que o ser humano «adota uma atitude o riso proporciona alívio para a energia mental, nervosa e/ou psíquica, e, assim assegura a homeostasia do indivíduo após uma luta, stress, tensão ou fadiga humorística para afastar o sofrimento e perseverar o bem-estar psicológico do indivíduo» (Christoff & Dauphin, 2017, p. 3). Investigações mais recentes nas áreas de psicologia e enfermagem

corroboram com esta ideia, provando que o humor promove o bem-estar físico do ser humano (Sousa & José, 2016, p. 10) e tem um efeito positivo na nossa vida social (McGraw, 2011). Em adição, num estudo de 2021, verificou-se que o uso do humor tem igualmente uma «correlação positiva com o bem-estar psicológico» (Dionigi et al., 2021, p. 4). Dado isto, o humor pode servir como uma válvula de descompressão para o ser humano e ajudá-lo a nível físico e psicológico.

Em último, a “teoria da incongruência” defende que as piadas brincam com as expectativas do ser humano, pelo que «a causa do riso é a perceção de algo incongruente - algo que viola os nossos padrões e expectativas mentais» (Morreall, 2020). Para Arthur Schopenhauer «o humor surge subitamente quando notamos a incongruência entre um conceito e uma perceção que é suposto serem a mesma coisa» (Schopenhauer, 2021). Apesar destas diferenças de motivações para o riso, a autora Lisa Glebatis Perks expressa que existem múltiplas interseções nas motivações para o riso, pelo que todas estas teorias estão interligadas (Perks, 2012, p. 130). Ainda assim, devido à teoria da incongruência ser a mais aceite por autores contemporâneos, será essa linha de pensamento que este trabalho seguirá.

Em resultado desta necessidade humana de lidar com as incongruências surge a sátira, conceito definido por Matthew Hodgart como o «emprego na escrita ou na fala de sarcasmo, ironia, ridículo, para denunciar e expor o vício, a tolice, abusos ou males de qualquer género (Hodgart, 2009). Este autor defende que «a sátira política continua a ser a forma mais popular de sátira» (citado em Guimarães, 2012). Portanto, «baseando-se nas incongruências com origem nas ações e discursos políticos, a sátira política é um recurso que procura descobrir e dar relevo a essas incongruências» (Tsakona & Popa, 2011a, p. 6).

Deste modo, a sátira e o humor em geral servem para revelar os vícios do ser humano, expor as incongruências da realidade através da desconstrução da mesma. Henri Bergson compara o humorista a um cientista: «o humor desce até ao interior do mal, onde analisa todas as particularidades com indiferença (...). O humor usa termos concretos, factos verídicos e descritos ao detalhe (citado em Ferros, 2017, p. 17). No mesmo sentido, Ricardo Araújo Pereira escreve que o humor é um escudo e um espelho ao mesmo tempo: «protege-nos e permite-nos, igualmente, ver melhor [a realidade]» (R. A. Pereira, 2020a, p. 136).

Tendo isto em mente, se considerarmos o humorista como um cientista social com capacidade para encontrar incongruências no mundo e brincar com estas, podemos começar a compreender como o humor - e em particular a sátira política - tem vindo a ganhar relevância na esfera pública e política. O sentimento de inimportância do voto e a sensação que os partidos e as suas propostas são todas semelhantes tem resultado numa participação democrática mais passiva (Cabrera, 2010).

Capítulo 2 – Participação política e a hibridização dos conteúdos

«A confiança constrói as sociedades democráticas» (Dahlberg & Holmberg, 2016, p. 3), mas com a globalização e a transferência das decisões políticas para organizações e instituições transnacionais (Cabrera, 2010, p. 210) os cidadãos sentem-se afastados da política e cresce o sentimento de inimportância do seu voto. Em Portugal, a abstenção tem vindo a aumentar de forma expressiva desde as eleições fundadoras de 1975 (Cancela & Vicente, 2019, p. 25) e «mais de dois-terços da população mundial consideram que os seus governos não representam o interesse dos cidadãos» (Castells, 2018), resultando daí uma crise de legitimidade: os eleitores desligam-se da política por não se sentirem representados, e as instituições democráticas enfrentam níveis decrescentes de confiança do público e de participação política (Dahlberg et al., 2015, p. 18).

A participação política refere-se «às atividades que influenciem, direta ou indiretamente, as políticas públicas (Uhlener, 2015). Inclui-se nestas atividades o votar em eleições, doar dinheiro a um candidato ou a uma causa, assinar petições e protestar na rua. Porém, também se deve ter em conta a participação política em contextos online, como «partilhar ou comentar notícias sobre política nas redes sociais e debater, nas redes sociais, questões sociopolíticas» (Edgerly et al., 2018, p. 9).

A par do desencantamento dos eleitores com a participação democrática, nos anos 80 do século XX, os conteúdos “sérios” e informativos “misturaram-se” progressivamente com os programas de entretenimento. Dado que o público em geral foi atrás destes conteúdos mais leves, criou-se um novo ambiente de consumo de notícias, uma fusão da informação com o entretenimento; os políticos perceberam igualmente a importância dos programas de infotainment e de comédia política, e a sua participação nos talk shows e programas de sátira política tornou-se um passo normal nas campanhas e uma nova forma de captarem o voto dos públicos mais apolíticos. Assim sendo, o humor está a ser levado mais a sério, e com a “remixagem de géneros” há cada vez mais conteúdo humorístico que cumpre as funções de informar e entreter o público.

Aceitando a possibilidade de o humor ajudar-nos a “ver melhor” a realidade (Pereira, 2020), este pode ser uma ferramenta que filtra o excesso de informação. A crescente oferta de programas e plataformas de conteúdos de entretenimento permitiu que os públicos com menos interesse na política pudessem evitar totalmente os programas

informativos, e as suas dietas mediáticas são constituídas maioritariamente por programas de entretenimento (Cao, 2010, p. 26), visível, principalmente, «nos jovens que tentam ignorar parcial ou completamente conteúdos noticiosos» (Edgerly et al., 2018, p. 15). Segundo o autor Dannagal G. Young, a sátira política tem-se «hibridizado com os conteúdos informativos desde a década de 1980, e popularizou-se com as tecnologias digitais» (Young, 2017).

A este fenómeno de hibridização, Andrew Chadwick define como “sistemas mediáticos híbridos” (Chadwick, 2017), e é uma das razões para o *infotainment* e a sátira política ganharem importância nesta «era de excesso de informação» (Roetzel, 2019). Geoffrey Baym define *infotainment* como «um conjunto de tipos de programas que diluem os limites tradicionais entre a programação orientada para a informação e a focada no entretenimento» (Baym, 2008, p. 1). Sendo um conjunto de programas, o autor Mark Boukes diz que debaixo do “chapéu” do *infotainment* cabem cinco diferentes tipos de programas: *soft news*, notícias de opinião, sátira política, talk shows e ficção política (Boukes, 2019). No entanto, destes cinco tipos, só a sátira política «deu nova vida à busca pela verdade política ao examinar criticamente os representantes políticos» (Boukes, 2019, p. 6).

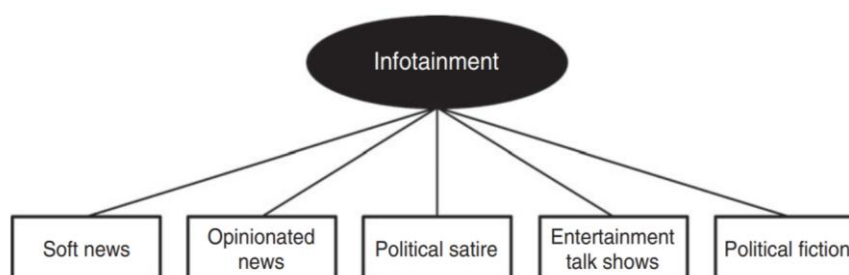


Figura 1 - Boukes, 2019, p. 2

2.1 Primeira fase da comédia política televisiva - a comédia política superficial

Como a comédia política tem mudado bastante nas últimas décadas, o autor Domic Stephens define três fases da comédia na televisão norte-americana (Stephens,

2018), mas que são transversais em todo o mundo. Na primeira fase da comédia política televisiva os comediantes usavam um humor mais caricatural, que não procura chocar, apenas fazer referência a momentos insólitos; os políticos não são criticados pelas suas ações políticas, mas sim caricaturados pelas suas características pessoais e tiques distintivos. Tanto no *Saturday Night Live* como nos *talk shows* noturnos norte-americanos os *hosts* permaneciam em grande parte neutro sobre os assuntos. Johnny Carson, o apresentador do *The Tonight Show* entre 1962-1992, é o grande nome deste género televisivo e o seu estilo descontraído é um marco na televisão norte-americana na segunda parte do século XX. A *late-night tv* servia para «adormecer o público com gargalhadas» (Stephens, 2018, p.303), e assim se manteve durante muitas décadas.

Por isso, a primeira parte destes programas tinha monólogos e sketches humorísticos que falavam sobre assuntos atuais e eventos políticos, mas apenas para fazer *punch lines* e «sem contribuírem para a esfera pública» (Baym, 2005). Ou seja, até as piadas sobre política tinham um carácter apolítico, era um humor favorável para com os políticos (Paletz, 1990). Como a *late night tv* era vista tanto por democratas como republicanos, Johnny Carson «cultivou um estilo de comédia neutra a nível político, para agradar o máximo possível de telespectadores» (Stephens, 2018). A principal preocupação dos *late-night shows* era entreter e conseguir audiências, e isso continuou a verificar-se nos programas de outros comediantes, como David Letterman, Jay Leno e Conan O'brien.

A segunda parte destes programas começa a ter como convidados as principais figuras políticas, e o primeiro exemplo disso foi Bill Clinton. Em 1992, o então candidato presidencial do partido Democrata apareceu no *The Arsenio Hall Show* a tocar saxofone. «Clinton foi ridicularizado num primeiro momento, mas depois de ganhar as eleições, outros políticos insistiram em aparecer nestes programas, esperando um impulso na opinião pública e o fator humanizador da sua imagem» (Martin et al., 2018, p. 120). As figuras políticas perceberem a importância da comédia e com a crise de representatividade das democracias, o público foi-se distanciando dos partidos e candidatos políticos, pelo que os políticos “fazem campanha” nos fóruns de entretenimento e vão à procura do eleitorado mais apolítico. Estes programas podem servir como porta de reingresso na política (Feldman & Young, 2008) e levar os eleitores mais apolíticos a procurarem informação sobre os candidatos, partidos e a seguirem os debates televisivos. No entanto, Markus Prior argumenta que o aumento da oferta de programas de entretenimento ou que

misturam informação e entretenimento reforçou a separação entre as pessoas que preferem conteúdo informativo e as que preferem conteúdo de entretenimento (Prior, 2005). Assim, por as pessoas com menos interesse em política criarem uma “bolha” na qual só consomem conteúdo de entretenimento, os políticos ligam-se ao público onde o público está disposto a vê-los (Dori-Hacohen, 2016, p. 25) os políticos começaram a aparecer nesses programas de *infotainment* e tornaram-se convidados regulares.

A figura do político tornou-se numa celebridade e, a par do surgimento do *infotainment*, normalizou-se o *politicotainment*, conceito de Kristina Riegert. O *politicotainment* refere-se ao esbatimento das fronteiras entre os conteúdos políticos e os de entretenimento, «inclui a presença a presença de políticos na *daytime TV* sem fins noticiosos, a sátira política, a participação de políticos em *reality shows*, *cameos* ou concursos para identificar talentos» (J. S. Pereira, 2019, p. 80). Os objetivos principais destas aparições nos cenários de entretenimento são alcançar uma audiência maior, que é mais facilmente persuadível por não ligar tanto a política, tal como os políticos mostrarem-se mais humanos, descontraídos e sob uma luz mais favorável (J. S. Pereira, 2016, pp. 86–87). Jorge Santana Pereira diz que «os discursos dos políticos nestes programas são escritos por profissionais (...), o humor é uma arma dos políticos contra opositores e concorrentes que legitima decisões, cria empatia e melhora a imagem pública» (J. S. Pereira, 2016, p. 60).

Em França, o *Canal +* estreia um programa chamado *Les Guignols de l'info* (1992-2018) «um pseudotelejournal no qual marionetas representam figuras políticas francesas e internacionais» (J. S. Pereira, 2016, p. 31). Este programa começou um novo tipo de sátira: já não são apenas os políticos que são satirizados, mas também o próprio jornalismo. Assim, a par do *infotainment* e do *politicotainment*, a hibridização dos géneros televisivos começa a misturar as linhas entre as áreas de política, comédia e jornalismo. Mas foi com John Stewart, ex-apresentador do *The Daily Show*, que começou a segunda fase da comédia política na televisão.

2.2 Segunda fase da comédia política – a comédia política analítica

Jon Stewart, em 1999, quando se tornou host do talk-show norte-americano *The Daily Show*, “fundou” uma nova era do humor: um humor desenhado em torno de

questões de relevância política, social e económica (Baumgartner, 2020, p. 2). É com o *The Daily Show* que começa a segunda fase da comédia política televisiva, a comédia política analítica (Stephens, 2018). No mesmo sentido do programa *Les Guignols de l'info*, *The Daily Show* caricaturou os noticiários tradicionais, mas em vez de ter marionetas a exagerar os maneirismos dos políticos, Jon Stewart usou a sátira para chegar à verdade. Este talk show concentrava-se nas notícias “sérias” e “integrou a linguagem jornalística” - visível no logótipo do programa, no cenário e na roupa do apresentador - conseguindo, por meio da sátira, entreter e, igualmente, informar o público (Baym, 2005, p. 262).

Ao contrário dos outros programas, em *The Daily Show* o humor era um meio para explicar histórias políticas complexas e comentar a atualidade política. Os comediantes participantes, como Stephen Colbert, John Oliver, Samatha Bee e Steve Carell, faziam reportagens “independentes” dos media tradicionais, fazendo trabalho de campo a entrevistar políticos ou pessoas na rua, procurando recolher opiniões honestas e colocar questões difíceis aos líderes políticos. A influência de *The Daily Show* é visível em programas norte-americanos como *The Colbert Report*, *Last Week Tonight* e *Full Frontal*, bem como em *Greg News*, no Brasil, e *Isto é Gozar com Quem Trabalha*, em Portugal.

Os humoristas não constroem narrativas imparciais sobre os temas que tratam; usam os conteúdos jornalísticos para informar o público, mas também para dar a sua opinião, uma espécie de «jornalismo de opinião» (Aguiar & Cruz, 2019, p. 9). Assim, como não tentam manter-se imparciais, estes programas servem «para fustigar as ideias estabelecidas, para criticar e denunciar a hipocrisia (...), expondo a verdadeira face do ser humano» (Cruz, 2020, p. 52). A sátira política norte-americana começou a desconstruir temas complexos, como por exemplo o lobby de armas nos EUA (Stewart, 2013), e, ao investigar problemas sérios num formato de entretenimento, tem captado a atenção do público apolítico.

Segundo uma sondagem da revista *Time*, em 2009, o público norte-americano considerava Jon Stewart como «o “jornalista” em quem mais confiam» (Cutbirth, 2011, p. 5), comprovando que a comédia política era cada vez mais um “assunto sério”, pois o «público americano prefere “beber” as notícias com o açúcar do humor» (Stephens, 2018, p. 316).

Com a importância do *infotainment* a crescer, os autores Matthew Baum e Angela Jamison propõem quatro principais categorias de efeitos do *infotainment* no público: impacto em termos de atenção, de conhecimento, de atitudes (gostar do partido, candidato, figura política) e de comportamento político (alterar a opinião, voto, incentivar a participar na vida política) (Baum & Jamison, 2011).

Como o público tem um limite de capacidade para processar informação, Jesper Falkheimer e Mats Heide explicam que «para tomarmos uma decisão ótima e o mais racional possível, temos de “tratar” e compreender a informação que acumulamos» (Falkheimer & Heide, 2018, p. 52). Apesar da nossa capacidade de armazenamento de informação ser limitada, ela pode ser expandida (Constantinidis & Klingberg, 2016, p. 438) e o humor e o riso criam condições propícias à aprendizagem, como defendem os investigadores Heidi L. Lujan and Stephen E. DiCarlo:

«Humor and laughter create conditions conducive to learning. (...) [H]umor attracts and sustains attention and provides a brief break that lightens the mood and makes the learning process more enjoyable, memorable, and impressive. (...) Classroom humor is documented to improve student performance by reducing anxiety, enhancing participation, and increasing students' motivation to focus on the material» (Lujan & DiCarlo, 2016, p. 433).

Embora se possa desconfiar deste uso da comédia como substituto aos noticiários clássicos, a sátira política nos EUA tem provado conseguir ser «uma fonte para a aquisição de conhecimentos tão boa ou melhor do que os conteúdos informativos tradicionais» (Baum, 2003, p. 187; Bode & Becker, 2017, p. 10). Os programas de sátira política, como o *Last Week Tonight*, apresentado por John Oliver, conseguem influenciar positivamente a perceção do público sobre problemas como o aquecimento global e a “Internet Neutrality” (Brewer & McKnight, 2017), consciencializando da existência e importância destes temas.

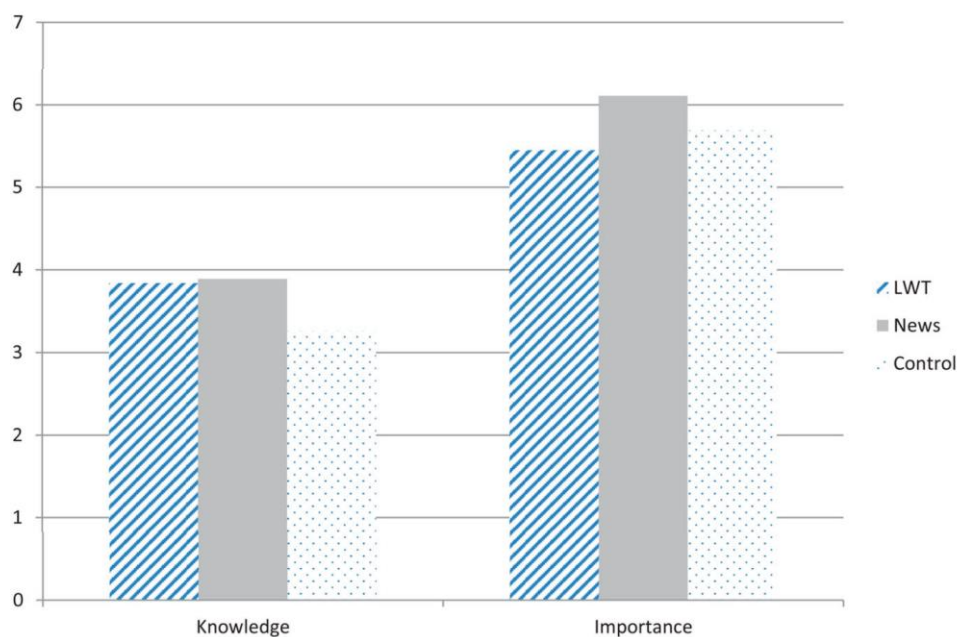


Figure 1. Mean levels of behavior intentions by condition.

Figura 2 - Bode & Becker, 2017, p. 8

Adicionalmente, num estudo de 2021 comparou a atenção dada por espectadores que viram informação dada por um pivot de telejornal, face à atenção dada ao mesmo texto, mas apresentado de forma humorística. Concluiu-se que «os telespectadores não só são mais propensos a partilhar notícias sobre política e decisões governamentais apresentadas com humor, como também são mais suscetíveis de recordar o conteúdo destes segmentos» (Yount, 2021). Desde modo, os públicos que ignorem totalmente as campanhas e debates políticos, «como resultado das aparições de candidatos nos talk shows, expostos a pelo menos alguma informação sobre os candidatos antes das eleições» (Baum, 2005, p. 230).

No que se refere aos efeitos na participação política, há estudos que divergem nos resultados: os autores Jody C. Baumgartner e Johnathan Morris defendem que *The Daily Show* contribuiu para o cinismo político dos telespectadores e para que estes se abstivessem de ir votar nas eleições presidenciais norte-americanas de 2004 (Baumgartner & Morris, 2006, p. 361). Por outro lado, a autora Olivera Tesnohlikova argumenta que estes programas podem «aumentar o pensamento crítico e a literacia política entre as pessoas» (Tesnohlikova, 2020, p. 5). Allaina Kilby aponta, no mesmo sentido, que «o estilo de comunicação humorístico pode melhorar os conhecimentos

políticos e as capacidades deliberativas do público – condições necessárias para a formação de uma cultura democrática informada e ativa» (Kilby, 2018, p. 3).

Ao mesmo tempo que a comédia foi-se imiscuindo com o jornalismo, a espetacularização e celebração das figuras políticas normalizou-se. O surgimento do arquétipo de candidato político é uma celebridade culminou com Donald Trump a candidatar-se à Casa Branca em 2015. Foi com Trump que a comédia política entrou na sua terceira fase: o uso do humor partidarista generalizou-se e os humoristas tornam-se cada vez mais comentadores e ativistas políticos.

2.3 Terceira fase da comédia política – Humor político partidarista

Em 2015 começa a nova fase da comédia política, o humor partidarista e polarizador. Nesta fase os comediantes escolhem claramente quem apoiam e não escondem as suas posições políticas (Stephens, 2018, p. 313). Após a eleição de Donald Trump, os monólogos de abertura, segmentos e programas humorísticos inteiros são dedicados a desconstruir as incongruências de Trump e a ridicularizá-lo enquanto candidato e, posteriormente, como presidente dos EUA.

A comédia política mundial tem seguido sempre os passos dos comediantes norte-americanos, pelo que se normalizou o humor partidarista em alguns países. Por exemplo, no Brasil, o comediante Gregório Duvivier apresenta-se posições políticas contra o contra o ex-presidente Jair Bolsonaro e a sua administração. Em *Greg News*, o humorista já fez programas inteiros a criticar Bolsonaro e a chamar a atenção do público para o perigo que este representa para a democracia brasileira (Gregório Duvivier, 2018).

Há que considerar se estes programas humorísticos atingem um público diversificado ideologicamente, ou se quem vê estes programas vai à procura de confirmar as suas ideias. Apesar de «a comédia e o riso ajudarem a consolidar o sentimento de pertença a um grupo, a uma sociedade» (Hayman, 2017, p. 31), este impacto não é transversal a todo o público, se o público tiver ideias diferentes das apresentadas nos talk-shows. Num estudo de 2021 sobre programas televisivos de comédia norte-americana, ao usarem a ideologia do público como uma variável, revelou-se que «o humor político encontrado nos meios de comunicação social mais populares tende a ter o efeito de melhorar as relações entre os liberais, enquanto alienam os conservadores» (Kfrerer et

al., 2021, p. 3). Deste modo, a comédia política estado-unidenses reforça as posições partidárias do público. Isso acaba por ter um efeito adverso, pois estes programas «contribuem igualmente para a polarização, mesmo quando fazem fact-checking, e reduzem a tolerância a outras visões políticas» (Boukes & Hameleers, 2022, p. 17).

Devido aos humoristas assumirem mais as suas posições ideológicas e comentarem a política, a autora Sara Ödmark fala dos novos papéis dos humoristas atuais (Ödmark, 2021; Ödmark & Harvard, 2021). Os apresentadores destes programas de *infotainment* já não podem ser vistos como simples “bobos” que gozam os políticos. Eles juntam à função de fazer rir, outros papéis que podem ter importância a ligar o público com a política. Segundo a investigadora, os humoristas podem ser “simples” entertainers; *unifiers*, onde o objetivo é a construção de pontes num debate polarizado; podem ser advogados que defendem explicitamente diversas causas; podem tomar o papel de repórteres, mais semelhante ao jornalismo imparcial e distante; podem ser *explainers*, apresentando argumentos dos dois lados e desconstruindo temas complexos; provocadores que desafiam ao máximo as normas sociais; podem ser *solvers*, papel no qual os humoristas não só apresentam problemas na sociedade, como oferecem possíveis soluções para os mesmos; ou questionadores que usam a comédia para desafiar as crenças políticas do público e chegar à verdade; por fim, *eye-openers*, papel no qual há uma intenção política forte e tenta-se persuadir o público a pensar e agir de forma diferente.

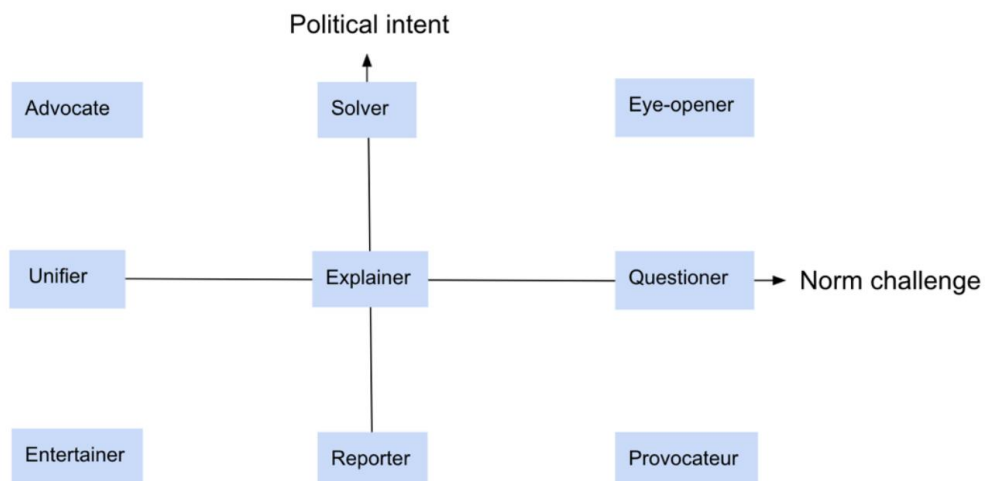


Figure 1. Roles of political comedians based on political intent and tendency for challenging norms.

Figura 3 - Ödmark, 2021, p.13

«A ambiguidade da comédia torna estes papéis fluidos por design» (Ödmark, 2021, p. 15), algo que também se vê com o desaparecimento das fronteiras dos géneros de programas. Estes novos papéis dos humoristas exemplificam como os sistemas mediáticos híbridos impactaram não só os géneros de programas televisivos, tal como os papéis desempenhados pelas figuras mediáticas.

Capítulo 3 - A comédia política na televisão portuguesa: de Herman José ao Contrainformação

Em Portugal, a sátira política na televisão também atravessou fases semelhantes, mas de forma mais tardia, como é habitual no país. Durante décadas «o humor português oscilava entre o amadorismo (...) e programas feitos com base no trocadilho fácil, muito à tradição da revista à portuguesa» (Santos, 2006, p. 13). A exceção a isso foram os programas de Herman José que aproximaram a comédia portuguesa do que se fazia no resto do mundo. Herman José é nos anos 80 e 90 do século XX o grande nome da comédia em Portugal. Tendo começado como ator de comédia teatro de revista, os programas que viria a apresentar na tv assemelham-se mais ao que se passava nos EUA: monólogos de abertura e entrevistas na segunda-parte, às vezes a figuras políticas. A par desta aproximação à televisão norte-americana, os políticos também se aproximam da comédia e dos palcos de entretenimento, desinstitucionalizando-se e tentando chegar aos públicos apolíticos.

Assim, o politicotainment também é um fenómeno visto em Portugal. Começou nos anos 90 com os programas de Herman José, não só pelas suas caricaturas em *Herman Enciclopédia*, como também a entrevistar políticos como António Guterres em *Parabéns* (1993); Aníbal Cavaco Silva em *HermanSic* e a Luís Marques Mendes, Ana Drago e João Galamba, em *Herman* (2013). O conteúdo destas entrevistas não era sobre propostas e os programas eleitorais das figuras políticas, demonstrando o carácter apolítico do humor nesta fase.

Mas foi com o *Contrainformação* que a comédia política começou a ter um lugar de destaque na televisão portuguesa:

«começou a ser transmitido a 29 de abril de 1996 no Canal 1 da Radiotelevisão Portuguesa. Inspirado em modelos similares que já existiam na Europa, nomeadamente em França ("Guignols") e Reino Unido ("Spitting Images"), bonecos de látex imitam personalidades públicas nacionais e internacionais das áreas da política, desporto, cultura e sociedade, havendo ainda alguns animais (...). Cada programa tinha a duração de quatro minutos e era transmitido diariamente depois do Telejornal. Imitava um bloco noticioso de televisão, havendo um apresentador que ia introduzindo as notícias onde aparecem então as personalidades» (Infopédia, 2022).

O *Contrainformação* teve impacto na representatividade dos políticos, pois «político que é político tem um boneco no *Contrainformação*» (Santos, 2006, p. 135).

Isto significa que ser caricaturado no *Contrainformação* não era um sinal de desrespeito para com o político, mas sim um sinal de que o político tinha estatuto suficiente para ter um fantoche num programa com enorme audiência – era encarado pelas figuras públicas como «um meio de promoção (...), sinónimo de prestígio» (Santos, 2006, p. 154). Na última temporada do programa, em 2010, 6 milhões de pessoas assistiram a pelo menos um episódio do *Contrainformação*, segundo os dados da *Marktest* (J. S. Pereira, 2016, p. 31).

Outros programas de sátira política a destacar são *Os Contemporâneos*, *Diz que é uma Espécie de Magazine* e *Zé Carlos*, estes dois últimos da autoria do grupo humorístico *Gato Fedorento*. No entanto, estes programas «recorriam mais a caricaturas simples do que ao uso das incoerências na retórica política» (Deodato, 2014, p. 83), ao invés de integrarem a linguagem dos media informativos para satirizar as figuras políticas. Só em 2009 é que o grupo humorístico *Gato Fedorento* trouxe para a televisão portuguesa um programa que em tudo se assemelhava ao *The Daily Show*, inaugurando Portugal a segunda-fase da sátira política televisiva em Portugal, a comédia política analítica.

3.1 Ricardo Araújo Pereira e o The Daily Show “das barracas”

Ricardo Araújo Pereira, Zé Diogo Quintela e Miguel Góis eram “alunos da escola” das *Produções Fictícias*, pelo que os seus primeiros trabalhos humorísticos sobre política se baseiam muito na caricatura das figuras políticas. Em *Diz que é Uma Espécie de Magazine* e *Zé Carlos*, entre 2006-2008, os *Gato Fedorento* interpretaram diversos sketches sobre política em que ridicularizavam as políticas de José Sócrates, a opinião contraditória de Marcelo Rebelo de Sousa sobre o aborto, e o sorriso excessivamente brilhante de Paulo Portas. É nesta fase que a relação da comédia, comentário político e informação começa a normalizar-se, mas as fronteiras entre estas áreas ainda são “visíveis”. Só em 2009, *Esmiúça os Sufrágios* normaliza por completo a relação entre estas três áreas.

Antes da estreia de *Esmiúça os Sufrágios*, Ricardo Araújo Pereira descreveu o programa como «uma espécie de Jon Stewart das barracas, um *Daily Show* pelintra» (Cardoso, 2009). Este programa fez a integração discursiva entre a linguagem tradicional do jornalismo e o discurso satírico, aproximando-se mais do modelo de *The Daily Show*.

"Gato Fedorento Esmiúça os Sufrágios" abre com um genérico em tudo semelhante a um jornal informativo a sério, é acompanhado de uma música de fundo que cria uma sensação de envolvimento e urgência que remete para a atualidade da "informação". Cada programa tem um sumário inicial onde são elencados os assuntos a abordar. O programa tem duas partes de cerca de 12 minutos cada. Na primeira são apresentados assuntos da atualidade relacionados com a campanha eleitoral e muito centrados em declarações de líderes políticos, há "comentário" em estúdio e "reportagem do exterior", e declarações dos políticos que são confrontadas com contradições. Tudo nesta parte do programa tem o agendamento e o ritmo de um "noticiário" televisivo. A segunda parte é inteiramente dedicada a entrevistar cada um dos líderes dos partidos candidatos às eleições (Cabrera, 2010, p. 215).

O modelo de *Esmiúça os Sufrágios* marca o início de uma nova fase na sátira política portuguesa e teria "spin-offs" como *Isso é tudo muito bonito, mas* (2015) na TVI, *Isto é Gente que não sabe Estar* (2019) na TVI, *Isto é Gozar Com Quem Trabalha* (2020) na SIC. Todos estes programas tiveram como *host* o humorista Ricardo Araújo Pereira e têm regularmente entrevistas aos líderes dos principais partidos.

Em 2015, Sérgio Figueiredo, na altura diretor de informação da TVI, descreveu este programa como «uma forma de aproximar as pessoas da política. É um formato para todos os públicos (...) e é o cumprimento, também, de um serviço cívico que passa por traduzir a política por miúdos» (J. S. Pereira, 2016, p. 23).

Apesar das semelhanças, os programas apresentados por Ricardo Araújo Pereira têm uma diferença importante para o *The Daily Show*: o programa português não apresenta reportagens originais, segmentos nos quais os humoristas saem do estúdio para entrevistar o público. Não há um trabalho de campo típico do jornalismo e muito presente na sátira política norte-americana. Os programas de Ricardo Araújo Pereira "limitam-se a reciclar" notícias e reportagens dos meios de informação, não criando as suas próprias reportagens e usando o humor para "investigar" temas complexos.

Torna-se relevante falar do percurso profissional de Ricardo Araújo Pereira, dado que é a figura principal destes programas e «o menino prodígio do humor nacional» (Silva & Santos, 2008, p. 437). É licenciado em Comunicação Social pela Universidade Católica, e começou a sua carreira como jornalista no Jornal de Letras (R. A. Pereira, 2020). Para além dos sketches humorísticos (na televisão com os *Gato Fedorento* e na rádio no programa *Mixórdia de Temáticas*) que o celebrizaram, escrevia crónicas

humorísticas n' A Bola e na revista *Visão*, onde também fazia entrevistas a figuras políticas, para além das crónicas; é comentador no *Governo Sombra*, desde 2008 - atualmente chamado *Programa Cujo Nome Estamos Legalmente Impedidos de Dizer* - um programa de «*opiniontainment* – alia a opinião e o entretenimento, alinhando-se numa cultura de debate mais informal e coloquial» (Figueiras, 2019, p. 34). Atualmente escreve crónicas semanais para a Folha de São Paulo e na revista do Expresso. Assim, Ricardo Araújo Pereira veste a figura de «comentador de um grupo de comunicação social» (Figueiras, 2019, p. 17). À semelhança de outros apresentadores de talk-shows, como John Stewart, John Oliver, Samantha Bee, Gregório Duvivier, tem ideais mais de esquerda, tendo sido militante do PCP, e por isso acaba por ter como um dos seus alvos favoritos André Ventura e figuras políticas de direita. Segundo um estudo de 2022, Ricardo Araújo Pereira é a figura pública que suscita mais empatia nos portugueses (Diário de Notícias, 2022).

Apesar do sucesso dos seus programas, Ricardo Araújo Pereira rejeita a influência do seu programa na opinião política dos telespectadores e que as pessoas votem de forma diferente por causa das suas entrevistas aos principais líderes de partidos políticos. Numa crónica, o humorista diz que: «Certos místicos acreditam que o humor e os programas humorísticos têm muito poder, apesar de não haver qualquer indicação nesse sentido» (R. A. Pereira, 2022b). Em 2009, o humorista, na estreia de *Esmiúça os Sufrágios*, demarcou-se de qualquer semelhança dos seus programas com o jornalismo: «A nossa doutrina é muito simples: à isenção, respondemos com exagero, à imparcialidade, respondemos com a descontextualização desonesta. Que fique bem claro, este programa é escrito por pessoas para quem a palavra ética é um substantivo» (citado em Cabrera, 2010, p. 216).

Dada a falta de estudos sobre os efeitos da comédia no público português, não há como comprovar se os programas de Ricardo Araújo Pereira têm influência nos comportamentos políticos do público e no despertar de interesse pela política. No entanto existem alguns exemplos revelados pelo próprio humorista português. Numa entrevista, o comediante disse: «Os filhos do Sérgio Figueiredo [Diretor de informação da TVI entre 2015-2020] dizem que começaram a ter mais atenção à campanha eleitoral para depois perceberem melhor do que é que nós estávamos a falar [no programa], e isso é simpático, mas não é a nossa missão» (Carvalho, 2021, p. 75).

Outro exemplo ocorreu em maio de 2022. O Parlamento abriu a porta aos jovens, num evento chamado Parlamento dos Jovens, e um dos jovens nesse dia discursou sobre

a importância do programa de Ricardo Araújo Pereira: «Eu tenho o costume de ver o Sr. Ricardo Araújo Pereira todos os domingos. Os meus irmãos não gostam muito da política e não veem nada relacionado durante a semana, só quando estão a ver esse programa [ao domingo], é que eles estão expostos à política» (R. A. Pereira, 2022a). Este momento foi mostrado no *Isto é Gozar com Quem Trabalha*, mas Ricardo Araújo Pereira com a ajuda de uma criança a fazer de comentador político ridicularizaram a verdadeira importância do seu programa e dizendo que «a simplificação do que é complexo acaba por contribuir para a desinformação» (R. A. Pereira, 2022a).

Sendo apenas alguns exemplos, que até são desvalorizados por Ricardo Araújo Pereira, podem representar que a comédia é uma porta de entrada para os jovens se informarem sobre política, começarem a desenvolver as suas ideias políticas. Dado que a faixa etária entre os 18 e os 30 anos é aquela em que a taxa de abstenção é mais alta - 45,5% - (Lusa, 2022), *Isto é Gozar com Quem Trabalha* pode ser uma ponte importante entre os millennials e a realidade política. É impossível que os públicos mais novos se envolvam na política, se não estiverem informados, ou continuarem desinteressados desta.

Capítulo 4 - O estudo de caso de *Isto é Gozar com Quem Trabalha*

Isto é Gente que Não Sabe Estar mudou de nome e de estação, quando Ricardo Araújo Pereira foi contratado pela SIC à TVI em março de 2020. Agora chama-se *Isto é Gozar com Quem Trabalha*. Desde o início tem sido um sucesso de audiências televisivas, regularmente acima de 1 milhão de telespectadores e consistentemente o líder de audiências aos domingos à noite (Pinto, 2022). É um programa semanal que é transmitido a seguir ao *Jornal da Noite* na SIC, servindo muitas vezes de complemento ao próprio noticiário, como se fosse um suplemento humorístico num jornal de papel. A longevidade deste programa talvez possa explicar-se por ser semanal, em vez de ser diário como *Esmiúça os Sufrágios* e *Isto é Tudo muito bonito mas*. Essa periodicidade parece não cansar tanto os telespectadores da comédia e da figura de Ricardo Araújo Pereira.

Entre os dias 17 de janeiro e 28 de janeiro, nas duas semanas antes das eleições legislativas de 2022, o programa passou a ser diário e incluía na segunda parte uma entrevista aos líderes dos principais partidos candidatos à Assembleia da República. Ao serem convidados neste programa, alguns políticos conseguiram chegar a mais pessoas do que nos debates moderados por jornalistas. Por exemplo, o debate com mais audiência de Rui Tavares, líder do partido Livre, foi contra Rui Rio e teve somente 800 mil telespectadores (Faustino, 2022); no dia em que foi ao programa de Ricardo Araújo Pereira, conseguiu mais de 1,2 milhões de telespectadores. O mesmo aconteceu com Inês Sousa Real, do PAN, cujo debate mais visto teve uma audiência de 700 mil espectadores (Faustino, 2022), e quando foi convidada no *Isto é Gozar com Quem Trabalha* foi vista por mais de 1 milhão de telespectadores. Deste modo, à semelhança daquilo que acontece nos EUA, os políticos tentam alcançar os públicos que fogem a conteúdos políticos “sérios” (como os debates tradicionais) e persuadi-los a votar nos espaços de *infotainment*.

O único líder de um dos grandes partidos que não foi convidado ao programa de Ricardo Araújo Pereira foi André Ventura, do partido Chega. Esta opção de Ricardo Araújo Pereira, apesar de polémica, levantou o debate sobre se este programa de humor tem obrigação de dar tempo de antena a todos os partidos. Não sendo um programa informativo e que segue critérios do jornalismo, o humorista pôde defender-se dizendo: «a razão pela qual não convidámos ninguém do Chega é simples: não queremos. Não

somos um programa de informação, pelo que não temos qualquer obrigação de convidar seja quem for» (Cardoso, 2022).

Em resultado disso, André Ventura apresentou uma queixa à ERC, por considerar que devia ter tempo de antena num programa desta dimensão, o que revela que os políticos portugueses sabem que o *infotainment* é uma forma de fazerem campanha e “humanizarem” a sua imagem. A ERC deliberou que «dado que os candidatos convidados para o programa beneficiam de grande visibilidade para apresentar os seus programas eleitorais, convicções e personalidade, a escolha de determinados entrevistados deve ser objeto de especial ponderação (...). [Assim] a ERC recomenda à SIC que compense estes partidos “na restante programação» (Cardoso, 2022). Esta deliberação da Entidade Reguladora da Comunicação Social levanta a questão sobre quais os papéis que um humorista desempenha atualmente e se ele deve ter a obrigação de dar tempo de antena a todos os candidatos.

Capítulo 5 – Metodologia

Dado que os objetivos desta dissertação são compreender os efeitos de *Isto é Gozar com Quem Trabalha* na atenção e aquisição de informação política, tal como o impacto na opinião e participação no público com idades entre os 18 e 29 anos, as perguntas de partida para esta investigação foram:

1. Qual o impacto de *Isto é Gozar com Quem Trabalha* na aquisição de conhecimentos sobre os partidos e propostas eleitorais?

2. E como *Isto é Gozar com Quem Trabalha* influencia a opinião e participação política dos eleitores com 18-29 anos?

A faixa etária escolhida deve-se à expansão da abstenção na faixa etária dos 18-29 anos (Cancela & Vicente, 2019) e que foi a faixa-etária com maior abstenção nas eleições legislativas de 2019, pretende-se compreender se o programa de Ricardo Araújo Pereira pode ser uma ponte entre os jovens e a política e, se sim, quais os efeitos. Em adição, em 2005, 40% da audiência de *The Daily Show* eram pessoas entre os 18-29 anos (Baym, 2005, p. 260), atualmente, 39% da audiência do programa *Last Week Tonight – “herdeiro”* do humor de investigação de Jon Stewart - são millennials (“*Last Week Tonight with John Oliver Is the 194th Most Popular Contemporary TV Show and the 233rd Most Famous,*” sem data), pelo que se torna relevante tentar escolher uma amostra de idades que seja semelhante à principal dos programas de sátira política norte-americanos.

Deste modo, e em primeiro lugar, será realizada uma análise de conteúdo aos episódios de *Isto é Gozar Com Quem Trabalha* que foram emitidos entre os dias 17 de janeiro e 28 de janeiro de 2022. Dado que a campanha eleitoral para as legislativas começou a 16 de janeiro, *Isto é Gozar Com Quem Trabalha* passou a ser emitido diariamente durante duas semanas até ao último dia em que os partidos podiam fazer campanha. Na segunda parte de cada episódio, Ricardo Araújo Pereira entrevistou um político representante dos principais partidos candidatos às eleições legislativas de 2022. Serão analisados os 10 episódios que foram emitidos nesse período, com principal foco nas entrevistas realizadas aos líderes dos partidos com maior número de eleitores – André

Ventura do CHEGA foi o único líder que não foi convidado por Ricardo Araújo Pereira. A partir dessa análise procura-se encontrar padrões nas perguntas feitas por Ricardo Araújo Pereira aos políticos, e perceber se o humorista tem uma atitude mais de confronto ou de favorecer os convidados, consoante os tipos de humor que o autor David L. Paletz usa (Paletz, 1990) – humor favorável, tolerante, corrosivo ou subversivo. Adicionalmente, pretende-se compreender que papéis desempenhou o humorista português ao longo destes episódios, segundo os papéis definidos pela autora Sara Ödmark - entertainer, repórter, provocador, unificador, explicador, questionador, Advogado, *solver* e *eye-opener*.

Em segundo lugar, a metodologia escolhida para compreender estes efeitos foi o focus group constituído por espectadores do *Isto é Gozar com Quem Trabalha* que sejam da faixa etária dos 18-29 anos. Por forma a ter uma maior diversidade de opiniões, foram realizados dois grupos de foco: um constituído por telespectadores regulares do programa; outro constituído por espectadores ocasionais cujos participantes de *Isto é Gozar com Quem Trabalha*. Pretende-se com isto perceber se a frequência com que se vê este programa acaba por impactar mais ou menos a opinião e participação política dos participantes,

A amostra foi escolhida pelo processo “bola de neve”. Para tal, primeiramente, foram contactadas pessoas na minha bolha de contacto mais próximas, que indicarão o contacto telefónico ou e-mail de um espectador regular ou ocasional deste programa e que esteja na faixa etária 18-29 anos. Assim, pretende-se com esses contactos pedir a autorização pessoalmente a cada uma das pessoas para participar. Pretendia-se formar dois grupos com 3 a 5 telespectadores. Pretende-se que os focus group sejam realizados por reunião Zoom e que cada um demore cerca de uma hora e meia.

As perguntas a colocar ao focus group dividem-se por 5 dimensões. As primeiras duas servem para compreender a familiaridade do grupo com este programa e outros de sátira política, tal como os hábitos de consumo de notícias e a sua confiança nos media em geral. As seguintes três dimensões baseiam-se nos principais efeitos que os programas de comédia produzem nos públicos segundo os autores Baum e Jaminson: efeito na atenção e aquisição de conhecimentos (estas foram juntas numa só categoria), impacto na opinião política, impacto na participação política (Baum & Jamison, 2011).

Dada a análise de conteúdo ter em vista compreender os papéis desempenhados pelo humorista português, algumas das perguntas serão sobre a opinião do público em relação ao papel de Ricardo Araújo Pereira e que obrigações e outros papéis este pode desempenhar. Segundo a autora Ödmark «os membros de uma audiência podem ver o mesmo comediante de formas diferentes, com base em tendências políticas, gosto estético, ou disposição psicológica» (Ödmark, 2021, p. 16). Em adição, dado que nalguns instantes podem ser revelados os enviesamentos de Ricardo Araújo Pereira nas entrevistas, espera-se também compreender se o público considera que ele deve tratar os políticos da mesma maneira, sendo imparcial como um jornalista, ou, sendo apenas um entertainer, pode usar um humor mais favorável e tolerante com alguns convidados.

Tabela 1 - Dimensões e indicadores do focus group

Dimensões	Indicadores
<p>Familiaridade com <i>Isto é Gozar Com Quem Trabalha</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Dispositivos e plataformas usadas para ver o programa - na televisão, na plataforma <i>Opto</i>, no site da SIC, nas redes sociais, ou em podcast; - Vê todo o todo o programa, só a 1ª parte, ou apenas excertos; - Principais razões para verem este programa de sátira política: para se informarem, por uma questão de entretenimento, os dois? - Veem outros programas de sátira política, como por exemplo o do John Oliver nos EUA ou o do Gregório Duviver no Brasil; - Comparativamente a outros programas de sátira política no mundo que vejam: os humoristas nesses programas usam um humor mais corrosivo ou favorável aos políticos; - Se os outros humoristas assumem papéis mais ativistas e/ou de repórteres de investigação;
<p>Hábitos de consumo de notícias e confiança nos meios de comunicação</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Principais fontes de informação usadas (noticiários televisivos, sites dos meios de informação, redes sociais?) - Confiança geral nos media portugueses; - Qual é a vossa opinião em relação a Ricardo Araújo Pereira como <i>host de Isto é Gozar com Quem Trabalha (IGQT)</i>? É uma figura com a qual empatizam? É um humorista credível e cuja opinião valorizam?

<p>Capacidade informativa e de aquisição de conhecimentos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Uso de uma linguagem simples ajuda a compreender temas mais complexos? - <i>IGQT</i> informa sobre os temas da atualidade política e sobre os principais temas da campanha? - <i>IGQT</i> leva o público a conhecer os políticos e propostas dos partidos? - Procuram mais informação sobre os temas, propostas e os políticos que são falados e entrevistados no programa?
<p>Influência na opinião política</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Este programa reforça os ideais políticos? - Desenvolvem estereótipos em relação a políticos ou partidos? - Este programa contribui para o cinismo em relação ao poder político?- Ricardo Araújo Pereira deve tratar os políticos de forma igual e imparcial, como se fosse um jornalista? - Julgam que aparecer num programa de comédia e sátira política coloca os políticos sob uma luz mais favorável e humaniza-os? - Julgam que o Ricardo Araújo Pereira tem obrigação ou dever de convidar o André Ventura?
<p>Impacto na participação política</p>	<ul style="list-style-type: none"> - O programa torna-vos mais predispostos a acompanhar debates e campanhas políticas? - Tem impacto na vossa vontade de votar? Lembram-se de algum momento em que Ricardo Araújo Pereira incentiva-se o público a votar em geral ou de determinada maneira? - Gostariam que o Ricardo Araújo Pereira assumisse um papel mais interventivo e mais ativista? - Por fim, após verem o programa ou excertos deste, sentem-se encorajados a debater sobre política com amigos, familiares e/ou nas redes sociais?

Durante ambos os grupos de foco foram mostrados excertos do programa *Isto é Gozar com Quem Trabalha* por forma a exemplificar momentos em que o apresentador desempenhe um papel ou vários papéis e momentos em que este mostre diferentes tipos de humor.

Capítulo 6 - Discussão de resultados

6.1 Análise de conteúdo

Referente à primeira parte do programa, na qual é feito um resumo das principais notícias do dia e os destaques dos debates televisivos do dia anterior, pretende-se perceber quais os papéis desempenhados pelo humorista Ricardo Araújo Pereira e como este constrói o seu programa.

Todos os momentos desta amostra de programas foram sobre a campanha eleitoral, sendo que, em nenhum destes episódios, Ricardo Araújo Pereira e a sua equipa tenham saído o estúdio e tenham realizado algum tipo de momento “original”. Isto é, *Isto é Gozar com Quem Trabalha* limita-se a reciclar notícias dos principais meios de comunicação, mas também procura publicações nas redes sociais dos partidos. Um dos temas de maior destaque ao longo de todos os programas foram os animais de estimação dos candidatos políticos. Essa escolha do humorista em focar-se nos *posts* das redes sociais e em dar destaque a momentos insólitos revela que Ricardo Araújo Pereira assume, maioritariamente, o papel de entertainer. O *host* não demonstra interesse em desafiar as normas sociais ou procura mudar os comportamentos sociais dos telespectadores. Não foi encontrado nenhum exemplo em que o comediante português incentiva-se ao voto ou incentivar a desafiar as instituições políticas.

Exemplo disso, é a montagem sobre as interjeições de Rui Rio ao longo da campanha: uma montagem com mais de um minuto que procura mostrar como Rui Rio usa muito a interjeição “ah” nos debates e discursos, mas que não tem qualquer propósito político ou de desafio às normas sociais. Pretende somente fazer uma piada “apolítica”.

O outro papel que Ricardo Araújo Pereira desempenha frequentemente – mas menos vezes – é o de repórter, limitando-se a apresentar as questões que marcaram os debates e momentos das campanhas, e mostrando os dois lados (seja oposição de outros partidos, a oposição interna ou a oposição feita pelo próprio político que contradiz uma ideia que defendeu anteriormente). Muitas vezes são apresentadas peças humorísticas compostas por declarações dos políticos nas quais estes se repetem ou que se contradizem. Há um trabalho de investigação pela equipa do programa que pretende demonstrar como o discurso político é incongruente e varia consoante os momentos da campanha.

Destacam-se dois exemplos principais: em primeiro a piada de Rui Rio no Twitter sobre António Costa inscrever-se no voto antecipado em mobilidade. O então líder do PSD diz que o Primeiro-Ministro irá votar no círculo eleitoral do Porto, para não ter de votar nele próprio. Ricardo Araújo Pereira usa algum tempo do programa para explicar apenas a situação e como esta piada não faz sentido dado que António Costa mesmo votando enquanto está no Porto, continua a votar no círculo eleitoral de Lisboa. Acaba por ser um momento de explicação de como funciona o voto antecipado em mobilidade e que pode ser instrutivo para o público. O segundo exemplo a destacar é uma montagem das várias intervenções de António Costa a dizer que havia muitas matérias políticas que impediam de dialogar e formar coligações com todos os partidos. No dia 24 de janeiro, depois das sondagens mostrarem que o PS não iria conseguir a maioria absoluta, António Costa tem um discurso completamente contraditório, de abertura para o diálogo para formar coligação tanto com partidos de esquerda, como com o PSD. Aqui Ricardo Araújo Pereira por apresentar algum trabalho de recolha de intervenções do Primeiro-Ministro mostra como António Costa é incongruente e que muda rapidamente de estratégia consoante os resultados das sondagens. Acaba por ser um trabalho de investigação, mas que usa somente materiais de outros meios de comunicação.

No que se refere ao tipo de humor mais usado, foi realizada uma análise às entrevistas feitas aos líderes de partidos e figuras políticas com o objetivo de perceber se as diferenças do humor usado para com os convidados. Consoante as categorias de Paletz, procura-se compreender se Ricardo Araújo Pereira tem um humor mais favorável ou corrosivo com os entrevistados.

Principalmente, o humorista português recorre a uma mistura de humor favorável e humor corrosivo. Nas entrevistas Ricardo Araújo Pereira nunca provoca ou pretende criar uma reação excessiva no seu convidado, sendo realmente crítico das figuras políticas, pelo que não usa um humor subversivo. No entanto, ele também não usa um humor favorável, em que defende claramente a posição de um partido ou tenta apoiar alguma força política declaradamente.

O humor do *host* de *Isto é Gozar com Quem Trabalha* varia entre o corrosivo e o favorável, pois, as perguntas nunca são em apoio a alguma ideia, mas também não são destrutivas dos ideais do convidado. A título de exemplo, Ricardo Araújo Pereira, quando entrevista Rui Tavares fala mais sobre a polémica de Joacine Katar Moreira ter-se tornado deputada independente e do partido Livre tentar-se coligar “de forma carente” com todos

os partidos da esquerda. Ainda assim, não há um momento de confronto por parte de Ricardo Araújo Pereira e ri-se frequentemente da resposta do seu convidado. Isso acaba por tornar as entrevistas muito mais favoráveis para os políticos e pô-los debaixo de uma luz favorável.

Os momentos em que Ricardo Araújo Pereira apresenta um humor mais corrosivo e de maior “ataque” são quando fala do ex-ministro da Administração Interna, Eduardo Cabrita, devido ao caso do atropelamento mortal de um cidadão e de António Costa não o demitir. Estes momentos nunca são de confronto com o convidado que está à sua frente, servem sim para criticar António Costa e Eduardo Cabrita, mas não para criticar o convidado, dando sempre espaço para que os diferentes líderes comentem a situação e saiam “bem-vistos” por se oporem à “falta de mão” que o Primeiro-Ministro tinha sobre o seu Governo.

Ainda assim, há a destacar o contraste das entrevistas a Inês Sousa Real, do PAN, e a João Oliveira, ex-deputado do PCP. Com Inês Sousa Real começa a entrevista a falar sobre a polémica da deputada ter uma empresa que praticava agricultura intensiva usando estufas - dado que o PAN é contra a exploração intensiva de solos, demonstra a incongruência do que é dito e que é feito pela deputada. Depois “acusa” o PAN de não ser de esquerda nem de direita, de tentar fazer parte de qualquer solução governativa e de ser um «partido que se tenta deitar com todos». É a entrevista em que usa um humor mais corrosivo e que espicaça mais a sua convidada. Por oposição, a entrevista a João Oliveira, que estava em substituição de Jerónimo de Sousa, é muito mais favorável para o convidado. A primeira pergunta é sobre as maleitas terem um candidato favorito à liderança do PCP, dado que João Ferreira e Jerónimo de Sousa estavam adoentados nesta altura. De seguida pede a opinião sobre o PAN e se o PCP irá fazer uma coligação com o PS. Ricardo Araújo Pereira não tenta provocar o convidado ou ridicularizar algumas das propostas apresentadas pelo PCP, ao contrário do que fez com outros convidados.

6.2 Resultados do focus group

A amostra dos grupos de foco acabou por não ter muita diversidade em termos de género e de idades – o participante mais novo tinha 21 anos, os restantes tinham 24 anos;

e apenas um dos participantes é do género feminino. Adicionalmente, todos os participantes vivem em Lisboa.

O grupo de foco constituído por espectadores regulares do *Isto é Gozar com Quem Trabalha* teve uma duração superior ao esperado - uma hora e cinquenta minutos. Já o focus group cujos participantes são espectadores ocasionais demorou uma hora e vinte minutos. No início de cada uma destas entrevistas foi dada a possibilidade aos participantes de desistirem a qualquer momento e de se absterem de responder a qualquer uma das questões colocadas.

No que se refere aos dispositivos e plataformas usadas para ver o *Isto é Gozar Com Quem Trabalha*, os participantes de ambos os grupos veem o programa na televisão, em direto ou em diferido. Os espectadores regulares têm tendência a ver o programa completo – incluindo as entrevistas. Já o grupo que vê ocasionalmente o programa tem maior tendência a acompanhar o programa por podcast e a ver excertos nas redes sociais. Ambos os grupos também admitem ver o programa por razões de entretenimento e, igualmente, de informação. O público procura rir-se acima de tudo: rir-se da atualidade política e vê o programa por razões, principalmente, de entretenimento.

Comparativamente a outros programas do mesmo estilo, só um dos participantes diz ver outro programa de sátira, neste caso o *LastWeekTonight* apresentado por John Oliver. O entrevistado admite que o humor de John Oliver é mais corrosivo do que o presente em *Isto é Gozar com Quem Trabalha* e que o comediante britânico-americano aprofunda mais os tópicos de que fala. Dada essa tendência de John Oliver investigar mais os temas da atualidade, «acaba por dar a conhecer novos factos e realidades menos conhecidas do público em geral».

Sobre a confiança nos meios de comunicação portugueses, os participantes de ambos os grupos dizem que confiam na informação dos media nacionais. Apesar de notarem que alguns media são mais sensacionalistas, salvaguardam que «há muito jornalismo de opinião nos artigos que são informativos» e que o enviesamento ideológico no jornalismo português esbate a barreira do que é informação e opinião. Por isso mesmo, todos os participantes referiram que, apesar de assumirem as notícias como verdadeiras, tentam sempre compreender os possíveis enviesamentos no jornalismo português. Em relação à figura de Ricardo Araújo Pereira, todos os participantes veem-no como uma figura credível e cuja opinião valorizam. Um dos espectadores regulares do programa

realça que «apesar de ter uma ideologia política diferente», por Ricardo Araújo Pereira ser transparente nas suas opiniões políticas isso também gera empatia pela sua personalidade. Ainda assim, ao longo da discussão realçaram frequentemente a ideia de que distinguem claramente as suas opiniões das opiniões do humorista, dizendo que as piadas de Ricardo Araújo Pereira não impactam a opinião política.

Todos os participantes concordam que a linguagem usada por Ricardo Araújo Pereira, um tom mais de paródia, ajuda a compreender os temas políticos no geral e é uma força positiva tornando as notícias mais acessíveis para a população em geral, o que vai ao encontro do esperado pela literatura científica anterior (Bode & Becker, 2017; Tsakona & Popa, 2011). No entanto, em ambos os grupos, houve participantes que ressaltam que a simplificação dos temas políticos pode ter consequências negativas, como «o público criar uma falsa noção de conhecimento sobre a complexidade das decisões políticas», correndo-se o risco de haver uma «apresentação enviesada dos assuntos políticos, pelo que as pessoas ficam com uma visão limitativa do que é realmente a política em Portugal».

Em relação à aquisição de conhecimento sobre os políticos, em geral, todos os participantes dizem que conhecem as personalidades convidadas no programa. Ainda assim, nem todos os elementos do focus group sabiam que Vitorino Silva foi membro do PS, algo que surgiu num dos excertos mostrados. No grupo dos espectadores regulares, dois dos participantes admitem que desconheciam este facto; já nos ocasionais dois dos participantes referem que só sabiam desse facto por ter visto na altura a entrevista ao líder do partido RIR. Apesar disso, os participantes de ambos os grupos revelam que não costumam procurar mais informação sobre os convidados ao programa, considerando como verdadeiro aquilo que Ricardo Araújo Pereira diz, pelo que só procuram esporadicamente mais informação sobre um convidado ou um momento referido pelo humorista português.

Sobre a questão de o programa dar a conhecer os partidos e propostas políticas, em geral, os participantes dizem que *Isto é Gozar com Quem Trabalha* não transmite muita informação sobre os programas eleitorais dos diferentes partidos. Um dos espectadores regulares diz que é negativo o segmento das entrevistas já não fazer parte do programa. Na sua opinião dava espaço para os políticos se defenderem das piadas de Ricardo Araújo Pereira e explicarem de forma mais descontraída as suas propostas políticas. No que se refere a servir de suplemento informativo, participantes de ambos os

grupos dizem que pode ser uma fonte de informação, mas não deve ser a única fonte de informação das pessoas. O programa é mais um complemento às fontes tradicionais de informação, que dá destaque aos principais temas da semana, mas ainda assim, acaba por deixar de fora muitos outros. Ambos os grupos de foco destacaram que o público não deve ver *Isto é Gozar com Quem Trabalha* como fonte única e principal de informação.

Em relação aos papéis desempenhados pelo humorista, os participantes de ambos os grupos não acham que Ricardo deva aprofundar mais as matérias, tornando o programa em algo mais investigativo ou mais ativista, ele é um comediante acima de tudo. «Neste momento há um bom equilíbrio entre a informação e o entretenimento» e o aprofundamento das matérias abordadas no programa poderia reduzir as audiências, pois as pessoas esperam acima de tudo com este programa rir-se e divertir-se com as notícias da semana. O foco do programa deve continuar a ser o entretenimento e não a informação, é esta a principal razão para verem o programa.

O principal ponto de divergência dos grupos notou-se na questão sobre o tipo de humor com que Ricardo Araújo Pereira começou as entrevistas à porta-voz do PAN, por comparação ao representante do PCP. Os espectadores mais regulares consideraram que o apresentador de *Isto é Gozar com Quem Trabalha* deve ter uma atitude de maior imparcialidade a tratar os convidados, não devendo começar uma entrevista com uma questão polémica para a deputada do PAN e «tratar com paninhos quentes» o representante do PCP. Por outro lado, os espectadores ocasionais valorizam mais o contexto em que a entrevista foi feita – para eles, dado que a questão da agricultura intensiva praticada por Inês Sousa Real era o “elefante na sala”, esta deve ser a primeira pergunta a colocar. Assim, não consideram que o humorista deve tratar os convidados da mesma maneira, o que deve guiar as entrevistas deste programa é o contexto em que elas acontecem e os principais temas que marcam a atualidade.

Nenhum dos participantes diz que este programa influencia muito as suas opiniões sobre os políticos. Antes desta pergunta foi mostrada uma montagem da incongruência do discurso de António Costa ao longo da campanha eleitoral. Os participantes dizem que esta montagem tem mais um efeito de reforçar as ideias prévias - em especial no grupo que vê o programa com mais regularidade, do que mudar a sua opinião. Para os telespectadores ocasionais do programa consideram que uma montagem num noticiário que mostre a mudança de estratégia de António Costa teria mais impacto do que uma no programa de Ricardo Araújo Pereira, algo que era esperado, pois o público tende a

desvalorizar um tema quando é tratado de forma cômica (Bode & Becker, 2017). Consideram que por ter o propósito humorístico isso tira seriedade e impacto ao que está a ser apresentado.

Ambos os grupos consideram ser um fator positivo para imagem dos políticos aparecerem nestes programas, acaba por humaniza-los. Esse efeito na opinião é contrastante com o que os participantes dizem sentir quando veem montagens de imagens que demonstram as incongruências dos políticos. Assim sendo, pode-se concluir que se uma montagem humorística na 1ª parte do programa reforça a posição que os jovens têm de um político, na 2ª parte do programa os líderes dos partidos acabam por ser vistos mais como “seres humanos” que também são capazes de se rir e fazer rir o público. Ou seja, talvez por os políticos defenderem as suas posições e declarações numa entrevista com Ricardo Araújo Pereira acaba por anular o efeito negativo que tem serem ridicularizados na 1ª parte do programa. Isto vai ao encontro do que é esperado (Dori-Hacohen, 2016; J. S. Pereira, 2016).

Em relação à responsabilidade de Ricardo Araújo Pereira convidar André Ventura ao seu programa, todos os participantes concordam que o humorista português não tem essa obrigação, mas que seria um ponto positivo para o programa: mesmo sendo uma entrevista com o propósito a entreter, consideram que uma vez que é dada uma plataforma aos outros líderes dos partidos para aparecerem e mostrarem-se sob uma luz mais descontraída e humana, André Ventura e outras figuras políticas com grande projeção mediática deviam também ser convidadas.

Dois dos espectadores regulares dizem que o programa de Ricardo Araújo Pereira os ajudou a estar mais atentos à atualidade política e ao que cada partido propõe, algo que é comprovado pela literatura científica (Cao, 2010; Kilby, 2018; Tesnohlikova, 2020). No momento em que passaram a poder votar sentiam-se desinformadas sobre as propostas dos partidos políticos, e os programas do humorista português acabaram por ser um impulso para procurarem informação e estarem mais atentos às campanhas eleitorais e debates políticos. «O programa abriu-me a porta para me interessar mais sobre política, para perceber sobre os temas que são abordados no programa». Por oposição, os espectadores ocasionais não consideram que este programa de comédia seja um catalisador para estarem mais atentos à política nacional. Em adição, todos os participantes negam que *Isto é Gozar com Quem Trabalha* tenha influência na sua

vontade de votar e que Ricardo Araújo Pereira mobilize o público a votar, tanto no geral, como numa força política particular.

Por fim, há algumas diferenças nos dois grupos em relação a sentirem-se encorajados a debater política depois de verem este programa. No grupo dos espectadores regulares admitem que já teve um maior impacto na sua vontade de debater e comentar o programa com os amigos e familiares. No grupo dos espectadores ocasionais serve mais como ponto de partida para conversas políticas, não sendo necessariamente um incentivo para as pessoas discutirem política, as piadas de Ricardo Araújo Pereira acabam por ser usadas como exemplos nas conversas que têm com amigos e familiares.

Conclusões

O humor é uma componente ubíqua na vida do ser humano (McGraw, 2011) e a procura por coisas que nos façam rir é uma das características mais distintivas da nossa espécie. Quer nos estejamos a rir por uma questão de superioridade perante os outros, por querermos aliviar tensão e stress ou por constatarmos incongruências, o humor tem benefícios para a nossa saúde física (Sousa & José, 2016), mental (Dionigi et al., 2021) e social (McGraw, 2011).

Para além destes benefícios, o humor melhora a nossa capacidade de aprendizagem (Bains et al., 2014; Constantinidis & Klingberg, 2016; Lujan & DiCarlo, 2016) e é um recurso a usar para captar a atenção dos diferentes públicos. Como vivemos na «"era da osmose de informação", torna-se quase impossível que o público recorra apenas a uma só fonte informativa» (Cutbirth, 2011, p. 220), daí que o público veja programas de sátira política para se manter informado ou, pelo menos, para saber quais os temas mais importantes da atualidade. Esta procura dos talk-shows de sátira política como fonte de informação deve-se a estes usarem uma linguagem coloquial, o que permite ao público menos entendido em assuntos políticos ficar informado sobre esses temas (Tsakona & Popa, 2011, p. 7). Dado que vivemos «numa paisagem mediática que oferece imensas escolhas, a sátira tem o potencial de ajudar as notícias e a política a ultrapassarem as barreiras da apatia pela informação e revigorar o debate democrático (Ödmark & Harvard, 2021, p. 1), pelo que «a comédia política se tornou uma componente integral do ambiente da informação política» (Jennings et al., 2018, p. 1). Não só os comediantes conseguem «captar a atenção de públicos mais apolíticos» (Aburmishan, 2018), como há investigações que provam que alguns programas de comédia norte-americanos são tão ou mais informativos do que os noticiários tradicionais (Baum, 2003, p. 187; Bode & Becker, 2017, p. 10).

Em relação à participação política, os resultados de pesquisas anteriores divergem. Por um lado, os autores Jody C. Baumgartner e Johnathan Morris defendem que *The Daily Show* contribuiu para o cinismo político dos telespectadores e para que estes se abstivessem de ir votar nas eleições presidenciais norte-americanas de 2004 (Baumgartner & Morris, 2006, p. 361). Por outro lado, a autora Olivera Tesnohlikova argumenta que estes programas podem «aumentar o pensamento crítico e a literacia política entre as pessoas» (Tesnohlikova, 2020, p. 5). Allaina Kilby aponta, no mesmo

sentido, que «o estilo de comunicação humorístico pode melhorar os conhecimentos políticos e as capacidades deliberativas do público – condições necessárias para a formação de uma cultura democrática informada e ativa» (Kilby, 2018, p. 3).

Ainda em relação à influência na participação política, temos de considerar o tipo de audiência destes programas: tanto nos EUA, no Brasil e em Portugal, os *hosts* dos talk-shows são ideologicamente de esquerda, pelo que o público mais conservador pode sentir-se alienado (Kfrerer et al., 2021). Assim, se estes programas atingem apenas audiências politicamente homogêneas, a influência política destes programas pode ser nula. Devido à hibridização dos géneros de programas, também tem havido uma hibridização dos papéis desempenhados pelos humoristas. A autora Sara Ödmark argumenta que os humoristas podem assumir diversificados papéis - *Unifiers, Dividers, Reporters, Explainers* e *Solvers* (Ödmark & Harvard, 2021), e a autora Allaina Kilby defende que a comédia pode ser um “novo quarto poder” (Kilby, 2018, p. 2).

Após a análise dos programas diários de *Isto é Gozar com Quem Trabalha*, conclui-se que Ricardo Araújo Pereira assume mais frequentemente o papel de entertainer, pois as suas piadas não têm intenção de mudar a opinião do público ou questionar as normas sociais. Ocasionalmente, o humorista português veste a pele de repórter, dando contexto a questões mais complexas, como por exemplo explicando o voto antecipado em mobilidade. Ainda assim não é um jornalismo de investigação e que aprofunda as questões políticas. Ricardo Araújo Pereira cita outros meios de comunicação para contextualizar os temas, contudo o principal objetivo é ridicularizar e desvendar as incongruências do discurso dos políticos.

No que se refere ao tipo de humor mais usado, Ricardo Araújo Pereira usa um humor mais favorável para com os seus convidados, parecendo ter o objetivo de os deixar sob uma luz mais favorável. Não há momentos de confronto com os políticos que entrevista, mas também usa frequentemente um humor corrosivo para ridicularizar algumas incongruências no discurso destes.

Após a realização dos dois grupos de foco, um constituído por espectadores regulares de *Isto é Gozar com Quem Trabalha* e outro por espectadores ocasionais, os principais resultados a destacar são que este programa é um complemento de informação, mas não deve ser a única fonte do público. Os participantes dizem que o público deve recorrer às fontes tradicionais de informação, pois este programa de sátira política dá

destaque a apenas alguns dos principais temas da semana. Em adição, apesar de a linguagem simples presente no programa ajudar a compreender alguns temas mais complexos, houve participantes que ressaltaram que a simplificação dos temas políticos pode ter consequências negativas, como «o público criar uma falsa noção de conhecimento sobre a complexidade das decisões políticas».

Em relação à questão sobre Ricardo Araújo Pereira dever ou não tratar os convidados da mesma maneira, para os espectadores regulares não pode haver diferenças no tratamento de um convidado para outro; já para os espectadores ocasionais o que deve guiar as entrevistas no programa é o contexto em que elas acontecem e quais são os principais temas que marcam a atualidade.

Sobre a influência da sua opinião dos políticos, em geral, ambos os grupos dizem que é positivo para a imagem de um líder político ser convidado neste programa, pois humaniza-o e mostra que também sabe brincar com os temas mais sérios. No entanto, as montagens presentes em *Isto é Gozar com Quem Trabalha* que mostram as incongruências dos políticos reforçam as ideias que os participantes já têm de certos políticos, mas não mudam muito a sua opinião.

No grupo dos espectadores regulares dizem que o programa de Ricardo Araújo Pereira os ajudou a estar mais atentos à atualidade política e ao que cada partido propõe, especialmente, quando eram mais novos e puderam começar a poder votar, sentiam-se desinformadas sobre as propostas dos partidos políticos. Este efeito é comprovado noutros estudos (Cao, 2010; Kilby, 2018; Tesnohlikova, 2020).

Esta dissertação e as metodologias usadas acabam por ter algumas limitações. Os papéis desempenhados pelos humoristas são fluidos, como diz a autora Sara Ödmark, pelo que, regularmente, torna difícil categorizar com precisão que papéis é que um comediante toma em diversos momentos. Para além disso, os próprios humoristas podem desempenhar mais do que um papel ao mesmo tempo – podem fazer o trabalho de reportar notícias de forma “imparcial”, ao mesmo tempo que comentam e advogam os seus ideias políticos.

No que se refere à metodologia, o focus group não permite reunir amostras muito alargadas e por isso mesmo não serem representativas da realidade. Além disso, uma vez que as entrevistas são em grupo, pode ser um desafio obter opiniões honestas sobre tópicos controversos ou que os participantes sejam influenciados pelas opiniões dos

outros membros do focus group, abstendo-se de responder ou discordar dos outros participantes.

Em relação à amostra, como foi referido anteriormente, o número de participantes não foi muito elevado, e para além disso, não teve grande diversidade étnica, de género e de idades. Os participantes tinham todas idades entre os 22 anos e os 24 anos. Dado que o objetivo era conseguir telespectadores do programa com idades entre 18 e 29 anos, não foram encontrados participantes com idades mais dispersas dentro da própria faixa etária.

Dadas estas limitações, futuros estudos deverão focar-se em obter amostras mais representativas, não só em termos de números, mas também a nível da diversidade étnica, género e com maior intervalo de idades. Adicionalmente, poderá ser relevante escolher telespectadores com idades ainda mais novas, por exemplo entre os 12 e os 18 anos, dado que nessas idades o contacto com a informação política é mais escasso e poderá registar-se um maior impacto nas opiniões políticas dos participantes que vejam programas de sátira política. Esse contacto com a política pode levar à procura de informação sobre as figuras e partidos políticos, ou criar cinismo face à política nacional desde idades mais novas.

A ideologia política dos participantes também não foi explorada com grande profundidade neste trabalho, podendo ser outro ponto de foco em futuros trabalhos: compreender se a afinidade política dos espectadores condiciona a sua atenção ao que é dito num programa de sátira política e quais os efeitos na sua opinião política. Dada a literatura científica sobre este tópico - que comprova que o público liberal nos EUA cria maior afinidade com os comediantes e o público conservador sente-se alienado, consequentemente, desvalorizando o que é dito num programa de sátira política – será importante perceber se isto também é comprovado no público português.

O uso de uma metodologia que quantifique o impacto da sátira política nas opiniões e participação política dos eleitores portugueses é outro ponto relevante, tentando compreender se existe correlação estatística significativa. Por exemplo, estudar se a aquisição de conhecimentos é maior em espectadores que veem menos noticiários; ou se há uma maior predisposição nos espectadores regulares para debaterem assuntos abordados num programa de comédia.

O crítico literário Terry Eagleton defende que «o humor ainda não nos revelou todos os seus segredos» (Eagleton, 2022, p. 110), frase que é comprovada pela falta de

estudos sobre esta temática e os seus efeitos na cultura jornalística e política portuguesa. A indústria académica deve começar a focar-se mais nos possíveis impactos que a sátira tem no consumo de informação e na participação política. Serão precisos mais estudos sobre este tema e que abranjam um maior e mais diversificado público – não apenas o impacto nos jovens, mas também no público que é mais cínico dos políticos e/ou dos meios de informação clássicos.

Em suma, «quem faz da comunicação a sua profissão tem de ir além da verificação dos factos e da altercação estatística. (...) Se quisermos que as pessoas compreendam questões complexas temos de despertar-lhes a curiosidade. Quem sentir curiosidade acabará por aprender» (Harford, 2022, p. 343). Dado que a comédia simplifica a atualidade política e torna-a mais acessível, acaba também por despertar o interesse do público nestas matérias muitas vezes vistas como “aborrecidas”. Sendo Ricardo Araújo Pereira a figura que gera mais empatia com os portugueses e o apresentador do programa mais visto em Portugal, *Isto é Gozar com Quem Trabalha* é um programa que pode despertar o interesse político dos públicos que mais se abstêm da informação política.

Seja um trocadilho numa conversa entre colegas de trabalho, a ridicularização de um acontecimento, ou a desconstrução do absurdo dos argumentos de figuras políticas, «o certo é que a comédia e o riso têm papéis importantes no dia a dia das pessoas» (Lockwood, 2021). Exatamente por a comédia ter a capacidade de tornar a política mais divertida e interessante, atualmente a sátira política tem um lugar de destaque nas democracias. É mais do que uma forma de ridicularização da esfera política ou um suplemento às fontes de informação tradicionais. Tornou-se numa porta de entrada dos jovens para a vida política e ao próprio jornalismo. Os programas de sátira política podem catalisar o público a debater ideias e a formarem as suas identidades políticas; são um espaço que traz os jovens e públicos mais apolíticos de volta para o ambiente democrático.

Bibliografia

- Aburmishan, O. S. (2018). *The New Age of Political Satire*.
- Aguiar, L. A. de, & Cruz, J. (2019). Infotimento e legitimação da opinião: estudo de caso sobre o programa Greg News. *Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares Da Comunicação*, 1–15.
- Almeida, A. (2022). *História do Riso*. Guerra & Paz.
- Bailey, R. (2018). When journalism and satire merge: The implications for impartiality, engagement and ‘post-truth’ politics – A UK perspective on the serious side of US TV comedy.’ *European Journal of Communication*, 33(2), 200–213. <https://doi.org/10.1177/0267323118760322>
- Bains, G. S., Berk, L. S., Daher, N., Lohman, E., Schwab, E., Petrofsky, J., & Deshpande, P. (2014). The effect of humor on short-term memory in older adults: a new component for whole-person wellness. *Advances in Mind-Body Medicine*, 28(2), 16–24.
- Baum, M. A. (2003). Soft News and Political Knowledge: Evidence of Absence or Absence of Evidence? *Political Communication*, 20(2), 173–190. <https://doi.org/10.1080/10584600390211181>
- Baum, M. A. (2005). Talking the vote: Why presidential candidates hit the talk show circuit. *American Journal of Political Science*, 49(2), 213–234.
- Baum, M. A., & Jamison, A. (2011). Soft News and the Four Oprah Effects. In *The Oxford Handbook of American Public Opinion and the Media* (pp. 121–137). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199545636.003.0008>
- Baumgartner, J. (2020). Is It Funny if No One is Watching? Public Response to Late-Night Political Satire. *Comedy Studies*, 1–15. <https://doi.org/10.1080/2040610X.2020.1850101>
- Baumgartner, J., & Morris, J. S. (2006). The Daily Show Effect: Candidate Evaluations, Efficacy, and American Youth. *American Politics Research*, 34(3), 341–367.

- Baym, G. (2005). The Daily Show: Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism. *Political Communication*, 22(3), 259–276.
- Baym, G. (2008). Infotainment. In W. Donsbach (Ed.), *The International Encyclopedia of Communication* (pp. 1–4). John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbieci031>
- Bode, L., & Becker, A. B. (2017). Satire as a source for learning? The differential impact of news versus satire exposure on net neutrality knowledge gain. *Information, Communication & Society*, 21(4), 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1301517>
- Boukes, M. (2019). Infotainment. In T. P. Vos, F. Hanusch, D. Dimitrakopoulou, M. Geertsema-Sligh, & A. Sehl (Eds.), *International Encyclopedia of Journalism Studies*. Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0132>
- Boukes, M., & Hameleers, M. (2022). Fighting lies with facts or humor: Comparing the effectiveness of satirical and regular fact-checks in response to misinformation and disinformation. *Communication Monographs*. <https://doi.org/10.1080/03637751.2022.2097284>
- Brewer, P. R., & McKnight, J. (2017). “A Statistically Representative Climate Change Debate”: Satirical Television News, Scientific Consensus, and Public Perceptions of Global Warming. *Atlantic Journal of Communication*, 25(3), 166–180.
- Cabrera, A. (2010). O Humor na Campanha Eleitoral: Legislativas 2009 em Portugal. *Media & Jornalismo*, 9(2), 209–226.
- Cancela, J., & Vicente, M. (2019). *Abstenção e Participação Eleitoral em Portugal: Diagnóstico e Hipóteses de Reforma*. Câmara Municipal de Cascais. https://run.unl.pt/bitstream/10362/92747/1/Estudo_Portugal_Talks_Absten_o_e_Participa_o_Eleitoral_em_Portugal_2019_1.pdf
- Cao, X. (2010). Hearing it From Jon Stewart: The Impact of the Daily Show on Public Attentiveness to Politics. *International Journal of Public Opinion Research*, 22(1), 26–46.

- Cardoso, J. A. (2009). *Gato Fedorento em versão Daily Show entram na campanha eleitoral*. Público. <https://www.publico.pt/2009/09/09/jornal/gato-fedorento-em-versao-daily-show--entram-na-campanha-eleitoral-17754273>
- Cardoso, J. A. (2022, 9 de dezembro). Ricardo Araújo Pereira: deliberações da ERC ferem liberdade de expressão? “Só ferem o bom senso.” *Público*. <https://www.publico.pt/2022/12/09/politica/noticia/ricardo-araujo-pereira-deliberacoes-erc-ferem-liberdade-expressao-so-ferem-bom-senso-2030805>
- Carvalho, M. S. B. de. (2021). *O formato editorial do humor no jornalismo: Análise do programa “Gente que não sabe estar”* [Faculdade de Ciências Sociais e Humanas]. <https://doi.org/http://hdl.handle.net/10362/116362>
- Chadwick, A. (2017). *The Hybrid Media System*. Oxford University Press.
- Christoff, M., & Dauphin, B. (2017). Freud’s theory of humor. In *Encyclopedia of personality and individual differences*. Springer International. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-28099-8>
- Constantinidis, C., & Klingberg, T. (2016). The neuroscience of working memory capacity and training. *Nature Reviews Neuroscience*, 17, 438–449. <https://doi.org/doi.org/10.1038/nrn.2016.43>
- Cruz, J. F. de J. (2020). *Jornalismo, Infotainment e legitimação da opinião: estudo de caso sobre o programa Greg News*. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.
- Cutbirth, J. H. (2011). *Satire as Journalism: The Daily Show and American Politics at the Turn of the Twenty-First Century*. Columbia University.
- Dahlberg, S., & Holmberg, S. (2016). The Importance of Electoral and Judicial Trust for Regime Support. *Review of Public Administration and Management*, 4(1). <https://doi.org/10.4172/2315-7844.1000182>
- Dahlberg, S., Linde, J., & Holmberg, S. (2015). Democratic Discontent in Old and New Democracies: Assessing the Importance of Democratic Input and Governmental Output. *Political Studies*, 63(1), 18–37. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.12170>

- Deodato, R. (2014). *A comunicação política no entretenimento: o caso dos programas de humor em Portugal 2007-2008* [Instituto de Ciências Sociais e Políticas]. <https://doi.org/hdl.handle.net/10400.5/7127>
- Diário de Notícias. (2022, 8 de julho). Ricardo Araújo Pereira lidera lista de figuras públicas que mais empatia geram. *Diário de Notícias*. <https://www.dn.pt/sociedade/ricardo-araujo-pereira-lidera-lista-de-figuras-publicas-que-mais-empatia-geram-14925273.html>
- Dionigi, A., Duradoni, M., & Vagnoli, L. (2021). Humor and anxiety: The relationship between the comic styles, worry and general well-being. *Personality and Individual Differences, 1814*. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.111028>
- Dori-Hacohen, G. (2016). Barack Obama's Interactions on Late-Night Television Shows: Between Entertainment and Politics. *The 102nd annual Convention of the National Communication Association*. https://www.academia.edu/29833773/Barack_Obamas_Interactions_on_Late_Night_Television_Shows_Between_entertainment_and_politics
- Eagleton, T. (2022). *Humor*. Edições 70.
- Edgerly, S., Vraga, E. K., Bode, L., Thorson, K., & Thorson, E. (2018). New Media, New Relationship to Participation? A Closer Look at Youth News Repertoires and Political Participation. *Journalism & Mass Communication Quarterly, 95*(1), 192–212. <https://doi.org/10.1177/1077699017706928>
- Falkheimer, J., & Heide, M. (2018). What is strategy? In *Strategic Communication An Introduction* (pp. 51–60). Routledge.
- Faustino, A. (2022, 20 de janeiro). *Legislativas 22: Audiências televisivas por Debate, Candidato e Canal*. Cision. <https://www.cision.pt/recursos/artigos/legislativas-22-audiencias-televisivas-por-debate-candidato-e-canal/>
- Ferros, C. S. M. (2017). *A sátira e o jornalismo em Portugal* [Universidade da Beira Interior]. <https://doi.org/hdl.handle.net/10400.6/9461>
- Figueiras, R. (2019). *O efeito Marcelo: o comentário político na televisão*. Fundação Francisco Manuel dos Santos.

- Gregório Duvivier. (2018, 17 de julho). *GREG NEWS com Gregório Duvivier / BOLSONARO*. HBO Brasil.
https://www.youtube.com/watch?v=xMYGCoJ_xC0&t=1s
- Guimarães, J. P. D. L. (2012). *O jornalismo do cidadão: a caserna do leitor d' o inimigo público*.
- Harford, T. (2022). *O que os Números Escondem*. Objectiva.
- Hayman, Z. A. (2017). The Vicious Cycle of Mass Polarization and Fear: A Pilot Program Using Comedy and Dialogue to Leverage Political Polarities. *M.A. in Leadership Studies Capstone Project Papers*.
<https://digital.sandiego.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1008&context=solesmascap>
- Hodgart, M. (2009). *Satire: Origins and Principles*. Routledge.
- Infopédia. (2022). *Contrainformação*.
[https://www.infopedia.pt/apoio/artigos/\\$contrainformacao](https://www.infopedia.pt/apoio/artigos/$contrainformacao)
- Jennings, F. J., Bramlett, J. C., & Warner, B. R. (2018). Comedic Cognition: The Impact of Elaboration on Political Comedy Effects. *Western Journal of Communication*, 1–18. <https://doi.org/10.1080/10570314.2018.1541476>
- Kfrerer, M. L., Bell, E., & Schermer, J. A. (2021). The politics of being funny: Humor styles, trait humorousness, and political orientations. *Personality and Individual Differences*, 182(4). <https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.111073>
- Kilby, A. (2018). Provoking the Citizen. *Journalism Studies*.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1495573>
- Kleinman, P. (2019). *Philosophy 101*. Jacarandá.
- Last Week Tonight with John Oliver is the 194th most popular contemporary TV show and the 233rd most famous*. (2021, February 21). YouGov.
https://today.yougov.com/topics/media/explore/tv_show/Last_Week_Tonight_with_John_Oliver
- Lauren Feldman, & Dannagal Goldthwaite Young. (2008). Late-Night Comedy as a Gateway to Traditional News: An Analysis of Time Trends in News Attention

- Among Late-Night Comedy Viewers During the 2004 Presidential Primaries. *Political Communication*, 25(4), 401–422.
- Lintott, S. (2016). Superiority in Humor Theory. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 74(4), 347–358. <https://doi.org/10.1111/jaac.12321>
- Lockwood, K. (2021). *The Laughing Brain: The Neuroscience Behind Comedy*. Grey Matters Journal TU. <https://greymattersjournaltu.org/issue-2/the-laughing-brain-the-neuroscience-behind-comedy>
- Lujan, H. L., & DiCarlo, S. E. (2016). Humor promotes learning! *Advances in Physiology Education*, 40, 433–434. <https://doi.org/https://doi.org/10.1152/advan.00123.2016>
- Lusa. (2022). Legislativas: IPDJ lança campanha para combater abstenção entre os jovens. In *Público*. <https://www.publico.pt/2022/01/10/politica/noticia/legislativas-ipdj-lanca-campanha-combater-abstencao-jovens-1991346>
- Manuel Castells. (2018). *Rupture: The Crisis of Liberal Democracy*. Polity Press.
- Martin, A., Kaye, B. K., & Harmon, M. D. (2018). Silly meets serious: discursive integration and the Stewart/Colbert era. *Comedy Studies*, 9(2), 120–137. <https://doi.org/10.1080/2040610X.2018.1494355>
- McGraw, P. (2011). *The Importance of Humor Research*. Psychology Today. <https://www.psychologytoday.com/intl/blog/the-humor-code/201109/the-importance-humor-research>
- Morreall, J. (2020). *Philosophy of Humor*. The Stanford Encyclopedia of Philosophy. <https://plato.stanford.edu/entries/humor/#Aca>
- Ödmark, S. (2021). *Jester, journalist, or just jerk? The roles of political comedians in societal debate*. Mid Sweden University Faculty of Science, Technology and Media.
- Ödmark, S., & Harvard, J. (2021). The democratic roles of satirists. *Popular Communication*. <https://doi.org/10.1080/15405702.2021.1929995>
- Paletz, D. L. (1990). Political Humor and Authority: From Support to Subversion. *International Political Science Review*, 11(4), 483–493. <https://doi.org/10.1177/019251219001100406>
- Pereira, J. S. (2016). *Política e Entretenimento*. Fundação Francisco Manuel dos Santos.

- Pereira, J. S. (2019). O entretenimento e a celebração como modalidades de comunicação política. In B. C. Reis & S. R. Magos (Eds.), *Comunicação Política* (pp. 75–103). NIP- -C@M & UAL. <https://doi.org/10.26619/978-989-8191-99-1.3>
- Pereira, R. A. (2020). *Idiotas Úteis e Inúteis*. Tinta da China.
- Pereira, R. A. (2022a). *Isto é Gozar Com Quem Trabalha*. SIC.
- Pereira, R. A. (2022b, 23 de dezembro). A entidade reguladora não regula bem. *Expresso*. <https://expresso.pt/opiniaio/2022-12-23-A-entidade-reguladora-nao-regula-bem-3835ea24>
- Perks, L. G. (2012). The ancient roots of humor theory. *Humor*, 25(2), 119–132. <https://doi.org/10.1515/humor-2012-0007>
- Pinto, P. (2022). “Isto é Gozar Com Quem Trabalha” sobe à liderança da tabela de audiências. In *Zapping*. <https://www.zapping-tv.com/isto-e-gozar-com-quem-trabalha-sobe-a-lideranca-da-tabela-de-audiencias-2/>
- Prior, M. (2005). News vs. Entertainment: How Increasing Media Choice Widens Gaps in Political Knowledge and Turnout. *American Journal of Political Science*, 49(3), 577–592. <https://doi.org/10.2307/3647733>
- Roetzel, P. G. (2019). Information overload in the information age: a review of the literature from business administration, business psychology, and related disciplines with a bibliometric approach and framework development. *Bus Res*, 12, 479–522. <https://doi.org/10.1007/s40685-018-0069-z>
- Santos, I. F. (2006). *Produções Fictícias — 13 Anos de Insucesso*. Oficina do Livro.
- Schopenhauer, A. (2021). *O Mundo como Vontade e Representação*. Edições 70.
- Silva, N. A., & Santos, I. F. (2008). *Antologia do Humor Português*. Texto Editores.
- Sousa, L. M. M., & José, H. M. G. (2016). Benefícios do humor na saúde. *Associação Científica de Enfermeiros*, 16(7), 22–32. <https://doi.org/hdl.handle.net/10884/992>
- Stephens, D. (2018). The Ides of Laughs: The Politicisation of American Late-Night Talk Shows Over Time and Under Trump. *Journal of Promotional Communications*, 6(3), 301 – 323.

- Stewart, J. (2013). *The Daily Show - Gun Control Whoop-de-doo (ft. John Oliver)*. Comedy Central. <https://www.youtube.com/watch?v=9pOiOhxuj5E>
- Tesnohlidkova, O. (2020). Humor and satire in politics: Introducing cultural sociology to the field. *Sociology Compass*, 15(1). <https://doi.org/10.1111/soc4.12842>
- Tsakona, V., & Popa, D. E. (Eds.). (2011). *Studies in Political Humour: In Between Political Critique and Public Entertainment*. John Benjamins Publishing. https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=uELvEqHybukC&oi=fnd&pg=PA1&dq=the+daily+show+political+humour&ots=YNqxI4QUpl&sig=_ZsUK_KR9YsOBik-IjL6dnyJ_QI&redir_esc=y#v=onepage&q=the
- Uhlener, C. J. (2015). *Political Participation*. ScienceDirect. <https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/political-participation>
- Warren, C., & McGraw, P. (2010). Benign Violations: Making Immoral Behavior Funny. *Psychological Science*, 21(8), 1141–1149. <https://doi.org/10.1177/0956797610376073>
- Young, D. G. (2017). Theories and Effects of Political Humor: Discounting Cues, Gateways, and the Impact of Incongruities. *The Oxford Handbook of Political Communication*. https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199793471.013.29_update_001
- Yount, A. (2021). *Delivering the News with Humor Makes Young Adults More Likely to Remember and Share*. Annenberg School for Communication. <https://www.asc.upenn.edu/news-events/news/delivering-news-humor-makes-young-adults-more-likely-remember-and-share>

Anexos

Anexo 1 - Transcrição focus group 1 – telespectadores regulares:

David Oliveira (**DO**): Boa noite a todos. O objetivo deste trabalho é estudar os efeitos, *Isto é Gozar com Quem Trabalha* na opinião e participação política dos jovens portugueses na faixa etária dos 18 aos 29 anos, bem como compreender se este programa de sátira serve como fonte de informação. Eu vou fazer-vos perguntas sobre a vossa familiarização com este programa e outros programas de sátira política e os vossos hábitos de consumo de notícias e confianças nos meios de comunica.

Depois serão mostrados clips do programa *Isto é Gozar com Quem Trabalha* relativos à campanha das legislativas de 2022 e pede-se que deem a vossa opinião e debatam em que medida é que sentem que influencia a vossa opinião dos partidos e políticos.

A vossa participação é voluntária, podem abster-se de responder a qualquer uma das perguntas e desistir do focus grupo a qualquer momento. Os dados identificativos que eu vou recolher são só o vosso nome, idade e região do país em que vivem. Este grupo de foco deverá demorar 1 hora e 30 minutos. Como esta discussão está a ser gravada e será depois transcrita, pedia que antes de falarem digam o vosso nome.

João (**J**): João, tenho 24 anos e sou de Lisboa.

Bernardo (**B**): Bernardo, tenho 21 anos e vivo em Lisboa.

Guilherme (**G**): Guilherme, 24 anos e também sou de Lisboa.

DO: E em e em que dispositivos e plataformas é que vêm o programa na televisão, na plataforma *Opto*, no site da SIC, nas redes sociais, em podcast?

J: Ora bem, respondendo à tua pergunta na televisão, normalmente em direto quando não na televisão, também em diferido. Muito raramente em podcasts. E vejo às vezes alguns clipes nas redes sociais.

B: Vejo na televisão, mas não costumo ver em direto, costumo ver um ou 2 dias depois.

G: Vejo mais em diferido, mas às vezes consigo apanhar em direto. Algumas vezes em podcast também.

DO: E costumam ver o programa todo, só a primeira parte ou excertos?

J: Vejo sempre tudo, incluindo entrevistas.

B: Normalmente vejo tudo, com algumas exceções de entrevistados que me interessassem menos. E houve casos em que comecei a ver a segunda parte e acabei e não acabei, mas neste momento vejo o episódio todo.

G: Também vejo sempre tudo.

DO: E vê em outros programas de sátira política parecido assim com o Ricardo Araújo Pereira? Como por exemplo do John Oliver, não sei se conhecem ou do Gregório Duvivier no Brasil?

J: Não a nível internacional. E acho que o Ricardo é a única pessoa que faz isso em Portugal. Portanto, diria que não vejo mais nenhum programa deste tipo.

B: Vejo só o do Ricardo Araújo Pereira por ser a realidade que mais me afeta e, portanto, estou mais atento a isso.

G: Vejo o John Oliver, quando posso ocasionalmente.

DO: Guilherme, já que és o único que vês o John Oliver, comparativamente com o John Oliver, sentes que o Ricardo tem um humor mais corrosivo ou mais favorável para com os políticos?

G: Eu acho que o John Oliver acaba por ser um bocadinho mais *in your face*. Portanto, isso pode ser interpretado como mais corrosivo do que o Ricardo. Mas também não vejo o Ricardo como sendo muito favorável aos políticos.

DO: Achas que o John Oliver assume um papel mais ativista e de repórter de investigação?

G: O John Oliver deu-me a conhecer alguns temas da realidade quer americana, quer do mundo que eu provavelmente não teria ouvido falar sequer ouvir. Portanto, por aí sim, é mais jornalismo de investigação. O Ricardo, geralmente, diz apenas o que se passa na realidade política aqui de Portugal.

DO: E quais é que são as principais razões para vocês verem o programa do Ricardo: é para se informarem, por uma questão de entretenimento, ou os dois?

J: Há os 2 lados. Gosto de ver alguém que não partilha a minha opinião política, e saber o que é o Ricardo tem a dizer sobre os assuntos, sabendo que, obviamente, ele é humorista. Mas essa é sobretudo um homem inteligente e independente. Não se coíbe de dizer o que pensa e de criticar.

B: Eu diria que vejo um pouco pelos 2 lados. Em primeiro o lado do entretenimento, até porque nós vemos o programa em família, portanto procuramos rir-nos e entreter-nos com o programa. Mas também pela parte da informação, sendo um meio de informação fácil e mais leve também, porque certa forma acaba por tornar os assuntos mais acessíveis, mas não deixa de ser bastante informativo.

G: Vou concordar com os meus 2 colegas. É um pouco esses 2 lados. Do entretenimento que digamos que também faz falta nos meios de comunicação e tendo em conta todas as notícias pesadas que temos. É sempre meia-horinha em que ajuda a desanuviar um bocado. É uma forma de esmiuçar os temas, mas não é tão pesada como um telejornal faria. Portanto ajuda sempre ao processamento da informação de uma maneira mais leve e, portanto, acaba por nos informar, talvez de um de um ponto de vista diferente do normal.

DO: Por falarem de fontes de informação. Qual é que são as vossas nossas principais fontes de informação: são noticiários, rádio, são mais de os sites de notícias, redes sociais?

J: Eu acho que sigo um bocadinho de todos e em quantidades e em e em níveis diferentes. O que sigo mais diria que deve ser a rádio. Noticiários televisivos tento ver um por semana. Tendo a consultar quase todos os órgãos de comunicação online, *Público*, *Expresso*, *Observador*, etc. E leio o *Expresso* em jornal. As redes sociais basicamente sistematizam um bocadinho tudo o que eu disse, portanto, as redes sociais são o modo destes órgãos de comunicação social publicarem aquilo que estão a dizer. E a rede que tenho usado mais, que era pensava que não ia seguir, é o *Instagram*, por exemplo, em que comecei a seguir recentemente todos ou quase todos os líderes parlamentares.

B: Eu acabo por ver os telejornais, a especialmente às refeições, mas não é propriamente onde eu gosto de tirar grandes conclusões porque cada vez são mais repetitivos e mais cansativos. Mas acima de tudo, vejo bastante no *Twitter*, apesar de ser tóxico. Mas gosto de ter acesso a muitas opiniões diferentes, tentando filtrar um pouco que são opiniões mais válidas. E costumo ouvir tudo que é podcast de informação quando vou para a faculdade.

G: Vejo alguns noticiários, mas a rádio é a principal fonte, porque oiço noticiários à hora em que estou a conduzir de casa para o trabalho, e vice-versa. Nas redes sociais leio um pouco sobre tudo, mas com uma pedra de sal.

DO: Ok, e no geral, vocês confiam nos meios de informação portugueses?

J: A pergunta da confiança é uma pergunta bastante *tricky*. Eles dão informação verdadeira, mas muitas vezes apresentam-na de forma parcial ou opinativa. Sim, eles transmitem informações verdadeiras, eu confio neles, mas sei que alguns tem inclinações políticas ou os seus autores são mais de direita ou mais de esquerda. A minha ideia é mais esta: eu acho que nós em Portugal não temos jornais que espalhem propriamente notícias falsas; mas dependendo dos autores, são apresentadas como mais favoráveis a determinados partidos ou ao Governo. É raro apresentarem notícias falsas e quando o fazem, retratam-se e pedem desculpa pelo erro.

B: Assim como João, acho que a nível de acreditar e de serem fidedignos, sim acredito que sejam. Tento ter atenção às fontes, mas quando leio tomo as informações como corretas. A questão é perceber até que ponto há um enviesamento do que é noticiado e perceber se é mais uma opinião do autor do que um facto.

G: Não tenho propriamente mais nada a acrescentar em relação ao que já foi dito, é basicamente o mesmo em termos de confiança. Eu acho que dão informações factuais, mas muitas vezes são artigos jornalísticos que tendem para o artigo de opinião. Mas creio que são de confiança ao nível da veracidade da informação, na maioria das vezes.

DO: E a vossa opinião sobre o Ricardo Araújo Pereira. Acham que é uma figura com a qual empatizam? É um humorista credível e cuja opinião valorizam?

J: Ele é credível, muitas das informações que ele dá são verdadeiras. Mas mais uma vez ele tem a sua parcialidade. Ele fala daquilo que quer e da maneira que quer. Ele tem uma opinião contrária à minha, é alguém que é completamente contrário aquilo que eu acredito e ele tem orgulho nisso. É declaradamente de esquerda e diz que vota na CDU. Discordo em absoluto com ele, mas, pronto, valorizo alguém que não tem medo de o dizer. Ao contrário de outros jornalistas ou comentadores que não o assumem publicamente e depois fazem-se de imparciais.

B: Sim, sem dúvida, valorizo tanto a pessoa como a opinião. E reconheço pelo trajeto profissional. Ele tem uma opinião política da qual discordo também. Mas ele tem a

capacidade de satirizar sob vários pontos de vista. Mas acabo por me identificar com muito do que ele diz, apesar de discordar com ele em muitos aspetos.

G: Sim, valorizo bastante o trajeto profissional. Acabo por valorizar a opinião política dele, diferimos em termos políticos. Mas também os expõem da perspetiva contrária, sem qualquer problema. Pode criticar o seu próprio partido calmamente e a seguir elogiá-los em 30 segundos. Eu acabo por ver a política dessa maneira, podemos concordar com certas medidas, mas depois temos também estar prontos a ser gozados a qualquer momento. E o facto de ele mostrar isso a todo um povo português, que às vezes é muito teimoso nas suas ideias políticas, e não gosta ou não quer simplesmente ouvir o outro lado da moeda das suas ideias, é de valorizar o trabalho do Ricardo.

DO: Então vamos à parte dos clips sobre a campanha eleitoral:

Clipe de Ricardo Araújo Pereira (RAP):

A campanha eleitoral começou ontem. E eu receio que o primeiro grande tema seja demasiado técnico para as pessoas lá em casa conseguirem acompanhar, mas vamos tentar.

(Corta para José Rodrigues dos Santos a abrir o Telegjornal): Boa noite, a campanha arrancou. Com uma piada, Rui Rio escreveu no Twitter que António Costa se inscreveu no voto antecipado para não ter de votar em si próprio.

RAP: *Exatamente, está a discutir-se uma piada no Twitter. A polémica começou quando Rui Rio escreveu este tweet. Reparem o tweet, diz: «O Doutor António Costa arranjou uma forma airosa de evitar ter de fazer o que sabe que não é bom para Portugal. Ter de votar nele próprio Chapeau!» E um emoji de uma cartola. Vamos explicar a questão, se calhar que é complexa, como já disse, António Costa pediu para votar antecipadamente. Chama-se voto antecipado em mobilidade para assim poder votar para a semana, quando vai estar no Porto. Mas ele, recorde-se, é cabeça de lista por Lisboa. Por isso, Rui Rio insinua que o Primeiro-Ministro quer votar no Porto para não ter de votar em si próprio. Só que sucede que não, porque, qualquer cidadão que requisite o voto em mobilidade, independentemente do sítio em que deposita o seu voto, estará sempre a votar no seu círculo eleitoral naquele em que está recenseado. Portanto, Costa pode votar em si próprio. E em princípio, votará. Porque ele gosta muito deste primeiro-ministro.*

DO: A questão que eu tenho para colocar é se aprenderam alguma coisa sobre o voto antecipado em mobilidade sabiam destas desta particularidade?

J: Aprendi que a maior parte das pessoas não sabe o que é o voto em mobilidade, e daí ele ter feito humor. Não sabem como é que o voto antecipado funciona, inclusive o próprio Rui Rio, em princípio, ou pelo menos o que dá para depreender, é que ele também não apanhou muita ideia do voto em mobilidade e provavelmente nunca votou em mobilidade.

DO: E quando aparecem estes temas políticos menos comuns no programa do Ricardo, depois procuram mais informação sobre o tema?

J: Sim, porque, muitas vezes o Ricardo apresenta uma visão mais curta. Tem de ser, a ideia é essa, porque senão não teria tanta graça. Mas é sempre interessante tentar perceber se ele de facto, está a dar a sua opinião pessoal ou uma opinião condicionada. E isso torna-se interessante, porque muitas vezes ele está tem alguma independência, outras vezes está só a dar a sua opinião sobre um assunto.

B: Em relação à primeira pergunta, acho que deste excerto não se tira grande informação, pelo menos eu não tiro, porque acho que já conhecia como funciona o voto em mobilidade. Acaba por ser mais satírico e mais destrutivo do que do que construtivo ou informativo. Em relação à procurar mais informação em relação ao que o Ricardo fala, não procuro informação especificamente sobre os tópicos que ele fala. Como as minhas fontes de informação são à base de podcasts, acabo por ter outras opiniões e outros pontos de vista em relação ao que ele fala. Mas não vou de forma ativa procurar os vários tópicos que ele fala, independentemente de se terem alguns tópicos que eu saiba mais ou menos.

G: Em relação à primeira pergunta, achei que é mais satírico. Como também já votei antecipadamente, já sabia de toda esta questão. Agora saber que o Rui Rio não sabe todas as particularidades do voto antecipado é uma questão um bocadinho preocupante. Sobre a segunda questão, não sei. Às vezes quando há uma piada sobre algo eu não sabia tinha acontecido, aí talvez vá diretamente no momento procurar sobre isso. Mas são ocasiões raras. Não sinto essa necessidade de ativamente ir procurar mais informação sobre cada tema.

DO: Ainda há pouco o Bernardo tinha dito que o Ricardo Araújo Pereira muitas vezes usa uma linguagem mais simples para colocar as questões em termos comuns. Acham

que essa linguagem simples ajuda a compreender este tema ou outros temas políticos mais complexos?

J: Sim, mas esta linguagem é acessível para algumas pessoas, ou determinados temas são acessíveis para as pessoas que conhecem algumas coisas sobre os temas. Eu não tenho tanta certeza se este humor é consumido, apreendido e, de facto, entendido por toda a gente e exatamente da mesma forma. Porque se calhar, muita gente pensa e acredita exatamente naquela que é aquela opinião do Ricardo, e assumem que essa também passa a ser a sua opinião. “A opinião do Ricardo é a opinião do Ricardo, então é também a minha opinião a partir de agora”. Voltamos aqui há questão da credibilidade. É uma pessoa muito vista, é uma pessoa muito aclamada, pode influenciar a opinião de algumas pessoas. Eu diria que, como tendo a estar mais informado, a opinião dele não me convence muito, e distingo a opinião do Ricardo da minha.

B: Eu diria que por um lado sim. Por outro lado, não. Ou seja, eu tinha realçado isso, do meu ponto de vista, torna mais acessível, acho que tenho certas bases ou pelo menos um certo sentido crítico e tenho outras fontes de informação. Agora, eu acho que a comédia acaba por reduzir os temas, facilitando-os, tornando-os mais acessíveis, o que pode ser perigoso para algumas pessoas. E também pode acontecer comigo. Mas acho que pode ser perigoso reduzir temas sérios e não os elaborar de forma adequada. A comédia pode dar uma falsa noção de conhecimento sobre os temas. Por isso, depois acaba por também ser fácil tirar as coisas do contexto, e pode acontecer o que acontece nas redes sociais. Mas, por um lado sim, a havendo um background, um conhecimento mínimo dos temas, ajuda a compreendê-los. Por outro lado, podem ser tão reduzidos e simplificados que dão uma falsa noção de conhecimento.

G: Eu acho que acaba por tornar os temas mais acessíveis, porque qualquer coisa que simplifica a linguagem torna o tema mais acessível. Não digo para mim, e até nem sou da área política, mas para a população em geral, acredito que alguma parte da população, que não é assim tão pequena, não consiga retirar grande informação das notícias do telejornal por ter uma linguagem séria. No programa do Ricardo sempre retiram nem que seja uns risos e depois acabam por perceber um bocadinho melhor dos temas. Mas também pode ter o efeito de dar uma falsa noção de conhecimento. As pessoas ao verem 5 minutos de um tema num programa de comédia, podem ficar a achar que já viram tudo sobre o tema e que já têm bases para dar uma opinião formada. Pode acontecer tudo bem.

Mas acho que o fator positivo de tornar as coisas acessíveis compensa esse risco para a população em geral.

DO: Vou então partilhar outro clipe do programa. Este é relativo à entrevista a Vitorino Silva. Sabem quem é pelo nome e qual o seu partido?

J: É o Tino de Rãs e é do partido RIR.

B: Também conheci logo pelo nome.

Clipe da entrevista:

RAP: «O nosso convidado de hoje, tem propostas concretas para o país, designadamente pão, pão, pão com manteiga é bom. Com fiambre ainda é melhor (...). Vamos a isso, vamos à primeira pergunta senhor Vitorino Silva. O senhor foi militante do PS e foi do PS para o RIR, o seu partido atual é o RIR. Porque é que não optou por ficar no PS a dar vontade de rir como Eduardo Cabrita fez? É quase igual. É um percurso muito parecido com o seu.

Vitorino Silva: O que me deu vontade de rir foi quando o Cabrita saiu, e o Costa foi escolher a Ministra da Justiça, que já estava cansada para ocupar um novo cargo. Foi escolher uma pessoa cansada de ser Ministra e foi pô-la a acumular funções. Isso é que me deu vontade de rir. Eu fiz parte do Partido Socialista e o momento alto foi no Congresso de 1999. Quando estava a falar para fora, para fora do Coliseu, eu estava a falar da terra, da arte, da família. Se puxarem a fita atrás, eles estavam todos a rir-se, a rir-se, mas o povo que é sábio, “diz quem ri por último, ri melhor”».

DO: Neste clipe o Ricardo fala sobre o percurso político do Vitorino Silva. Eu queria perguntar-vos, se vocês sabiam que ele tinha sido militante do PS?

J: Já tinha ouvido falar já. Nem me lembro ou tinha visto.

B: Não, não fazia ideia, não sabia.

G: Não, também não sabia.

DO: Se vocês vissem esta entrevista noutra contexto, em casa, estariam à procura de mais informação sobre o Tino de Rãs, nomeadamente sobre o percurso dele?

J: Provavelmente não, porque é uma pessoa que, apesar de ser bastante votada, é só em algumas zonas do país. O partido RIR candidata-se apenas a terminadas eleições e as propostas, sendo muito honesto e muito direto, não impactam a vida da maior parte dos portugueses. Quando o Tino de Rãs é candidato presidencial, só na zona dele, em Rãs é que deve ter impacto. Não estou preocupado em procurar informação sobre alguém que não tem muita importância eleitoral. Se fosse para Presidente da República, talvez.

B: Não, acho que não ia procurar propriamente mais informação. Acreditando na informação que é dada no programa do Ricardo iria fazer uma pesquisa rápida para confirmar só para ter a certeza que ele foi do PS. Mas depois não passaria disso.

G: Também não iria propriamente embrenhar-me numa pesquisa profunda do *background* do Tino de Rãs. É um facto interessante, fiquei a saber que ele foi do PS, mas não procuraria muito mais informação sobre isto.

DO: Vocês acham que o Ricardo devia assumir mais vezes este papel de jornalista e explicador da realidade e do percurso dos políticos; ou devia cingir-se simplesmente a ser um entertainer e humorista que faz umas piadas sobre política?

J: É preciso ter cuidado. E acho que o Ricardo tem algumas coisas boas e sai-se bem muitas vezes, porque ele é um homem inteligente e de raciocínio muito rápido, que prepara as coisas. Mas noutros casos, apesar de conseguir ser muitas vezes ponderado, por exemplo, nas críticas e aos próprios partidos que apoia, a seleção de informação que ele seleciona dar ou não dar, muitas vezes, pode ser bastante tendenciosa. Essa própria seleção de informação é tendenciosa. Com todos os seus vieses, ele critica muito mais vezes um partido que eu absolutamente odeio, que é o caso do CHEGA. Por exemplo, ele nunca mostrou uma boa ideia ou proposta do CHEGA, que é uma coisa raríssima, mas pode acontecer. O Ricardo fala desse partido de forma somente destrutiva. Por isso, não me sentiria muito confortável que ele só desse informação. Portanto, se ele conseguir ter piada e dar informação mais aprofundada, melhor. Se ele se embrenhar só pela parte da informação, acho que seria perigoso. Mesmo que ele tivesse um outro canal de comunicação, seria perigoso.

B: O equilíbrio que ele tem neste momento entre a da comédia da informação é suficiente e aceitável. Não haveria nenhum problema em haver mais informação. Mas depois, a nível de audiências, era capaz de perder um pouco, porque as pessoas veem pela informação, mas acima de tudo, pela comédia. Mas acho que um pouco mais de informação nunca faria mal, mas se tivesse muito mais informação, se calhar teria menos interesse de se ver. Pela responsabilidade e peso que ele tem sobre as pessoas, acredito que o programa tem o equilíbrio certo neste momento entre o que as pessoas querem de comédia, mas também o que as pessoas precisam de informação. Não diria que é o ideal, mas que é acertado.

G: Não sei se esta comparação é mais correta, mas, comparando com o John Oliver, que vejo por vezes, noto que, nalguns programas, o John Oliver tem secções só informativas, sem humor durante alguns minutos, depois, pronto, acaba com uma piada. Mas tudo isto para dizer que se as pessoas que veem os programas estão de facto interessadas, e não se vão importar de ver mais 30 segundos de informação, sem que haja uma *punchline*. Se o Ricardo começar a adicionar informação ao estilo do John Oliver, como o Bernardo disse, vai perder audiências e um bocadinho do interesse. Mas talvez as pessoas que continuem a ver o programa saem sempre melhor informadas do tema. É um balanço complicado, seja qual prisma pelo qual vejamos.

DO: E, no geral, acham que o *Isto é Gozar com Quem Trabalha* dá a conhecer ao público os políticos e as propostas dos partidos?

J: Respondendo ainda à tua pergunta anterior, mas ligando com esta, uma das coisas que tenho mais curiosidade era saber essa evolução das audiências. Porque quando ele fazia as entrevistas era muito mais interessante, pelo menos para mim. O Ricardo é um homem inteligente, muitas vezes conseguia encavacar as pessoas, e sabendo que os políticos tinham de ter jogo de cintura, eu acho que o programa ganhava se voltasse a ter entrevistas. Nem que fosse só uma vez por mês um líder político. Mas acho que dá a conhecer cada vez menos os políticos e propostas. Bem, e se calhar, o objetivo não é esse, nunca foi. É só gozar com quem trabalha, mas gozar com quem trabalha é gozar com quem faz propostas. Mesmo que sejam as propostas do André Ventura, por exemplo, que para ele são completamente ridículas. Mas ele tem de dizer não só quais é que são as propostas e qual o sentido de voto nos partidos, coisas desse género. Explicar isso e mostrar isso de uma forma factual poderia ser o dever dele. Mas o Bernardo e o Guilherme disseram-no bem, provavelmente, ele percebeu que perdia audiências. E claro que há

alguns convidados e políticos que não são o par perfeito na dança. Não me lembro quem foi, acho que foi do PSD que foi terrível para um programa como aquele. Porquê? Não tinha jogo de cintura com o Ricardo. O Ricardo era muito rápido a fazer-lhe as perguntas, mesmo com as perguntas treinadas, ela não conseguia ser engraçada.

B: Como o João disse, já foi melhor a dar a conhecer políticos e programas. As entrevistas davam sempre espaço para, no meio da comédia, não só para os próprios políticos apresentarem os programas e medidas, como também se defenderem um pouco. Hoje em dia, a comédia é mais crítica, acaba por ser mais ele a realçar só pela negativa os políticos. Acaba só por mostrar o que há de mau nas propostas dos políticos. Mas aquilo que também deve ser enaltecido acaba por passar ao lado do programa. Essas “boas” propostas poderiam ser conhecidas, se ainda houvesse as entrevistas.

G: Não sei bem, se é propriamente um dever de ele dar a conhecer algum programa partidário. Mas acho que é sempre sensato fazer uma análise positiva e negativa, como o Bernardo disse agora. Agora ele perde-se um bocadinho mais na negatividade, e a positividade fica um bocadinho de lado. Com as entrevistas, chamava o líder ou um representante do partido e isso dava algum espaço para defenderem e apresentarem uma ou duas medidas interessantes e inovadoras nas quais um partido crê que se destaca dos outros. Portanto, com tantos partidos, poderíamos ficar a saber em que medida torna um partido diferente do outro. Com estas mudanças novas, sem entrevistas, torna-se mais difícil. Ele escolhe o lado negativo. O lado do humor. É uma escolha.

DO: Acham que é o *Isto é Gozar com Quem Trabalha* informa sobre a atualidade política? É uma espécie de suplemento a informação dos noticiários?

J: Não é um suplemento, é uma continuação. Como Guilherme e o Bernardo disseram bem, porque muitas vezes as questões abordadas no programa são exploradas e para consumo mais fácil. E ele consegue mostra esse lado engraçado da política, porque a política não é só, infelizmente ou felizmente, coisas sérias. E os partidos não se deveriam levar tanto a sério, e ele consegue mostrá-lo.

B: Eu diria que sim, sem dúvida. Ou seja, não deve ser a única fonte de informação, mas como complemento, acho que consegue alcançar o seu objetivo e que é bastante importante.

G: Sim, é um suplemento. O programa dá informação, faz uma coisa que a informação política neste país não tinha antes, que é abordar o assunto de outra maneira, de maneira mais acessível. E tendo alguns pontos negativos, tem sempre, na minha opinião, um saldo positivo para a informação política que chega às pessoas.

DO: OK, então vamos ver dois outros excertos. O primeiro clipe é a introdução da entrevista ao João Oliveira.

Excerto da entrevista a João Oliveira:

R: *O convidado de hoje é responsável pela sobrecarga do SNS. Ao derrubar o Governo e dar hipótese de a direita voltar ao poder, entupiu as urgências com a taquicardia que deu ao seu eleitorado. É o presentando do PCP, o senhor deputado João Oliveira, muito obrigado por ter vindo, eu agradeço imenso.*

João Oliveira (JO): *Aqui estou Manuel Acácio.*

R: *(Risos).*

JO: *Eu só disse isto, porque como você convidou o Jerónimo e apareci eu, quando a gente aparece num sítio sem ser convidado, é assim que temos de introduzir.*

R: *Foi o Carlos Moedas no Fórum da TSF. Não sabia que era a nova regra na política. (...) Senhor deputado, o Jerónimo de Sousa, a quem eu aproveitei para enviar as melhoras, teve de ser substituído por si e por João Ferreira. Entretanto João Ferreira, a quem também aproveitei para enviar as melhoras, adoeceu e teve de ser substituído por Bernardino Soares... a quem aproveitei para enviar as melhoras antecipadas. Só o senhor é que se mantém firme na corrida à liderança do PCP. Que é você, não é?*

JO: *Só está a dizer isso, porque já se esqueceu das campanhas que já fiz de muletas e braço ao peito. Mas é fácil perceber que a questão não de quem vai ser líder do PCP, é uma questão da COVID-19 e da estenose das carótidas. É a terceira vez que venho ao seu programa, no espaço de um ano...*

R: *É porque eu, tal como as maleitas, estou a torcer pelo senhor deputado.*

DO: E agora mostro-vos o excerto da introdução à porta-voz do PAN.

Excerto da entrevista à porta-voz do PAN:

RAP: *A nossa convidada de hoje é favor das pessoas, dos animais e da natureza. E chega, até porque há mais nada, não é? É a candidata do PAN, Inês Sousa Real. Senhora deputada, muito obrigado por ter vindo. Se calhar vamos começar pelo mais difícil. A senhora foi acusada de ter, uma empresa que praticava a agricultura intensiva usando estufas. E você reagiu dizendo o seguinte, «não eram estufas, eram túneis». Pareceu-me que a polémica lhe causou alguma perturbação, o que faz de sim, talvez, não uma florzinha de estufa, mas uma florzinha de túnel.*

Inês Sousa Real (ISR): *Boa noite, Ricardo. Boa noite a todas e a todos. Bom, eu acho que nem florzinha de estufa, nem florzinha túnel. De facto, nós temos muita resiliência no PAN. Nós somos uma grande floresta, já temos raízes em toda a sociedade. E mesmo para alguns ataques que têm sido concertados contra o PAN e também, que fique bem claro, muitas discussões têm sido anunciadas de forma falsa, nos últimos dias, e continuam esses ataques anunciadas... Mas nós continuaremos aqui sem nos demover contra tudo isto.*

DO: No primeiro excerto, temos um Ricardo Araújo Pereira com uma introdução mais favorável ao seu convidado, a João Oliveira. No segundo, ele começa logo a entrevista a Inês Sousa Real com a polémica sobre as estufas e agricultura intensiva praticada pela porta-voz do PAN. Acham que o Ricardo Araújo Pereira deve tratar os políticos de forma igual e imparcial, como se fosse um jornalista? Ou não veem com maus olhos este tipo de diferenças de tratamento?

J: Eu estava a tenta lembrar quando é que aconteceu a polémica com a Inês Sousa Real, mas se as entrevistas aconteceram com pouco tempo de diferença, aí faz toda a diferença. Eu diria que claramente, ele está a ser favorável com aquele que é um partido com que ele se identifica. No outro, ele faz pouco de uma situação caricata e hipócrita da parte da Inês. Então, obviamente que ele aí está a ser favorável, e etc. Se estas entrevistas acontecessem em momentos muito diferentes, não na altura de uma campanha eleitoral, eu se calhar diria que não faz mal. Em princípio não é dramático. Ele pode tratá-los como bem ele quiser. A questão é: eles tecnicamente estão em pé de igualdade. Acreditando que as entrevistas têm mais ou menos as mesmas audiências, ele podia começar também com uma crítica à CDU. Podia atirar um “podre” ao representante da CDU, mostrando provas de que é capaz de criticar qualquer convidado. Como estávamos na altura das

eleições, então ele deve pô-los em pé de igualdade, seja tratando como tratou a Inês, dizendo com tom sarcástico que ela é representante do pessoas, animais e natureza. Não teve assim tanta graça, como acho que ninguém se riu assim tanto aqui. Também podia começar então por criticar e trazendo um tal “podre” sobre a CDU. Então aplicava esse critério para toda a gente e não anda ali com favoritismos e etc. Ou então ainda assume mais claramente a sua persona comunista, ou bloquista, em todos os programas do início ao fim. Não há paninhos quentes para uns e paninhos frios para outros. E aí não condiciona a opinião de ninguém. Como acho que percebemos, e acho que acho que concordamos quase todos, algumas pessoas são, de facto, mais bem introduzidas do que outras.

B: Eu acho que estas diferenças num contexto em que vêes o programa, quer seja em dias seguidos, quer seja no espaço 2 ou 3 dias, passam facilmente despercebidas até por quem esteja menos atento. Se não estiveres a ver com esse sentido crítico, se não souberes que ele vai entrevistar o partido que defende, e se não estivermos à espera de haver diferenças, eu acho que passam bem despercebidas. No entanto, acho que, tendo em conta que as entrevistas foram feitas no mesmo contexto, na mesma campanha, na mesma altura, não deveria haver espaço para haver tratamentos diferentes, como houve claramente. Houve aí uma abordagem mais facilitadora e uma mais incisiva. Portanto, eu concordo com o João. Se fosse em contextos diferentes, em épocas diferentes, seria mais difícil tirar a conclusão de que ele está a ser mais facilitador ou menos facilitador num ou noutro caso, mas a partir do momento em que são feitas na mesma campanha, no espaço de poucos dias, acho que não deveria haver espaço para ver estes tratamentos diferentes.

G: Podes só relembrar-me a pergunta?

DO: Se notaste diferença no tratamento com os dois convidados e se achas que o Ricardo tem de tratar os convidados de forma imparcial, igual como se fosse um jornalista?

G: Acho que foi óbvio que tratou de forma diferente. Teríamos de ver todos os programas e as piadas de abertura de cada partido para ver as diferenças. Mas também temos de dar o mérito ao João Oliveira e teve uma boa piada logo a seguir, o que dá logo um rumo à entrevista, um bocadinho mais alegre. E isso é diferente de quase o *stand-off* que já estava a haver entre o Ricardo e a Inês desde o início. Se ele devia tentar ser imparcial? Como o João e o Bernardo disseram, o contexto é importante. Se estes momentos foram com dias de diferença, sobre as mesmas eleições, e tendo o Ricardo a voz pública que tem, ele tem

de começar a ter cuidado. A comédia é sempre subjetiva, mas tem de se esforçar ao máximo para tentar manter o plano mais imparcial possível, porque, há pessoas que tiram informações políticas para seu voto das entrevistas que ela faz. Portanto, ele tem de ter noção de que a sua palavra vale bastante.

DO: Como último excerto, e só para dar um pouco de contexto, queria mostrar um clipe relativo ao momento em que o PS e o António Costa começaram a cair nas sondagens, começando a ter medo de não conseguir a maioria absoluta.

Excerto:

RAP: *António Costa estava a caminho do poder e é um daqueles condutores que iam enquanto olham para o telemóvel. Não para ver o GPS, mas para estar de olho nas sondagens. Estava a guiar assim. Ora o que é que acontece? As sondagens são várias pessoas a dar opiniões. E é esse o problema. Toda a gente sabe que conduzir com muita gente a dar opiniões dentro do carro costuma acabar mal. E, portanto, eram as pessoas a gritar: “É por ali!”, “Não é!”, “Trava!”, “Eh pá, mantém-te no centro” “Não vai mais para a esquerda”, “Cuidado, olha o Rio, na caias!» As sondagens enganaram. Primeiro disseram-lhe que estava perto da maioria absoluta, e, afinal, não estava. Por isso é que ele tem andado aos ziguezagues. Agora quer dialogar, portanto, primeiro deitou o prédio abaixo e depois acha que é melhor marcar uma reunião de condomínio. Ora se bem se lembram, na semana passada, ele dizia que o diálogo era impossível. Até houve um programa que apanhou bem isso. Vamos repetir uma coisa que já tínhamos posto, vejam:*

Montagem de momentos de António Costa: “Eu Não posso dizer agora aos portugueses que vamos simplesmente continuar a geringonça” (imagem de uma ponte a explodir). “Aquilo que me compete dizer é que nestas condições, com partidos como o Bloco, nós, de facto precisamos de uma solução, estabilidade, que o Bloco não oferece” (imagem de uma ponte a explodir). “Há propostas do PAN que são inaceitáveis” (imagem de uma ponte a explodir). “Não nunca serei parceiro de diálogo com o Rui Rio. Não, esse é um cenário que nunca se colocará” (imagem de uma ponte a explodir).

DO: Esta montagem que mostra a rápida mudança do António Costa, da opinião e da estratégia dele, tem impacto na vossa opinião sobre o António Costa? Reforça o vosso cinismo político de alguma forma?

B: Eu diria que sim. Acho que é fácil quando já temos alguma desconfiança ou algum desagrado para com uma personalidade, independentemente de quem quer que ela seja. Por outro lado, fico um pouco desconfortável com o facto de o Ricardo apresentar as coisas deste modo, mas, por outro lado, acabo por sentir que a minha insatisfação com o António Costa é, de certa forma, justificada. Portanto, acaba por reforçar o descontentamento, ou as ideias que eu já tinha previamente definidas sobre certa personalidade.

G: Se reforça o meu cinismo político? Acho que ver duas opiniões contrastantes assim montadas de repente, reforça o cinismo de qualquer um. Ainda por cima, como o Bernardo disse, se já temos ideias previamente definidas, ao vermos assim isto exposto, acaba um bocadinho por ser um choque de realidade. Mas ao mesmo tempo, é um pouco como as coisas são. Ver assim personalidades políticas, seja sobre que assunto for, a mudarem de opinião a velocidades, às vezes, demasiado rápidas e para o polo completamente oposto, deixa-me bastante cínico, sim.

J: Não tenho muito mais para acrescentar.

DO: Já vimos cliques de entrevistas a alguns políticos, mas como vocês veem o programa regularmente terão até outros exemplos em mente. Vocês acham que um político aparecer num programa de comédia e de sátira política acaba por torná-lo mais humano? Coloca-o numa luz mais favorável?

J: Sim, como já disse. Eu acho que isso está estudado. A ideia é que o que nós temos de os políticos estarem num pedestal, que são diferentes de nós, por qualquer razão as pessoas consideram e não percebem que os políticos também têm emoções, também têm sentimentos, também são capazes de provocar um bom riso e etc. Isto faz deles mais pessoas como nós. E isso cria empatia. Quer dizer, depende dos casos, não é? Obviamente que alguns não conseguem criar empatia absolutamente nenhuma. Mas ainda assim conseguem tornar-se mais acessíveis, digamos assim. Se calhar se eles participassem mais neste tipo de debate ou entrevistas – que agora já não existem no programa - fazia com que muitos deles descessem até do pedestal que eles próprios se metem, não é? E começariam a tornar-se mais humanos e achar que estão investidos de alguma autoridade, ou que têm uma aura qualquer que os torna especiais. Até daí poderiam perceber mais das necessidades dos portugueses, e pela maneira como a plateia os aplaudiu, etc., poderiam de melhor forma auscultar até o seu eleitoral e dar entender ao seu potencial

eleitoral o que fazem. Claro que eu percebo que eles têm medo, porque é difícil. Mas se isso fosse bem explorada pelos políticos, poderia tornar-se até uma arma muito interessante da parte deles para conquistar mais votos.

B: É sim, sim, sem dúvida. Eu acho que não só é vai estar não só a nível de política. Tudo o que são personalidades conhecidas acabam por parecer mais distantes, ou mais inalcançáveis, ou menos humanas, menos emocionais. Portanto, sem dúvida, pelo facto de participarem neste programa, até pela maior descontração e pela forma como se toca nos temas de forma diferente, fá-los bastante mais humanos, bastante mais próximos. Os convidados pelos quais já tinha algum apreço ou com os quais concordo, acabo por desenvolver um gosto maior até. Mas mesmo as pessoas com quem eu não concordo, desenvolvo alguma empatia. Perceber que, apesar daquelas ideias que eu não concordo, consigo empatizar com as ideias que eles acreditam; e, acima de tudo, que eles têm vida, que são pessoas que têm emoções, e que há outros pontos de vista para além do meu. Podem ser ideias que não concordaria, mas que até fazem o seu sentido, percebo o ponto de vista delas. Como eles estão ali dispostos a meter-se numa situação desconfortável e que pode não correr bem pelas suas ideias e pelo que eles acreditam, acho que é positivo, porque, não só nós os reconhecemos como pessoas, mas eles também se relembram que são pessoas como todos nós e alguns precisam, de certa forma, de sair de lá do pedestal, de estarem próximos, de rirem, de fazerem rir e também serem gozados. Mas sim, eu acho que sem dúvida, participar nestes programas faz com que as pessoas ganhem apreço pelos convidados, e, de certa forma, tornam-se bastante mais acessíveis, mais humanos e mais emocionais.

G: Sim, torna-os mais humanos. Depois, se os torna mais favoráveis à população em geral? Isso depende do que eles fazem com a oportunidade que é dada quando aparecem no programa. Mas sim, é tudo o que o Bernardo e o João disseram. Políticos e celebridades acabam por parecerem inalcançáveis. Isso também se deve à maneira como são apresentados. Quando é que nós vemos os políticos? Vemos os políticos em comícios, vemos os políticos sempre rodeados dos seus militantes, sempre com as mesmas ideias que eles sempre a apoiá-los constantemente; ou o vemo-los em entrevistas, rodeados de jornalistas, situações de alta pressão, onde eles têm de responder no momento. O ambiente descontraído ajuda a tirar um bocadinho esse manto, a vê-los um bocadinho mais como pessoas e para eles se defenderem também um bocadinho, defendem aquilo em que acreditam, explicarem-se melhor num novo contexto. Mas sim, torna-os mais humanos.

J: Queria só acrescentar que eles só aparecem neste contexto descontraído por culpa dos próprios políticos. Os próprios políticos não percebem que coisas como essas têm de existir. Por exemplo, eu agora estou a conhecer o novo líder do meu partido, a Iniciativa Liberal, mas sei que o antigo era uma pessoa a pessoa mais acessível do mundo. E quando digo que era a pessoa mais acessível do mundo, significa que qualquer um de nós que está aqui, se quisessem falar com ele, poderia falar. Ele tratar-vos-ia bem e ia tratar-vos por “tu”. É uma das coisas que se calhar faz mais diferença em alguns casos, mas admito que não seja fácil para todos. E isso é em alguns casos, principalmente para a população jovem muito importante. Isso gera mais empatia, não acabarem a dizer que têm de ter “respeitinho por mim”.

DO: Voltando àquela montagem de há pouco – na qual o Ricardo diz que o António Costa rebentou todas as pontes de diálogo, e depois muda de opinião numa semana. Imaginem que essa montagem era mostrada num noticiário televisivo - obviamente não seria tão espetacular e sensacionalista -, mas se fosse num contexto informativo do noticiário que mostra a mudança de António Costa, acham que teria mais impacto na vossa opinião sobre o António Costa do que esta montagem do Ricardo Araújo Pereira?

J: Não sei responder.

G: Não sei se teria mais impacto. Mas até temos, em Portugal, programas como o *Polígrafo* da SIC, que fazem por vezes esse contraste sem lá estar sem recorrer ao humor. Para mim nessas situações sendo humorístico ou não, o que se retira de importante é a mudança da opinião da pessoa. Seja de qualquer maneira que for. Às vezes, a ver debates políticos, não temos total noção dos programas eleitorais e do que os políticos já disseram no passado, de que algumas afirmações dos políticos são falsas ou verdadeiras. Portanto, acho importante, tanto no contexto humorístico ou jornalístico, que uma montagem não sei se levaria mais a sério. Mas acho que é importante que tanto no humor como num noticiário que haja estas montagens que mostram a incongruência dos políticos.

B: Não sei responder a isso, porque tenho alguma dificuldade de imaginar de que forma é que isso passaria, por exemplo, num telejornal. Mas não sinto que fosse ter mais ou menos impacto. Acho que esse impacto acabaria por depender daquilo que cada pessoa dá mais importância, ou se considerasse mais credível uma opinião da parte do Ricardo ou então a informação do telejornal. Mas não sei, não sei responder a isso sinceramente.

DO: Uma das polémicas que têm marcado o Isto é Gozar com Quem Trabalha é o Ricardo recusar-se a convidar o André Ventura, o líder do CHEGA. Açam que ele tem essa obrigação, o dever de convidar o André Ventura ou outra personalidade e líder de um partido político?

J: Não tem, o programa é dele. Se eu acho que ele faz mal, faz. Isso é minha opinião.

B: Obrigação sem dúvida que ele não tem. Lá está o programa é dele. De certo modo, devia convidá-lo, acho que devia dar esse espaço. Seria um programa com muito difícil para ele, seria um programa muito difícil também para o André Ventura. Por um lado, é compreensível a abordagem que ele que ele tem, mas eu acho que devia convidá-lo. Apesar de não ter essa obrigação, mas o dever, de certo modo, acabaria por ter.

G: Sim, é isso. A obrigação? Não, não tem. O programa é dele, ele faz as coisas que ele entende que são as melhores. Se seria recomendado? Seria, já que dá a plataforma a todos os outros políticos, mesmo que tenham ideias já bastante díspares das dele. Mesmo sendo talvez dos partidos mais longínquos em relação a ele no espectro político, a plataforma deveria estar lá caso o André Ventura, ou alguém do CHEGA, quisesse usá-la também.

DO: João, queres desenvolver porque achas que o André Ventura deveria ser convidado?

J: O Ricardo não tem obrigação de o fazer, porque é a maneira como ele pensa o mundo. Se fosse eu e se tivesse a influência do Ricardo, convidaria. Mas se calhar digo isto porque não tenho a ideologia dele. E a ideologia dele exclui aqueles que não concordam com ele em muitos aspetos.

DO: Açam que este programa vos torna mais predispostos a acompanhar os debates e campanhas políticas?

J: Não, não tem influência nesse aspeto, porque eu já acompanho por interesse próprio e académico.

B: Para mim, sim, sem dúvida. Foi na altura em que comecei a acompanhar mais a política, comecei aí também a acompanhar o programa. Comecei a acompanhar e a procurar mais informação sobre política, e acho que uma das razões para o interesse é, precisamente, o programa do Ricardo. O programa abriu-me a porta para me interessar mais sobre política, para perceber sobre os temas que são abordados no programa.

G: O programa do Ricardo fez parte de toda uma série de circunstâncias que me foi levando a tentar acompanhar mais a política. Se foi o principal motivador? Não, porque quando fiz os 18 anos, quando passei a ter idade para começar a votar, nas primeiras eleições, senti que votei, mas sem que o meu sentido de voto estivesse muito fundamentado. Não há e não havia tempo para ver todos os programas e ver o que dizem todos os partidos. E também não acompanhava muito o debate político na altura, e, desde aí para agora, tenho um feito um esforço diligente para ver mais debates e informar-me mais. O programa é um complemento e ajuda bastante.

DO: Sentem que *Isto é Gozar com Quem Trabalha* tem impacto na vossa vontade de votar? Lembram-se de algum momento em que o Ricardo Araújo Pereira incentivou as pessoas a ir votar, fosse de maneira geral ou até a irem votar numa determinada força política?

J: Diria que o Ricardo não apelou a que as pessoas votassem, nunca houve um apelo geral ao voto. Nunca disse no programa: “Vão votar, porque é o vosso dever, o vosso direito”. Se ele argumentou ou expôs que certas hipóteses eram melhores que outras? Sem dúvida, ou tenho quase a certeza disso. Se calhar não disse diretamente, preto no branco, “Votem PCP, ou CDU ou Bloco de Esquerda”. Mas dá para perceber claramente que ele diz: “não votem naqueles tipos, porque eles são uns maus da fita e uns diabos”. Acho que é por aí, é o voto pela rejeição de uns, do que pela afirmação dos outros.

B: Não, acho que haja grande apelo ao voto, apelo a ir votar. Assim como também não acho que a minha vontade de votar mude de alguma forma, ou seja influenciada pelo programa. O contexto é que faz com que sinta necessidade e uma obrigação de votar. Mas acho que o programa não tem qualquer influência em relação a isso.

G: Eu também não me lembro de nenhum apelo ao voto, agora que penso nisso. Mas, como os meus colegas já disseram, não me influenciou em nada a vontade de ir votar. Já iria votar de qualquer das maneiras.

DO: Guilherme, já que és o único que vês outros programas de sátira política, e em especial o John Oliver, ele muitas vezes incentiva o público a assinar petições públicas, a manifestar-se e a contactar os seus representantes locais. Gostariam que o Ricardo Araújo Pereira assumisse esse papel mais interventivo e mais ativista? Ou ele deve cingir-se mais a ser um entertainer simples e falar sobre política de forma muito breve e superficial no programa?

J: Tenho dúvidas que ele conseguisse fazer de uma forma, não diria completamente neutra, mas equilibrada, em que ele conseguia dar destaque de uma forma mais ou menos equilibrada e justa para todos. A menos que isso, fosse uma secção à parte em que ele teria de fazer qualquer coisa sem graça absolutamente nenhuma - não sei como é com o tal John, mas estou curioso. O Ricardo teria de dizer “Este é o Ricardo a falar convosco”, à semelhança do que o Marques Mendes faz, falando das ações meritórias, seria uma perspectiva um bocadinho mais assim. Como não acredito que o fizesse de forma equilibrada, acho que não deveria fazê-lo. O Marques Mendes, que é uma pessoa que eu também não concordo, consegue fazê-lo muito mais, porque consegue ser mais equilibrado e consegue ir buscar muito muitos sítios diferentes, se calhar, porque é informado por muito mais gente.

B: Acho que o programa sem o Ricardo não teria o mesmo nível, ou não seria semelhante, e também acho que ele não conseguindo ser imparcial, também não deveria entrar por essa área; até porque, como nós vimos no início das 2 entrevistas, dificilmente ele teria a capacidade de ser imparcial. Neste momento, acho que não há propriamente espaço dentro do programa que ele faz, dentro da abordagem que ele tem, para haver momentos desses. Ainda que ache que faria falta haver um programa político com tanta audiência em que houvesse essa preocupação de ter um lado mais ativista, acho que este não seria o programa ideal, assim como Ricardo, não seria a pessoa ideal.

G: Não sei. Se o Ricardo deveria, não sei. Ele se quisesse decidir ser um bocadinho mais ativista, seria. Se isso teria consequências na reatividade das pessoas ao programa? Teria, porque também não tenho bem a noção de como é que o povo português responderia assim a apelos muito diretos. Creio que não responderia bem, ou pelo menos não tão bem como o povo americano. No caso do John Oliver, ele assume mesmo as suas ideias e os apelos acabam por corresponder às ideias dele. Eu creio que ele no seu programa está a falar para quem partilha da opinião dele. Não está a falar para mais ninguém nessas alturas. Não sei se no contexto português teria os mesmos riscos que no contexto americano tem. Alienaria logo milhões de pessoas, mas pronto, é um risco que John Oliver assume, que o Ricardo poderia assumir se quisesse. Teria resultados, provavelmente mais negativos, para o Ricardo, diria.

DO: Então, como última pergunta, depois de vocês verem o programa do Ricardo, seja aqui ou quando veem em casa - por exemplo, o Bernardo disse que vê com a família -,

vocês sentem-se encorajados a falar sobre política, a debater sobre política, seja com amigos, com família ou nas redes sociais?

J: Também já o faço naturalmente. Não preciso de ver o Ricardo para o fazer. Mas o que ele diz no programa pode servir como exemplificação numa conversa – como aquele exemplo que mostraste com o “GPS Costa”. Sei lá, pegar num aspeto qualquer que ele tenha falado. Por exemplo, ele ainda não pegou no rompimento da Iniciativa Liberal com o PSD nos Açores. Ele poderia pegar, por exemplo, com isso e com o que o Nuno Barata disse na Convenção da Iniciativa Liberal. Se a questão é: se me encoraja a debater? Sim. Mas eu acho que as pessoas se esquecem que, muitas vezes, o Ricardo tem de seleccionar a informação e ele tem de literalmente tirar as coisas de contexto. Claro que as faz engraçadas, mas ao mesmo tempo não é o que as faz totalmente corretas e compreensíveis. Se calhar o António Costa teve de facto razões para fazer aquilo. Podemos dizer que “ele não tem espinha dorsal, é um invertebrado”. Tudo bem. Mas também acho que quase toda a gente aqui concorda e todas as pessoas percebem isso: é uma democracia, ele tinha de ganhar as eleições. Se não fizer aquilo, perde as eleições, então que chance é que ele tem, se não o faz? Ou seja, se as pessoas se sentem encorajadas a discutir? Eu diria que sim, mas acho que muitas vezes as pessoas não percebem que o facto de tirarem as coisas de contexto é só mesmo porque tem graça. Mas as pessoas têm de ler e informarem-se noutros sítios.

B: Sim, sem dúvida. Apesar de eu ver o programa regularmente e de procura bastante informação sobre política, tenho 100% de noção que pouco ou nada sei sobre política. Mas acho que por este programa existir e muita gente da nossa idade vê-lo torna bastante mais fácil, mais acessível e mais recorrente que haja debate de política entre nós, independentemente de ser só sobre a piada X, ou piada Y, ser sobre o programa X ou sobre a personalidade Y. Acho que o facto de este programa ser o que é, ao horário que tem e no dia em que é, mesmo antes da semana começar, acho que é propício a que, pelo menos com os meus amigos, que haja comentários, que haja debates, que haja troca de ideais. Mas isso não é só do programa do Ricardo. Sinto que a partir do momento em que qualquer fonte de informação, que eu ouço ou que veja, dá-me certa vontade de debater, ou pelo menos de questionar, de querer ouvir mais e de querer a tentar articular argumentos.

G: Sim, acho que acaba por encorajar, principalmente porque facilita a acessibilidade e pode, eventualmente, levar as pessoas no dia seguinte a falar do de um dos assuntos que

que se falou no programa, gerando-se uma conversa sobre política a partir daí. Encoraja o debate por aí. Torna a informação mais acessível. Complementa, na maioria das vezes, o que o telejornal diz, e torna um debate mais rico, caso ele aconteça.

Anexo 2 - Transcrição do focus group com telespectadores ocasionais do programa:

DO: Boa noite a todos. O objetivo deste trabalho é estudar os efeitos, *Isto é Gozar com Quem Trabalha* na opinião e participação política dos jovens portugueses na faixa etária dos 18 aos 29 anos, bem como compreender se este programa de sátira serve como fonte de informação.

Eu vou fazer-vos perguntas sobre a vossa familiarização com este programa e outros programas de sátira política e os vossos hábitos de consumo de notícias e confianças nos meios de comunica. Depois serão mostrados clips do programa *Isto é Gozar com Quem Trabalha* relativos à campanha das legislativas de 2022 e pede-se que deem a vossa opinião e debatam em que medida é que sentem que influencia a vossa opinião dos partidos e políticos.

A vossa participação é voluntária, podem abster-se de responder a qualquer uma das perguntas e desistir do focus grupo a qualquer momento. Os dados identificativos que eu vou recolher são só o vosso nome, idade e região do país em que vivem. Este grupo de foco deverá demorar 1 hora e 30 minutos. Como esta discussão está a ser gravada e será depois transcrita, pedia que antes de falarem digam o vosso nome.

David Ribeiro (DR): Chamo-me David, tenho 24 anos e sou de Lisboa.

Filipa Neto (FN): Sou a Filipa, também tenho 24 anos e sou de Lisboa.

Francisco Cruz (FC): Sou o Francisco, e também sou de Lisboa e tenho 24 anos.

DO: Em que dispositivos e plataformas é que vocês usam para ver o programa na televisão, na plataforma *Opto*, no site da SIC, nas redes sociais ou em podcast?

DR: Eu normalmente vejo, quando tenho disponibilidade, em direto na televisão. Quando não tenho, utilizo o *Spotify* para ouvir em podcast, mas aí sinto que perco um bocado da experiência por boa parte do programa são piadas visuais.

FN: Também normalmente apanho na televisão em direto. Excecionalmente ouvi em podcast, mas normalmente é em direto.

FC: Quando vejo, quer em direto quer em diferido, é sempre na televisão, excetuando qualquer segmento que às vezes me aparece nas redes sociais, vejo alguns momentos específicos.

DO: E costumam ver o programa todo, só a primeira parte - quando havia primeira e segunda parte, agora já é tudo de seguida – ou apenas excertos?

FC: Costumo ver sempre o programa todo.

FN: Eu diria que vejo mais aos excertos.

DR: Eu também vejo o programa todo.

DO: E quais é que são as principais razões para verem este programa de sátira política? Para se informarem, é por uma questão de entretenimento ou um pouco dos dois?

FN: Eu acho que é entretenimento. Normalmente, é quando não está a dar nenhum programa que eu gosto, ou naquele horário não tenho nada para fazer. Portanto, informação não será o propósito com que vejo o programa.

DR: Eu vejo porque gosto muito de política e dos temas, e acho que o Ricardo consegue dar uma visão diferente sobre assuntos sérios. Por isso, é um bocadinho pela informação política e pelo entretenimento.

FC: Eu concordo um bocadinho com o David. No fundo, é pelo principalmente entretenimento, porque a maioria das situações que são lá expostas, do ponto de vista informativo, não me dão a conhecer muito mais do que aquilo que eu já sei de antemão, porque são sobre as grandes situações que surgem geralmente ao longo da semana. Mas também há a componente informativa, porque acrescenta principalmente elementos mais pequenos da atualidade e que passam um pouco por baixo do meu radar.

DO: E costumam ver outros programas de sátira política, como, por exemplo, o *LastWeekTonight* do John Oliver, nos Estados Unidos, ou o *Greg News* do Gregório Duvivier, no Brasil?

FN: Não.

FC: Não.

DR: Também não.

DO: Mesmo não vendo, por exemplo, o programa do John Oliver. No programa deste comediante norte-americano há muitos momentos de investigação e de ativismo. Achem que o Ricardo Araújo Pereira devia assumir esse papel mais ativista e fazer mais reportagens de investigação?

FC: Sim e não. Por um lado, eu acho que seria importante, não necessariamente nesta componente de reportagens de investigação, mas sinto que às vezes seria importante aprofundar ou acrescentar alguma informação aos temas: seja, uma questão de contexto no qual dadas declarações de um político foram referidas; ou seja mesmo dar informação de *follow-up* de coisas que foram apresentadas num programa anterior; ou informações mais específicas, mesmo dentro dos próprios tópicos. Não diria necessariamente investigação, mas contextualização adicional daquilo que é falado no programa.

FN: Eu acho que o Ricardo Araújo Pereira é assumidamente um comediante, e o fator da investigação era capaz de prolongar demasiado as piadas, porque são piadas sempre muito imediatas. São umas a seguir às outras. O Ricardo às vezes nem dá tempo para processar uma piada, porque ele já está a dizer outra. Se houvesse a componente da investigação, talvez os tempos da comédia eram capazes de se perder.

DR: Eu acho que no formato em que o programa está não lhe permite trazer essa componente de investigação. Acho que se fosse algo mais estruturado, em formato de série, aí talvez o programa pudesse ir nessa direção. Atualmente o programa resume o que se passou durante uma semana ou mesmo nas semanas anteriores. Acho que, neste momento e com este formato, não daria para fazer isso.

DO: Agora, sobre os nossos hábitos de consumo de notícias. Quais é que são as vossas principais fontes de informação: noticiários televisivos, sites de demais de informação, redes sociais, rádio?

FN: Principalmente sites de notícias.

DR: Eu sou uma pessoa viciada em podcasts ligados a economia e política. Mas ainda assim procuro ler, procuro sites de notícias, como o *Jornal de Negócios* e também o *Expresso*.

FC: Da minha parte, é também um misto de podcasts, jornais em formato físico, nomeadamente o *Expresso*, e depois informação online nas redes sociais dos principais meios de comunicação. Mas o principal o principal é redes sociais e podcasts.

DO: E, de uma forma geral, confiam nos meios de comunicação portugueses? Achem que elas transmitem informações verdadeiras?

FN: Sim.

FC: sim, com salvaguarda de uma ou outra exceção, que são efetivamente exageradas e sensacionalistas. Estou a pensar, por exemplo, na *CMTV* e, mais recentemente, na *CNN Portugal*.

DR: Acho que sim, se bem que todos os canais têm a sua ideologia e a sua posição política, e por isso podemos ser influenciados por aquilo que nos querem passar. Por exemplo, a *SIC Notícias* tenta dar voz as várias pessoas das diferentes famílias políticas. Mas ainda assim há uma forte tendência para a direita na *SIC Notícias*. Portanto, é preciso termos noção daquilo que nos estão a tentar passar e tentarmos pensar e procurar conhecimento por nós próprios.

DO: E qual é que é a vossa opinião em relação ao Ricardo Araújo Pereira, como *host* do *Isto é Gozar com Quem Trabalha*? Acham que é uma figura com a qual empatizam? É um humorista credível e cuja opinião valorizam?

DR: Eu acho que ele é a pessoa certa. O Ricardo tem a vantagem de ser muito inteligente, de não ter medo de mostrar a sua ideologia política e de tomar posições. Nós conseguimos distinguir a ideologia política dele, e acho que consegue acrescentar bastante a este programa por causa disso.

FN: O Ricardo tenta mostrar que ele é só o *host*, tenta mostrar que há uma equipa por detrás dele que trabalha naquilo que é dito, na construção do programa. Acho que é uma mais-valia ele assumir que eles são um grupo e o programa é o produto do trabalho de equipa. Mas mais do que ser credível, ele encara muito uma personagem. Por exemplo, o Ricardo do *Governo Sombra* não é definitivamente o Ricardo do *Isto é Gozar com Quem Trabalha*, e acho que se consegue fazer uma separação muito clara das águas. Percebemos que ele agora está ali a ser um palhacinho durante meia-hora, e depois passa para a próxima personagem, na qual ele encarna e veste os sapatos de senhor grande que se sente à mesa com os adultos e faz comentários sobre o que seja. Ele consegue muito bem distinguir e fazer-se de *host*, e depois passar a ser o Ricardo.

FC: Sim, confio e empatizo na medida daquilo que é o papel dele. É um programa, a meu ver, essencialmente de entretenimento, tem uma base informativa, mas, essencialmente, é de entretenimento. E, portanto, a avaliação que eu posso fazer daquilo que é a opinião dele é sempre contingente ao propósito dele – o seu propósito é o entretenimento. Qualquer opinião que possa ser vinculada em direto no programa tem sempre um desconto associado, pelo menos da minha parte. Por outro lado, acho que é bom e um fator de confiança e de transparência, o Ricardo admitir e é ter noção do que é, quais são os seus enviesamentos políticos, a sua orientação política. Por conhecermos as suas opiniões políticas, haver essa componente de transparência e ele próprio gozar também com isso, é outro elemento que eu acho que contribui também para a questão da confiança e da empatia. Mas no fim do dia o propósito do programa é essencialmente entreter. Não

há aqui nenhuma agenda escondida, nem um propósito de convencer ou de vender uma dada perspectiva.

DO: Vamos à parte dos clips sobre a campanha eleitoral:

Clipe de Ricardo Araújo Pereira (RAP):

A campanha eleitoral começou ontem. E eu receio que o primeiro grande tema seja demasiado técnico para as pessoas lá em casa conseguirem acompanhar, mas vamos tentar.

(Corta para José José Rodrigues dos Santos a abrir o Telejornal): Boa noite, a campanha arrancou. Com uma piada, Rui Rio escreveu no Twitter que António Costa se inscreveu no voto antecipado para não ter de votar em si próprio.

RAP: *Exatamente, está a discutir-se uma piada no Twitter. A polémica começou quando Rui Rio escreveu este tweet. Reparem o tweet, diz: «O Doutor António Costa arranhou uma forma airosa de evitar ter de fazer o que sabe que não é bom para Portugal. Ter de votar nele próprio Chapeau!» E um emoji de uma cartola. Vamos explicar a questão, se calhar que é complexa, como já disse, António Costa pediu para votar antecipadamente. Chama-se voto antecipado em mobilidade para assim poder votar para a semana, quando vai estar no Porto. Mas ele, recorde-se, é cabeça de lista por Lisboa. Por isso, Rui Rio insinua que o Primeiro-Ministro quer votar no Porto para não ter de votar em si próprio. Só que sucede que não, porque, qualquer cidadão que requisite o voto em mobilidade, independentemente do sítio em que deposita o seu voto, estará sempre a votar no seu círculo eleitoral naquele em que está recenseado. Portanto, Costa pode votar em si próprio. E em princípio, votará. Porque ele gosta muito deste primeiro-ministro.*

DO: Depois de verem este excerto em que o Ricardo Araújo Pereira explica o voto antecipado em mobilidade, sentem que aprenderam alguma coisa sobre esta questão muito específica ou já sabiam destas particularidades do voto antecipado em mobilidade?

FC: Sim, já conhecia. Em parte, por ter visto na altura este mesmo clipe, mas também por conhecimentos de outros amigos meus que estão deslocados e que também votam em mobilidade. Portanto, já tinha tido a oportunidade de falar com eles a respeito destas questões.

DR: Já tinha conhecimento desta particularidade, mas, provavelmente, sabia disto por na altura ter visto o programa, este clipe em específico.

FN: Eu sabia que existia o voto em mobilidade, obviamente não sabia exatamente como é que funcionava. E, sim, aprendi alguma coisa com isto.

DO: Filipa, já que dizes que aprendeste alguma coisa nova sobre este assunto, se estivesses a ver o programa e visses este momento, irias procurar mais informação sobre ele? Isto é, procurarias informação sobre outro assunto no qual não tivesses tanto entendimento?

FN: Sim, provavelmente, sim. Por exemplo, neste caso a eu sou uma estudante deslocada, portanto, às vezes, se calhar, até podia ser útil, num momento de eleições saber mais sobre isto. Portanto, talvez fosse pesquisar mais. Acho que não daria este assunto por terminado.

DO: Muitas vezes o Ricardo usa esta linguagem mais simples e coloca em termos mais comuns questões políticas mais complexas. Achrom que isso ajuda a compreender este tema ou outros temas políticos?

DR: Eu penso que sim. Tudo o que seja passar informação de forma mais simples torna-a mais fácil de compreender.

FN: Eu diria que sim. Mas também se pode correr o risco de excessiva simplificação. Se assuntos políticos complexos forem decantados até à exaustão e tornados demasiado simples, pois também perdem sua seriedade. Isso pode levar-nos a ignorar a complexidade e pontos relevantes dos próprios temas. Se estivermos a simplificar um problema só sob um ponto de vista, também se perde conteúdo, perde-se informação. Sim, fica mais simples, mais pessoas percebem; mas também se perdem diferentes pontos de vista e perde-se informação.

FC: É um bocado uma faca de dois gumes. Por um lado, mesmo sendo uma possível excessiva simplificação, para pessoas pouco informadas ou que não procurariam e estas informações naturalmente já é sempre melhor do que terem zero de informação. Há aqui informação e aprendizagens ganhas. Por outro lado, é verdade que esta aprendizagem que se faz é centrada só no aspeto cómico, de ridicularizar. Portanto, acaba por ser também uma perspetiva enviesada - não no sentido de obrigar a uma dada visão, mas enviesada no sentido de ser limitada. Não permite ver os vários aspetos da questão. Apresenta um ponto de vista que parece ser global, geral, como se fosse a totalidade da questão, mas não o é na prática.

DO: Vou então partilhar outro clipe do programa. Este é relativo à entrevista a Vitorino Silva. Sabem quem é pelo nome e qual o seu partido?

DR: Sim, sei.

FC: É o Tino de Rãs, certo. Ele é do partidoo RIR.

Clipe da entrevista:

RAP: *«O nosso convidado de hoje, tem propostas concretas para o país, designadamente pão, pão, pão com manteiga é bom. Com fiambre ainda é melhor (...). Vamos a isso, vamos à primeira pergunta senhor Vitorino Silva. O senhor foi militante do PS e foi do PS para o RIR, o seu partido atual é o RIR. Porque é que não optou por ficar no PS a dar vontade de rir como Eduardo Cabrita fez? É quase igual. É um percurso muito parecido com o seu.*

Vitorino Silva: *O que me deu vontade de rir foi quando o Cabrita saiu, e o Costa foi escolher a Ministra da Justiça, que já estava cansada para ocupar um novo cargo. Foi escolher uma pessoa cansada de ser Ministra e foi pô-la a acumular funções. Isso é que me deu vontade de rir.*

Eu fiz parte do Partido Socialista e o momento alto foi no Congresso de 1999. Quando estava a falar para fora, para fora do Coliseu, eu estava a falar da terra, da arte, da família. Se puxarem a fita atrás, eles estavam todos a rir-se, a rir-se, mas o povo que é sábio, “diz quem ri por último, ri melhor”».

DO: Neste clipe o Ricardo fala sobre o percurso político do Vitorino Silva. Eu queria perguntar-vos, se vocês sabiam que ele tinha sido militante do PS?

FC: Não.

DR: Eu na altura das eleições legislativas, sabia isso. Provavelmente soube que ele era militante do PS, por ter visto esta entrevista.

FN: Eu lembro-me de saber isso, mas não me lembro se o soube porque tinha visto este programa, ou porque já sabia isto.

DO: Quando veem estas entrevistas aos políticos no programa do Ricardo, procuram mais informação sobre eles durante ou após o programa?

FC: Na generalidade, não. Em raras ocasiões, durante o programa, por alguma coisa que um dos convidados disse, procuro só para confirmar um facto, embora não me lembre especificamente do contexto disso. Mas lembro-me de ter acontecido um par de vezes, mas em raras situações fiz isso.

DR: É basicamente o que Francisco faz. Não faço uma pesquisa muito ativa, nem no antes, pós ou durante de estar a ver o programa.

FN: Eu acho que é um bocadinho também como isso, se houver alguma coisa que por algum motivo eu não acredito que tenha acontecido, aí sim procuro. Verifico se aconteceu, mas não de uma forma muito ativa, não faço isso depois de ver no programa de forma regular.

DO: Achrom que o Ricardo devia fazer mais destes momentos em que explica o percurso político dos convidados ou até as propostas dos partidos?

FN: Voltamos à discussão de há bocado sobre se ele deve fazer mais investigação ou não. Eu acho que acaba por ser um bocadinho aquilo que o Francisco disse há bocado. Podemos acabar por ficar numa situação um bocadinho dúbia, na qual as pessoas podem deixar de perceber efetivamente que aquilo é um programa de comédia e sátira. Podem passar a achar que é uma fonte de informação, como se fosse um jornal da noite, ou um outro programa do género, em que, aí sim, há uma forma diferente de apresentar informação.

FC: Não há muito a acrescentar. No fundo, é um bocado o que já foi dito. Eu acho que tem de haver sempre uma base de informação, porque é o conteúdo essencial ao programa. Mas a informação e entretenimento tem aqui um papel muito diferente. Não há um propósito de ser factual, há este propósito de hipérbole para efeitos de comédia. Portanto, acho que se deve traçar aqui uma linha algures entre estes dois elementos. A informação é indispensável para que o programa possa acontecer, é a base do programa e transmite-se pela comédia. Mas o objetivo não é ser factual ou passarem informação por si só.

DO: E, no geral, acham que o *Isto é Gozar com Quem Trabalha* dá a conhecer ao público os políticos e as propostas dos partidos?

DR: Eu acho que expõe um bocadinho algumas vulnerabilidades existentes nos partidos. Expõe um bocadinho os pensamentos mais retrógrados, algumas ideias não muito bem definidas. Eu acho que este programa é mais um sítio para expor vulnerabilidades.

FN: Expõe incoerências também.

DO: Acham que é o *Isto é Gozar com Quem Trabalha* informa sobre os principais temas da atualidade política? É uma espécie de suplemento a informação dos noticiários?

DR: Eu acho que não. Por exemplo, nas últimas semanas tem havido grandes incidentes político. No último programa que vi, só foram falados de três grandes tópicos, e um deles nem era relevante - foi algo nas redes sociais. Depois, foi sobre os abusos dos padres e escândalo da Igreja. E, por fim, um bocadinho do programa foi dedicado à TAP. Ou seja, não aprofundou muito bem os temas, acho eu. Acho que é bom para se satirizar, mas acho que não é muito uma fonte de informação densa.

FC: Eu concordo, acho que tem muito esse valor retrospectivo, é mais falar do que se passou na semana. É uma forma de lembrar os principais pontos de contenda e as principais coisas que aconteceram. Mas também é muito superficial nesse aspeto e,

portanto, nem se qualifica como uma fonte de informação. Pode ser, eventualmente, sobre os tópicos em relação aos quais alguém não sabe muito ou não sabe nada. Pode ser um ponto de entrada para outros complementos, pode ter essa função de desbloquear, mas, por si só, eu não consideraria um complemento à informação, uma fonte de informação.

FN: Eu concordo com tudo que disseram, não tenho muito mais a acrescentar.

DO: Vamos então ver dois outros excertos. O primeiro clipe é a introdução da entrevista ao João Oliveira e outro da entrevista a Inês Sousa Real.

Excerto da entrevista à porta-voz do PAN:

RAP: *A nossa convidada de hoje é favor das pessoas, dos animais e da natureza. E chega, até porque há mais nada, não é? É a candidata do PAN, Inês Sousa Real. Senhora deputada, muito obrigado por ter vindo. Se calhar vamos começar pelo mais difícil. A senhora foi acusada de ter, uma empresa que praticava a agricultura intensiva usando estufas. E você reagiu dizendo o seguinte, «não eram estufas, eram túneis». Pareceu-me que a polémica lhe causou alguma perturbação, o que faz de sim, talvez, não uma florzinha de estufa, mas uma florzinha de túnel.*

Inês Sousa Real (ISR): *Boa noite, Ricardo. Boa noite a todas e a todos. Bom, eu acho que nem florzinha de estufa, nem florzinha túnel. De facto, nós temos muita resiliência no PAN. Nós somos uma grande floresta, já temos raízes em toda a sociedade. E mesmo para alguns ataques que têm sido concertados contra o PAN e também, que fique bem claro, muitas discussões têm sido anunciadas de forma falsa, nos últimos dias, e continuam esses ataques anunciadas... Mas nós continuaremos aqui sem nos demover contra tudo isto.*

DO: E agora partilho a introdução que ele faz ao João Oliveira.

Excerto da entrevista a João Oliveira:

RAP: *O convidado de hoje é responsável pela sobrecarga do SNS. Ao derrubar o Governo e dar hipótese de a direita voltar ao poder, entupiu as urgências com a taquicardia que deu ao seu eleitorado. É o presentando do PCP, o senhor deputado João Oliveira, muito obrigado por ter vindo, eu agradeço imenso.*

João Oliveira (JO): *Aqui estou Manuel Acácio.*

RAP: *(Risos).*

JO: *Eu só disse isto, porque como você convidou o Jerónimo e apareci eu, quando a gente aparece num sítio sem ser convidado, é assim que temos de introduzir.*

RAP: *Foi o Carlos Moedas no Fórum da TSF. Não sabia que era a nova regra na política. (...) Senhor deputado, o Jerónimo de Sousa, a quem eu aproveito para enviar as melhoras, teve de ser substituído por si e por João Ferreira. Entretanto João Ferreira, a quem também aproveito para enviar as melhoras, adoeceu e teve de ser substituído por Bernardino Soares... a quem aproveito para enviar as melhoras antecipadas. Só o senhor é que se mantém firme na corrida à liderança do PCP. Que é você, não é?*

JO: *Só está a dizer isso, porque já se esqueceu das campanhas que já fiz de muletas e braço ao peito. Mas é fácil perceber que a questão não de quem vai ser líder do PCP, é uma questão da COVID-19 e da estenose das carótidas. É a terceira vez que venho ao seu programa, no espaço de um ano...*

R: *É porque eu, tal como as maleitas, estou a torcer pelo senhor deputado.*

DO: Olhando para estas duas introduções de Ricardo Araújo Pereira a dois representantes de partidos diferentes, sentem que há um tratamento igualitário das figuras políticas e da forma como ele fala com os dois?

FC: Não, mas há aqui um grande “Mas”, que é a questão contextual. Por um lado, assumo que os convites para o programa são feitos com alguma antecedência e, portanto, provavelmente não havia forma de antecipar esta esta polémica que na altura estava na moda, era um tópico de conversa e, portanto, justifica essa pergunta de abertura. Por outro lado, o João Oliveira era uma figura mais de segundo plano, que até foi lá em substituição do Jerónimo de Sousa, e, portanto, não sendo uma figura tão relevante acaba por não ter “telhados de vidro”, por comparação com aquilo que vemos noutras entrevistas. Portanto, há uma diferença no tratamento, mas diria que é justificada pelos fatores contextuais às figuras que lá vão, àquilo que são os tópicos de interesse e pertinentes na altura em que elas são convidadas.

DR: Eu concordo com o que Francisco disse. Acho que o contexto em que se é convidado tem de guiar a conversa. Não acho que tenha sido desrespeitoso nem com um ou com outro. Tratou-os de forma diferente, mas foi devido ao contexto.

FN: As pessoas têm de perceber o contexto em que vê estes dois momentos, estas duas aberturas de entrevistas. Depende de como cada pessoa interpreta isto, de como cada um tenta perceber porque é que na primeira instância, ele faz uma abordagem, na outra faz outra abordagem.

DO: Então, para vocês é o contexto que deve definir a atitude do Ricardo: interessa-vos menos que ele seja imparcial e trate os políticos como se fosse um jornalista? Ou seja,

não vos interessa que o Ricardo introduza os convidados de forma imparcial e trate de forma igual, vocês valorizam mais o contexto em que eles são convidados, é isso?

DR: Mais ou menos. Se tu tiveres de entrevistar uma pessoa ou um artista que tu gostes muito um artista, e, um dia antes da entrevista, essa pessoa é acusada de cometer um crime. Inevitavelmente, vais ter de direcionar a entrevista de forma diferente. Acho que é mais por aí. Acho que ele não foi parcial, simplesmente não podia evitar falar do elefante que estava na sala. Mas é a minha opinião.

FC: Concordo com o David, ele resume bem a minha perspetiva neste assunto.

DO: E acham que ele devia usar mais vezes um humor corrosivo e abordar mais estas questões sobre estas polémicas nas entrevistas? Ou deve ter um humor mais favorável para com os convidados?

DR: Isso depende muito do estilo de humor que se gosta. Eu, por exemplo, gosto mais de um estilo de humor duro e direto. Mas tem a ver com a sensibilidade de cada pessoa que que vê.

FN: Eu sinto que o Ricardo pode evidentemente assumir ter um humor mais corrosivo. Mas depois os convidados e os políticos recusariam ir ao programa frequentemente por não saberem lidar tão bem com esse tipo de humor. Para se estar num programa em que se sabe que vão gozar connosco, é preciso um tipo de personalidade que lide bem com isso, e, se calhar, há pessoas que não para lidar com isso. Isso significa que ele depois podia receber mais uns “nãos” aos convites. Tem mais que ver com o que lhe interessa e quais são os objetivos dele para o programa.

FC: Acho que, no geral, a perspetiva está muito bem simplificada. Acho há um risco neste humor assim mais corrosivo, mais direto, que é inerente ao tipo de humor em si, que é a simplificação. Estamos aqui a falar de algo que já é uma simplificação da transmissão de informação. Estas questões podem ser pontos de contenda que geram piadas fáceis e talvez muito apelativas de se fazer neste estilo. Mas essas piadas têm pouco valor, ou ainda têm menos valor informativo do que outros registos de humor. Portanto, eu acho que tem de haver aqui um equilíbrio. Não queremos reduzir só o programa aos momentos de entretenimento, mas a principal vertente é a do entretenimento e cujo principal propósito não é a informação, mas que ainda assim tem algum valor informativo.

DO: Como último excerto, e só para um pouco de contexto, queria mostrar um excerto relativo ao momento em que o PS e o António Costa começaram a cair nas sondagens, começando a ter medo de não conseguir a maioria absoluta.

Excerto:

RAP: *António Costa estava a caminho do poder e é um daqueles condutores que iam enquanto olham para o telemóvel. Não para ver o GPS, mas para estar de olho nas sondagens. Estava a guiar assim. Ora o que é que acontece? As sondagens são várias pessoas a dar opiniões. E é esse o problema. Toda a gente sabe que conduzir com muita gente a dar opiniões dentro do carro costuma acabar mal. E, portanto, eram as pessoas a gritar: “É por ali!”, “Não é!”, “Trava!”, “Eh pá, mantém-te no centro” “Não vai mais para a esquerda”, “Cuidado, olha o Rio, na caias!» As sondagens enganaram. Primeiro disseram-lhe que estava perto da maioria absoluta, e, afinal, não estava. Por isso é que ele tem andado aos ziguezagues. Agora quer dialogar, portanto, primeiro deitou o prédio abaixo e depois acha que é melhor marcar uma reunião de condomínio. Ora se bem se lembram, na semana passada, ele dizia que o diálogo era impossível. Até houve um programa que apanhou bem isso. Vamos repetir uma coisa que já tínhamos posto, vejam:*

Montagem de momentos de António Costa: “Eu Não posso dizer agora aos portugueses que vamos simplesmente continuar a geringonça” (imagem de uma ponte a explodir). “Aquilo que me compete dizer é que nestas condições, com partidos como o Bloco, nós, de facto precisamos de uma solução, estabilidade, que o Bloco não oferece” (imagem de uma ponte a explodir). “Há propostas do PAN que são inaceitáveis” (imagem de uma ponte a explodir). “Não nunca serei parceiro de diálogo com o Rui Rio. Não, esse é um cenário que nunca se colocará” (imagem de uma ponte a explodir).

DO: Esta montagem que mostra a rápida mudança do António Costa, da opinião e da estratégia dele, tem impacto na vossa opinião sobre o António Costa e sobre os políticos em geral?

DR: Eu como sou um consumidor bastante ativo de notícias e, mais concretamente, de política, já tenho já tenho uma ideia formada. Uma montagem como esta não me surpreende, é algo bastante comum para a pessoa que é. E estas situações também são transversais a todos os políticos. É um problema geral e transversal a todos os políticos.

FC: Eu diria que não altera muito a minha opinião, não pensando tanto na pessoa específica do António Costa, mas neste chavão de que se dizem muitas coisas em política, e, portanto, nós sabemos que num dia é carne, no outro dia é peixe. Nós sabemos isso, pode ter sido um elemento relevante nas últimas eleições, algumas indefinições e incapacidade dos políticos dizerem que assumem sempre uma determinada perspetiva e

que agiriam sempre desta forma. Portanto, nesse sentido, acaba por não influenciar muito a minha opinião. Por outro lado, se for um acumular de situações que se repetem várias vezes no tempo, aí sim teria algum impacto. Ou seja, a informação por si só não tem um impacto por aí além, mas se estas montagens estiverem sempre associadas à mesma pessoa, aí sim, começa a ter impacto. Se no programa preferem sempre os mesmos políticos e apanham-nos em situações deste género de incoerência, acaba por ter alguma influência.

FN: Sim, eu acho que não tenho grande coisa a acrescentar.

DO: Esta montagem de imagens aqui é um bocadinho sensacionalista, mas o humor recorre ao exagero frequentemente. Vamos supor que esta montagem – de forma menos sensacionalista - aparecia no noticiário: uma montagem na qual primeiro aparece António Costa a dizer que não quero dialogar, e passados poucos dias já quer dialogar com outros partidos. Acham que a montagem no noticiário informativo teria mais impacto do que se aparecesse num contexto de um programa de comédia? Qual é que tem mais impacto na vossa opinião sobre o António Costa?

FN: Para mim, eu acho que é no contexto informativo que tem mais impacto, obviamente, principalmente pelo formato. Estamos a comparar o entretenimento com a informação: se no programa de informação vão confrontar com as mudanças de opinião de alguém vou prestar mais atenção e vou tentar perceber porque é que estão a dizer isto, qual é a importância desta montagem. Se vir isto no programa do Ricardo, não dou tanta importância.

FC: Eu concordo, essencialmente, porque há esta expectativa de que, num formato informativo, num noticiário, por exemplo, ou até uma rubrica mais de opinião - sem tanto esta componente de entretenimento e de paródia das situações -, a forma de tratar esta informação é diferente. Ou seja, eventualmente há um debate maior ou dão maior atenção às circunstâncias que levaram a esta mudança de opinião. Portanto, por todo o conteúdo extra e pelo aprofundar das circunstâncias desta incoerência, eu diria que o formato informativo teria e tem sempre mais peso.

DR: Eu concordo com o Francisco e com a Filipa, e não tenho assim muito a acrescentar.

DO: E de uma forma geral, acham que, quando os políticos são convidados num programa de sátira política, isso os coloca sob uma luz mais favorável, acaba por humanizá-los?

DR: Eu acho que não. Eu acho que muitas vezes vão lá, porque não podem recusar ir. Primeiro, porque este programa lhes dá palco, visibilidade. Em segundo, porque políticos

têm uma boa retórica, conseguem fundamentar as suas opiniões e têm bases sólidas de conhecimentos e de pensamento; se os políticos recusarem ir a este programa, depois ficam um bocadinho com a sua credibilidade posta em xeque. Portanto, eu acho que eles nestas situações não têm muito poder de escolha, a não ser que o Ricardo Araújo Pereira faça como fez com o André Ventura: dizer que não o queria no programa dele e aí passou a bola para o lado.

FN: Eu acho que vou discordar do David. Eu acho que normalmente ser convidado num programa de comédia ou de sátira acaba por ser uma forma também dos políticos se apresentarem de forma mais descontraída, de mostrarem que se calhar são capazes de fazer piadas tão boas como as do Ricardo e até de responder na mesma moeda. E isso acaba por fazê-las descer um bocadinho do seu pedestal. E, por isso, é que eu descordo em parte com o David: acho que acho que sim, acho que é uma forma de humanizar os políticos e acho que eles aproveitam isso, não acho que o façam de forma inconsciente. Acho que é uma coisa que eles fazem, porque sabem da importância disso.

FC: Eu acho que estou algo no meio: eles não se podem dar ao luxo de não ir a estes programas, porque efetivamente dá palco a visibilidade. E ao mesmo tempo podem ganhar esta faceta mais humana, mas depende um pouco da própria postura deles e da abordagem. Eu acho que há contrastes nas entrevistas e segmentos, em que nós percebemos efetivamente que alguém está a tentar puxar a brasa à sardinha deles. Por exemplo, na altura das eleições, há pessoas que conseguem comentar sempre de forma a conseguir vender um programa político que tem para apresentar. E isso não é inerentemente mau. Na altura de eleições, em que se quer que as pessoas sejam informadas, todas as oportunidades de passar essa informação acabam por ser válidas. Eu sinto que um político que vá a este programa e alinhe nesta componente mais de paródia, no reconhecer das limitações ou as incoerências do próprio discurso, acaba por estar o ganho de uma nova faceta, ganha importância por vermos a pessoa com uma faceta mais humana e menos propagandista.

DO: Uma das polémicas que têm marcado o *Isto é Gozar com Quem Trabalha* é o Ricardo recusar-se a convidar o André Ventura, o líder do CHEGA. Acham que ele tem essa obrigação, o dever de convidar o André Ventura?

FN: Não. O programa é dele, não é um programa de informação que deve a todos os dirigentes políticos o mesmo tempo de antena; o Ricardo não assume este como um programa de informação, o programa pretende ser de entretenimento. Portanto, não sinto

que deva nada a ninguém, que não tem de dar tempo de antena a ninguém, inclusive, ao André Ventura.

DR: Eu concordo com a Filipa, mas acho que é uma pena este tipo de abordagem, porque acho que o Ricardo Araújo Pereira no tipo de programa que é, acho que conseguiria colocar em xeque o André Ventura - o que também não é muito difícil. Acho que conseguiria ridicularizá-lo. Aquelas pessoas que estão às vezes um bocadinho descrentes no país, acabam por ouvir aquilo que o Ventura diz e nem pensa muito bem nisso. Acho que Ricardo Araújo Pereira perde uma oportunidade de expor as maiores fragilidades do discurso do Ventura.

FC: Para mim também acaba por ser um sim e não ao mesmo tempo. Efetivamente, ele não tem qualquer obrigatoriedade. Se fosse um programa em que os partidos têm tempo de antena alocado e têm de tempo de antena igualmente distribuído - houve algumas polémicas em torno dos debates, que políticos é que deviam ser incluídos nos debates em prime-time, quem é que não era, mas esses programas tinham outros tipos de responsabilidade. Mas eram programas de informação, o objetivo deles é sensibilizar a população e informar a população para que votem em consciência. O programa do Ricardo não é um programa de informação. Estes programas não são. É um programa de sátira. Pode ter componente informativa, porque precisa de uma base de construção, mas não é um programa de informação. É um programa de entretenimento e, portanto, não há aqui obrigação de convidar o André Ventura. Eu gostaria que ele tivesse sido convidado, acho que havia algo a acrescentar neste convite. Concordo que é uma oportunidade perdida, embora seja um bocadinho numa ótica egoísta, parte da minha discordância com os ideais do André Ventura; e, nesta ótica utilitarista, seria uma boa oportunidade para o desmontar. Mas eu não acho também que deva ser o objetivo da ida de qualquer político. Acho que há este espaço para o humor, para a exposição de incoerências e fragilidades, mas sem que isso faça o Ricardo tomar uma posição adversária, de mostrar que “político A, B ou C é mau”. Mas é neste contexto, em que o objetivo é entretenimento. Se fosse informar, a minha opinião seria diferente.

FN: Eu acho que é exatamente este ponto que o Francisco acabou de tocar: a razão para querermos que o André Ventura vá ao programa do Ricardo é que nós sabemos que ele vai desmontar o discurso do Ventura com muita facilidade. Acho que a partir daí deixou de ser quase uma razão válida para lá ir, porque isso significaria que nós queremos que o programa tenha um viés muito claro - e é claro que isso, por exemplo, para mim também era giro, era bom que, de vez em quando, houvesse isso. Mas efetivamente se o programa

pretende ser um bocadinho mais isento, essa é uma das razões para ele não convidar o André Ventura. O Ricardo se calhar sabe à partida que não vai conseguir ter essa intenção menos clara, que o trataria de alguma forma diferente que trata os outros partidos. Portanto, ele assume que, já não gosta dele, não lhe dá tempo de antena.

DO: Acham que este programa vos torna mais predispostos a acompanhar os debates e campanhas políticas?

FN: Eu diria que não.

FC: Não.

DR: Não.

DO: Sentem que tem impacto na vossa vontade de votar? Lembram-se de algum momento em que o Ricardo Araújo Pereira incentivou as pessoas a ir votar, fosse de maneira geral ou até a irem votar numa determinada força política?

FN: Eu não me lembro e tenho a minha opinião formada sobre esse assunto, portanto, não é por ver ou não o programa do Ricardo que vai fazer alguma diferença.

FC: No geral, também, diria que não. Não me lembro de nenhuma instância específica em que ele incentivasse a votar. E também voto por uma questão pessoal, de dever cívico, e isso é independente do programa em si.

DR: Não, estou alinhado com o Francisco e a Filipa.

DO: Vocês não veem outros programas de sátira política, mas, por exemplo, nos Estados Unidos, muitas vezes os humoristas têm um papel mais ativista e de incentivar as pessoas a assinar petições públicas, manifestarem-se nas redes sociais e contactarem os seus representantes locais. Gostariam que o Ricardo Araújo Pereira assumisse esse papel mais interventivo e mais ativista?

DR: Eu acho que não no formato em canal aberto. Acho que para isso teria de sair da SIC. Teria de ser algo mais pessoal. Acho que teria de usar os seus canais próprios.

FC: Também é um não, no molde e no grau de desenvolvimento com que ele apresenta as coisas agora. Acho que há sempre um risco associado a ser ativista e acho que em canal aberto, ou mesmo que não fossem em canal aberto, justifica sempre alguma prudência: era preciso apresentar as várias facetas de um problema e com muito maior grau de desenvolvimento. Como há este propósito de entretenimento, diria que não é muito adequado.

FN: Eu concordo.

DO: Apesar de não verem o *Isto é Gozar com Quem Trabalha* com muita frequência, depois de verem o programa do Ricardo Araújo Pereira, sentem-se de alguma forma

encorajados a debater sobre política, seja com os vossos amigos, com a vossa família ou nas redes sociais?

FN: Eu acho que, por exemplo, quando eu estou com a minha família a ver o programa, o que acaba por acontecer é que nós acabamos por comentar menos os assuntos políticos e mais as piadas estão a ser feitas. Comentamos mais as piadas e a abordagem do Ricardo, do que comentamos propriamente aquilo que aconteceu.

FC: É mais ou menos essa a minha perspetiva também. Eu acho que é muito saliente a questão do entretenimento - pode ser um ponto de partida para conversas, mas não é um promotor em si das conversas sobre política ou sobre os tópicos específicos do programa.

DR: Eu acho que é um bom início para uma conversa, como o Francisco disse. Muitas vezes falo de partes do programa com amigos meus e depois acabamos por aprofundar os assuntos e temas do programa, damos a nossa opinião. Portanto, é sempre um bom início de conversa, é mais fácil com o programa puxar alguns assuntos.