



# UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

O Papel do Humor e das Celebidades no programa  
*Extremamente Desagradável*

Dissertação apresentada à Universidade Católica Portuguesa  
para obtenção do grau de mestre em Ciências da  
Comunicação, especialidade em Comunicação, Marketing e  
Publicidade.

Por

Gonçalo Nuno Coelho Bispo Câmara

Faculdade de Ciências Humanas

Setembro 2024



# UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

O Papel do Humor e das Celebidades no programa  
*Extremamente Desagradável*

Dissertação apresentada à Universidade Católica Portuguesa para  
obtenção do grau de mestre em Ciências da Comunicação,  
especialidade em Comunicação, Marketing e Publicidade.

Por

Gonçalo Nuno Coelho Bispo Câmara

Faculdade de Ciências Humanas

Sob orientação da Professora Doutora Isadora Ataíde Fonseca

Setembro 2024

## Resumo

A presente dissertação tem como objetivo analisar a interação entre o humor, a liberdade de expressão e o politicamente correto, centrando-se no programa *Extremamente Desagradável* da Rádio Renascença. O foco recai sobre a forma como o humor de Joana Marques, ao satirizar celebridades mediáticas, questiona normas sociais sem incorrer em movimentos de *cancel culture*. O estudo propõe-se também explorar como o humor radiofónico pode ser uma plataforma crítica para a reflexão pública sobre o papel das celebridades e dos media na sociedade portuguesa.

Metodologicamente, foi utilizada uma análise de conteúdo qualitativa, incidindo em 15 episódios selecionados com base na sua relevância e impacto mediático. A análise considerou a interação entre humor e celebridades, abordando como o humor desafia o politicamente correto e explora a liberdade de expressão no contexto mediático contemporâneo.

Em conclusão, o estudo revela que *Extremamente Desagradável* utiliza o humor de forma eficaz para promover uma reflexão crítica sobre o papel das celebridades mediáticas e a influência dos media na sociedade contemporânea portuguesa. Ao explorar os limites do politicamente correto e a liberdade de expressão, o programa vai além do entretenimento, enriquecendo o debate público. A sátira de Joana Marques permite questionar as dinâmicas de poder e o impacto social das figuras mediáticas, demonstrando a relevância do humor como ferramenta de intervenção cultural e social.

Palavras-chave: media; humor; liberdade de expressão; celebridades; extremamente desagradável

## Abstract

This dissertation aims to analyse the interaction between humour, freedom of expression and political correctness, focusing on Rádio Renascença's *Extremamente Desagradável* programme. The focus is on how Joana Marques' humour, by satirising media celebrities, questions social norms without incurring in cancellation culture movements. The study also aims to explore how radio humour can be a critical platform for public reflection on the role of celebrities and the media in Portuguese society.

Methodologically, a qualitative content analysis was used, focusing on 15 episodes selected based on their relevance and media impact. The analysis considered the interaction between humour and celebrities, addressing how humour challenges political correctness and explores freedom of expression in the contemporary media context.

In conclusion, the study reveals that *Extremamente Desagradável* uses humour effectively to promote critical reflection on the role of media celebrities and the influence of the media in contemporary Portuguese society. By exploring the limits of political correctness and freedom of expression, the programme goes beyond entertainment to enrich public debate. Joana Marques' satire allows us to question the power dynamics and social impact of media figures, demonstrating the relevance of humour as a tool for cultural and social intervention.

Keywords: media; humor; freedom of expression; celebrities; extremamente desagradável

# Índice

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>6</b>
<b>CAPÍTULO 1: HUMOR</b> .....	<b>9</b>
1.1 DEFINIÇÃO E CARACTERÍSTICAS.....	9
1.2 TEORIAS DO HUMOR.....	11
<b>CAPÍTULO 2: LIBERDADE DE EXPRESSÃO</b> .....	<b>15</b>
2.1 CONCEITO E IMPORTÂNCIA .....	15
2.2 A OFENSA E OS LIMITES .....	19
2.3 POLITICAMENTE CORRETO .....	21
2.4 O HUMOR E O POLITICAMENTE CORRETO.....	23
2.5 <i>CANCEL CULTURE</i> .....	27
<b>CAPÍTULO 3: CELEBRIDADES</b> .....	<b>31</b>
3.1 INTRODUÇÃO ÀS CELEBRIDADES E À CULTURA MEDIÁTICA .....	32
3.2 AS CELEBRIDADES DA INTERNET .....	36
3.3 CELEBRIDADES DIGITAIS E MEDIA TRADICIONAIS .....	39
3.4 OS INFLUENCIADORES: ESTRATÉGIAS E IMPACTO.....	41
<b>CAPÍTULO 4: A RÁDIO EM PORTUGAL</b> .....	<b>44</b>
4.1 DESENVOLVIMENTO DA RÁDIO PRÉ 25 ABRIL ATÉ À ATUALIDADE.....	44
4.2 ENQUADRAMENTO DO HUMOR NA RÁDIO NA CONTEMPORANEIDADE .....	51
<b>CAPÍTULO 5: METODOLOGIA</b> .....	<b>57</b>
5.1 PROBLEMA DO ESTUDO.....	57
5.2 OBJETIVOS DO ESTUDO.....	57
5.3 ESTUDO QUALITATIVO .....	58
5.4 ESTUDO DE CASO .....	59
5.5 ETAPAS DO ESTUDO.....	60
5.6 TÉCNICAS DO ESTUDO .....	61
<b>CAPÍTULO 6: APRESENTAÇÃO DOS DADOS</b> .....	<b>63</b>
6.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROGRAMA <i>EXTREMAMENTE DESAGRADÁVEL</i> .....	63
6.2 ANÁLISE DOS EPISÓDIOS.....	66
<b>CAPÍTULO 7: DISCUSSÃO DOS RESULTADOS</b> .....	<b>96</b>
<b>CONCLUSÃO</b> .....	<b>107</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b> .....	<b>110</b>
<b>ANEXO A: TOTAL EPISÓDIOS <i>EXTREMAMENTE DESAGRADÁVEL 2022</i></b> .....	<b>117</b>
<b>ANEXO B: EPISÓDIOS <i>EXTREMAMENTE DESAGRADÁVEL</i> SOBRE CELEBRIDADES</b> .....	<b>126</b>
<b>ANEXO C: EPISÓDIOS SOBRE CELEBRIDADES ANALISADOS</b> .....	<b>136</b>

## Introdução

O humor, enquanto forma de expressão cultural, tem desempenhado um papel central na crítica social ao longo da história, proporcionando uma lente através da qual os problemas da sociedade podem ser discutidos, questionados e desconstruídos. Nos últimos anos, essa função crítica do humor tem sido desafiada por novos conceitos e práticas, nomeadamente o 'politicamente correto' e a *cancel culture*, que impõem limites àquilo que pode ser dito e como deve ser dito. Este fenómeno suscita uma discussão profunda sobre o equilíbrio entre a liberdade de expressão e a sensibilidade social, uma questão que se torna ainda mais premente quando analisada no contexto da rádio contemporânea portuguesa.

A escolha do programa *Extremamente Desagradável* como objeto de estudo é particularmente relevante devido à sua popularidade e à forma como Joana Marques faz uso do humor para comentar celebridades públicas, tanto tradicionais quanto emergentes do meio digital. A dissertação estrutura-se em várias secções e cada uma aborda um aspeto fundamental para a compreensão deste fenómeno.

A presente dissertação tem como problema central a análise e a discussão da interação entre humor, liberdade de expressão e o 'politicamente correto', utilizando como estudo de caso o programa *Extremamente Desagradável*, da humorista Joana Marques, transmitido pela Rádio Renascença. O foco da investigação reside em refletir sobre como o humor, direcionado principalmente a figuras públicas e celebridades mediáticas, opera dentro dos limites da liberdade de expressão e interage com as dinâmicas do 'politicamente correto', especialmente no contexto da rádio contemporânea portuguesa. O humor é uma ferramenta poderosa de crítica social, e este trabalho pretende explorar como, num ambiente cada vez mais sensível às questões de linguagem e inclusão, o discurso humorístico pode desafiar ou reforçar essas normas sociais.

A dissertação está estruturada em vários capítulos, e cada uma aborda uma dimensão fundamental do problema em estudo. O objetivo é construir uma análise criteriosa e detalhada sobre como o humor pode funcionar como um meio de crítica social, sem desprezar os limites legais e éticos impostos pelas sensibilidades contemporâneas.

O primeiro capítulo dedica-se à análise teórica do humor, fundamentada por autores como Bergson (2019), McGraw e Warner (2014), que exploram o papel do humor como

forma de transgressão e crítica social. Aqui, são abordadas as principais teorias do humor, como a teoria da incongruência, a teoria da superioridade e a teoria do alívio, discutindo como estas se aplicam ao humor radiofónico e satírico de Joana Marques. Além disso, a secção traça uma linha histórica do papel do humor como forma de contestação, apontando para a sua relevância na contemporaneidade. No programa *Extremamente Desagradável*, estas teorias manifestam-se através de uma abordagem crítica às figuras públicas, com a ironia e o exagero a servirem como métodos para desmascarar o comportamento das celebridades, gerando riso e reflexão.

No segundo capítulo, a dissertação explora a liberdade de expressão e as tensões com o ‘politicamente correto’ e a *cancel culture*. Partindo da definição constitucional da liberdade de expressão em Portugal, a secção apresenta uma revisão teórica, baseada em autores como Hume (2016) e Ash (2016), que defendem a necessidade de proteger o direito de se expressar livremente, mesmo que isso inclua o direito de ofender. Ao mesmo tempo, o ‘politicamente correto’ é discutido como uma tentativa de criar um ambiente de comunicação mais inclusivo e sensível, mas que pode, paradoxalmente, resultar em censura ou autocensura. A secção também analisa a *cancel culture*, explorando como a pressão social pode limitar ou alterar a forma como as pessoas, incluindo os humoristas, se expressam publicamente. Esta secção fundamenta a discussão sobre os limites do humor no contexto do programa de Joana Marques, que, apesar de utilizar o humor para criticar figuras públicas, muitas vezes navega cuidadosamente para evitar transgredir as sensibilidades sociais vigentes.

O terceiro capítulo aborda as celebridades, tanto as tradicionais quanto as digitais, e o seu papel no humor de Joana Marques. Nesta secção, com base em autores como Abidin (2018) e Marwick (2013), explora-se a transição das celebridades tradicionais para o meio digital e o surgimento das microcelebridades nas redes sociais. O programa *Extremamente Desagradável* satiriza várias figuras públicas que construíram a sua popularidade através das redes sociais, como Catarina Gouveia ou Tiago Paiva, abordando temas como o narcisismo, a superficialidade e a busca incessante por validação. A análise destaca como o humor de Joana Marques revela as contradições entre a imagem pública construída nas plataformas digitais e a realidade dessas figuras, refletindo sobre o impacto da notoriedade digital no discurso público e na cultura popular portuguesa.

No quarto capítulo, a dissertação aborda o papel da rádio contemporânea como veículo humorístico, contextualizando a evolução e o impacto dos programas de humor neste

meio, no contexto português. Desde as primeiras explorações humorísticas na rádio até aos formatos modernos, a rádio tem sido um importante palco para a crítica social e o entretenimento humorístico. O capítulo examina a evolução do humor na rádio, começando pelo impacto das transmissões dos anos 1930 e 1940, com programas que marcaram o início do uso sistemático do humor como ferramenta de envolvimento do público. É também referido o período pós-25 de Abril, onde o humor na rádio floresceu num contexto de maior liberdade de expressão, com a rádio a adaptar-se às novas exigências sociais e políticas, explorando temas mais ousados e críticos. Com a chegada da internet, a rádio entrou numa nova era, onde a convergência digital ampliou o alcance das transmissões humorísticas. O capítulo contextualiza ainda o programa *Extremamente Desagradável* dentro desta evolução, destacando o seu papel como um dos programas humorísticos mais influentes da atualidade na rádio portuguesa.

No quinto capítulo, apresenta-se o método de análise utilizado na dissertação. Optou-se por uma análise qualitativa, com recurso à observação e à análise de conteúdo dos episódios de *Extremamente Desagradável*. Este capítulo detalha os critérios de seleção dos episódios, a metodologia de codificação do humor utilizado por Joana Marques, e as estratégias de análise dos discursos humorísticos e das suas implicações sociais.

O sexto e o sétimo capítulo apresentam os dados e os resultados da investigação, com uma análise dos principais episódios do programa sobre celebridades mediáticas nacionais. Através da observação dos discursos de Joana Marques, foi possível identificar temas como a crítica ao egocentrismo das celebridades, a desconstrução das figuras de autoridade e a exploração da superficialidade nas redes sociais.

Por fim, dissertação culmina na conclusão, onde são sintetizadas as principais descobertas que emergem ao longo de toda a investigação. Esta secção reflete sobre a complexa relação entre humor, liberdade de expressão e o ‘politicamente correto’, apontando os desafios e nuances que surgem quando estes conceitos interagem, especialmente no contexto da rádio contemporânea e das celebridades mediáticas portuguesas.

## Capítulo 1: Humor

No contexto da presente dissertação, o conceito de humor é central para a compreensão de como o programa *Extremamente Desagradável* de Joana Marques utiliza a sátira e a crítica social para abordar questões contemporâneas. O problema que esta tese procura explorar é a relação entre o humor, a liberdade de expressão e as normas do ‘politicamente correto’, especialmente no ambiente mediático português. Para alcançar esse objetivo, é essencial primeiro delinear e compreender o que se entende por humor e como ele tem sido teorizado até então.

Deste modo, a presente secção é relevante pois estabelece as bases teóricas necessárias para a análise do humor, um género comunicativo multifacetado e complexo. Ao discutir as principais teorias do humor e a sua aplicação prática, como as abordagens da *incongruência*, *superioridade* e *alívio*, este capítulo prepara o terreno para uma análise mais detalhada das práticas humorísticas do programa da Rádio Renascença, *Extremamente Desagradável*.

### 1.1 Definição e Características

Há uma dificuldade generalizada na definição da palavra “Humor”, devido à sua complexidade e multifuncionalidade, tornando a sua definição uma tarefa complicada, se não mesmo impossível (Schnurr, 2010:307) e (Apte, 1985: 13).

Schnurr (2010:308), elucida que o humor é uma estratégia linguística particularmente versátil que desempenha uma variedade de funções interpessoais. O autor defende que é importante a definição de humor conter a reação dos destinatários e que, nesse conceito é importante contemplar os vários tipos de humor, como o humor não intencional, humor falhado, ou até mesmo humor negro, no qual o seu fim pode não ser benéfico para todos os intervenientes. Há assim uma panóplia de respostas de estratégia de resposta ao humor, e é também por desempenhar uma variedade de funções interpessoais que acaba por ser difícil cunhar este conceito a uma simples definição.

Também Jerónimo *et al.* (2021:187), defendem que é importante a definição do humor contemplar todos os que participam na criação de um momento humorístico, porque

este acaba, simultaneamente por se tornar numa experiência individual e coletiva. Desta forma, o humor tanto está presente em quem cria o momento humorístico, como nas reações de quem é alvo desse humor. Sendo a área da Psicologia uma ciência que estuda a mente e o comportamento humano, e sendo o humor um fenômeno individual e coletivo, é notória a relevância desta ciência neste campo, bem como os seus contributos para a análise deste tema (Jeronimo et al., 2021:187).

Por sua vez, Mullany (2004:21) define o humor como uma instância onde os seus intervenientes sinalizam divertimentos entre eles, sendo estes mal ou bem conseguidos, de acordo com a reação dos seus destinatários. Duncal & Feisal (1819:19) assinalam na sua definição que o humor é perpetuado através de afirmações de teor divertido com o objetivo de fazer rir uma audiência. Desta forma os autores, reforçam também o humor enquanto fenômeno coletivo, devido à importância que a audiência tem, sendo o humor muito mais prontamente demonstrado do que escrito (Hatch & Ehrlich, 1993:506).

Eagleton recorda o trabalho de Freud em “*A piada e a sua relação com o inconsciente*”, sobre a construção do humor, onde este afirma que as piadas representam uma descarga da energia psíquica que normalmente investimos na manutenção de certas inibições sociais básicas. Deste ponto de vista, a piada rompe o padrão comum e aparece como uma contradição aos valores morais vigentes (Eagleton, 2017:16).

O humor, não está apenas presente em momentos bons, e exemplo disso é a investigação levada a cabo por Gorgula (2016), que analisou a importância do humor num dos conflitos mais sangrentos da história – a 1ª Guerra Mundial. Segundo o estudo, o humor tornou-se, consciente ou inconscientemente, um valor vital usado na estratégia de sobrevivência dos soldados na linha da frente de batalha, quando estes troçavam da sua própria situação no dia-a-dia, atenuando e tornando menos sofrível as suas posições e fazendo com que fosse menos difícil lidar com os horrores da guerra (Gorgula 2016:33).

Sansom & Gross (2012:375-384) que destacam o humor como mecanismo de sobrevivência, concluíram que tal acontece porque este serve como uma distração às situações e emoções pesadas e desafiantes.

Mitchell (2003:103), assinala que uma das vantagens do humor é ajudar a evitar os pensamentos associados à morte e ao sofrimento. Isto acontece porque estes pensamentos acabam por ser um dos catalisadores da nossa autodestruição, e são suavizados assim pelo humor. A morte, talvez pela sua inevitabilidade, encontra-se muitas vezes associada ao

humor e está também presente no estudo “*Joking in the face of death: A terror management approach to the production of humour*”, elaborado por Long & Greenwood (2013), que teve como premissa inicial determinar se os indivíduos estavam mais dispostos a criar material humorístico quando preparados com pensamentos associadas à morte em comparação com pensamentos de dor. Uma das conclusões retiradas é que existe no indivíduo a dificuldade em imaginar a própria morte, e o humor acaba por dar a sensação de um sentido de controlo sobre circunstâncias que acabam por não ser controláveis, ajudando assim o ser humano a lidar com o seu destino. O humor permite assim um distanciamento dessas situações, através de uma sensação de controlo sobre esse fato, funcionando como um meio natural e eficaz de desregulamentação de experiência stressantes e traumáticas (Long & Greenwood 2013:493-509).

O humor modera o stress no individuo através de avaliações mais positivas e de um processamento cognitivo mais realista de toda a informação do meio que o rodeia (Kuiper & Martin, 1998:162). São assim, associados ao humor, inúmeros benefícios, pois em certas situações negativas e momentos de stress, um simples riso acaba por funcionar como atenuador de momentos menos felizes (Wilkins & Eisenbraun, 2009:350).

## 1.2 Teorias do Humor

Existem três teorias principais que são utilizadas para explicar as funções do humor, sendo estas: a Teoria do Alívio, a Teoria da Incongruência e a Teoria da Superioridade (Wilkins & Eisenbraun, 2009:351-353). Os autores argumentam que, apesar das diferentes teorias que explicam o papel do humor, todas compartilham um ponto em comum: os benefícios fisiológicos do riso. Estes benefícios ocorrem independentemente de qual teoria é usada para explicar o humor.

Para compreender plenamente o fenómeno do humor é necessário reconhecer que as teorias associadas ao humor acabam por se complementar. Enquanto algumas descrevem a natureza do humor, outras descrevem a sua função, funcionando como ramificações complexas que acabam por influenciar o comportamento humano de várias formas (Dossey & Keegan, 2008:499).

Goldstein & McGhee (1972:45) definem que a base da teoria do alívio assenta em certas funções, como aliviar e libertar o excesso de tensão e o constrangimento, e que o riso de puro alívio poderá ser a fonte original de todas as outras risadas. Para o autor, o alívio é a raiz e o plano fundamental do riso. Dossey e Keegan (2008:499) definem que o alívio proporcionado pelo humor pode ser cognitivo, pois pode conduzir a uma fuga da realidade, da razão e da seriedade, funcionando como um exercício para a libertação emocional da ansiedade, medo, raiva ou qualquer tipo de constrangimento por conflito social. Segundo os autores, este alívio também ocorre quando há uma libertação de energia nervosa e tensão física. Wilkins & Einsenbrau (2009:351) defendem assim que os benefícios fisiológicos do riso acabam por se alinhar mais com esta teoria, pois muitas das condições negativas exacerbadas pelo stress acabam por ser aligeiradas devido à influência do humor.

A teoria da incongruência, é outra das teorias associadas ao humor e é definida pelos autores como uma teoria que afirma que as pessoas se riem de coisas que as surpreendem ou que de certa forma rompem com o padrão vigente. Esta teoria, segundo os autores, enfatiza processos cognitivos, pois para notar estas diferenças à norma é necessário que os indivíduos tenham racionalmente compreendido e assimilado esses padrões típicos (Wilkins & Einsenbrau, 2009:351).

Para Dossey & Keegan (2008:499), a teoria da incongruência é definida quando ocorre um imprevisto, algo inesperado, um conflito de ideias ou emoções, que culmina na constatação de um absurdo responsável por uma explosão de gargalhadas. Venkatesan (2022:1) refere dois exemplos, explanando que a razão pela qual nos rimos quando alguém escorrega e cai não está ligada a um sentimento de superioridade, mas sim à incongruência entre o que era suposto acontecer – o indivíduo andar sem cair - e o que verdadeiramente aconteceu – o indivíduo escorregar e cair. Como segundo exemplo, o autor refere ainda, que quando nos rimos dos animais, isso não acontece por sermos superiores a eles, mas porque na maioria das vezes o nosso riso é despoletado quando as suas ações se assemelham às dos seres humanos.

Cundall (2021:45) concorda com a perspetiva anteriormente exposta, defendendo a teoria da incongruência como a teoria dominante do humor. O autor refere que a teoria da incongruência é a teoria mais aceite, pois é a que do modo mais exato explica o humor, referindo ainda que esta é o ponto de partida para investigações em áreas diversas como a filosofia e a psicologia.

A teoria da superioridade, é segundo Levinson (1998: 564) a teoria menos capaz de explicar o humor, porque o seu estudo acaba por estar mais focado e preocupado com os mecanismos de reação humorística. Também Lintott (2016) refere que a teoria da superioridade explica o divertimento cômico que se pode ter numa certa forma de humor, e que a teoria tem como principal foco a resposta afetiva que acompanha este divertimento cômico, traduzido por um sentimento de superioridade face ao objeto de diversão (Lintott, 2016, 347-348)

Sobre este sentimento de superioridade face a algo, Monro (1998:349) define que de acordo com a teoria da superioridade, o riso olha sempre para o objeto do ridículo, isto é o motivo por que se ri, julgando-se assim este alvo como inferior a determinado padrão.

Dadlez (2011: 2), define a teoria da superioridade, referindo que esta teoria conecta o humor ao ridículo, sendo baseada num sentimento de felicidade provocado pela superioridade ao identificar fraquezas no outro.

A aplicação das três principais teorias do humor – a teoria do alívio, a teoria da incongruência e a teoria da superioridade – é fundamental para a análise desenvolvida nesta tese sobre o programa *Extremamente Desagradável* de Joana Marques. Cada uma dessas teorias oferece uma lente única para examinar e interpretar as práticas humorísticas do programa.

A teoria do alívio fornece uma base para compreender como o humor do programa pode ajudar os ouvintes a aliviar tensões emocionais e físicas, especialmente ao abordar temas sociais e políticos. Este aspeto é crucial para entender a função terapêutica do humor e a sua capacidade de proporcionar um escape emocional para a audiência.

A teoria da incongruência é aplicada para analisar as situações inesperadas e absurdas apresentadas no programa, que muitas vezes rompem com as expectativas normativas e geram humor. Esta teoria é essencial para explicar a eficácia humorística das piadas e críticas sociais feitas por Joana Marques, destacando como o programa utiliza a surpresa e a quebra de padrões para provocar o riso.

A teoria da superioridade é relevante para entender as dinâmicas de poder e hierarquia social presentes no humor do programa. Através desta teoria podemos explorar como o riso é utilizado para criticar e desafiar figuras públicas e celebridades, revelando as fraquezas e ridicularizando comportamentos inadequados.

Em suma, a integração destas teorias na análise do programa *Extremamente Desagradável* reforça a importância da teoria para uma compreensão aprofundada do humor. As teorias ajudam a contextualizar o impacto e a relevância do humor na sociedade contemporânea. A aplicação destas teorias é assim importante para a análise crítica desenvolvida nesta tese, permitindo uma exploração detalhada e significativa das práticas humorísticas no contexto da rádio portuguesa.

## Capítulo 2: Liberdade de Expressão

A presente tese tem como problema a análise e a discussão da interação entre humor, liberdade de expressão e o ‘politicamente correto’, utilizando como estudo de caso o programa da Rádio Renascença *Extremamente Desagradável* de Joana Marques. O problema central da investigação reside em refletir sobre como o humor, com foco nas figuras públicas e celebridades mediáticas opera dentro da liberdade de expressão e interage com o ‘politicamente correto’ especialmente no contexto da rádio contemporânea portuguesa.

Esta secção é fundamental para a presente dissertação pois explora o conceito de liberdade de expressão como um pilar da sociedade democrática. A análise apresentada fornece uma base para os objetivos da investigação, particularmente no que se refere à avaliação do conteúdo humorístico no programa *Extremamente Desagradável* e à sua relação com a liberdade de expressão.

O presente capítulo contribui para as dimensões teóricas e metodológicas fornecendo o enquadramento necessário para compreender como a liberdade de expressão pode ser entendida, aplicada e possivelmente questionada no contexto da crítica social através do humor, elemento central à problemática em estudo.

### 2.1 Conceito e importância

Segundo a Constituição da República Portuguesa (1976) a liberdade de expressão define-se como o direito de exprimir e divulgar livremente o pensamento pela palavra, pela imagem ou por qualquer outro meio, bem como o direito de informar e de ser informado sem impedimentos nem discriminações.

A liberdade de expressão é fator determinante para a criação e a manutenção de uma sociedade livre e civilizada. Segundo Hume (2016:33), poucos passos se teriam dado rumo à democratização da sociedade Europeia e Americana se os indivíduos não tivessem a possibilidade de expressarem abertamente as suas ideias e contraporem a norma vigente, exigindo mudanças e propondo alternativas e novas visões para o funcionamento da sociedade. Avanços científicos, artísticos e culturais, teriam sido impossíveis de alcançar se não tivesse havido a possibilidade de expressar ideias, opiniões e de questionar as velhas

verdades, aceites como dogmas. Hume reforça que é importante lembrar que a liberdade de expressão no ocidente nunca foi uma dádiva dos deuses ou um gesto generoso concedido pelos governos, mas sim algo que se deveu a duras batalhas travadas com quem detinha o poder. O autor alude que foi graças ao esforço e compromisso de várias figuras, que houve a possibilidade de haver oposição à norma que vigorava, passando a haver assim voz ativa na defesa de princípios basilares para uma sociedade harmoniosa, como os da igualdade racial e de género. Deste modo, o princípio da liberdade de expressão está no cerne de uma sociedade democrática, devendo ser tomado com um direito básico do ser humano, sendo por isso a sua proteção de uma importância incomensurável e a marca central de uma sociedade tolerante e civilizada. (Hume, 2016:33).

Ash (2016:11) explana que é imprescindível a existência de livre expressão, pois só assim conseguimos realizar a nossa plena humanidade individual. Isto acontece porque a capacidade de nos exprimirmos através da fala é o que nos diferencia dos outros animais e de computadores. Se nos for tirada a possibilidade de nos exprimirmos livremente, não somos inteiramente nós próprios. Sobre isto, Hume referencia Paine (1794), dizendo, que quem nega ao outro o direito de se expressar, faz de si mesmo um escravo da sua presente opinião, porque nega a si mesmo o direito de mudar (Hume: 2016:92)

Kyi (2023:28-31) assinala que as palavras são uma parte essencial da expressão da nossa humanidade e podem mover perceções, e pôr nações e povos num movimento poderoso, daí a sua livre expressão ser de uma importância incomensurável. O autor defende que a livre comunicação permite aos seres humanos articularem os seus pensamentos e emoções através de palavras. As palavras permitem-nos expressar os nossos sentimentos, registar as nossas experiências, concretizar as nossas ideias, e fomentar a nossa exploração intelectual. As palavras são uma parte essencial da expressão da nossa humanidade e podem mover perceções, e pôr nações e povos num movimento poderoso, daí a sua livre expressão ser de uma importância incomensurável. O autor reforça que a capacidade de comunicar livremente permite ao ser humano, estabelecer ligações através do tempo e do espaço, aprender a compreender diferentes civilizações e culturas e alargar o nosso conhecimento, ajudando assim a colmatar lacunas na compreensão entre povos.

Barbadela (2019:84), relativamente à importância da comunicação, elucida que analisando a dimensão e complexidade das sociedades contemporâneas conseguimos perceber a importância que os fluxos de informação entre seres têm para o melhor

funcionamento da sociedade. Como exemplo o autor refere a importância e o papel dos meios de comunicação no regime democrático, servindo como mediadores no exercício da cidadania através da transmissão de informação aos cidadãos. Esta importância, associada à grande responsabilidade de difusão de informação pelos meios de comunicação de massas, acaba por ser ainda maior pelo papel que os mesmos têm na reafirmação de normas sociais e no controlo de opiniões.

Habermas (2015:323), têm uma perspectiva diferente, evidenciando que os meios de comunicação, não servem tanto como controladores de opinião, mas como instrumentos benéficos na promoção de um debate de ideias que, numa última instância, acaba por legitimar a ordem vigente.

Warburton (2009), refere a importância da comunicação entre seres humanos e alude que o termo “liberdade de expressão” tem intrínseca a ideia de o indivíduo comunicar através da voz, uma das formas mais diretas e pessoais que temos ao nosso alcance. É importante que a nossa opinião seja expressa, e é poucas vezes referido nos debates sobre a liberdade de expressão que muitos cidadãos não sabem exatamente o que pensam até tentarem expressar-se a um determinado público. Isso acontece porque num ambiente de partilha, grande parte dos indivíduos desenvolve e consolida as suas ideias e pontos de vista através da discussão e da troca de opiniões com os outros. Warburton (2009) alude relativamente à importância da partilha de opiniões e pontos de vista entre cidadãos, que a história da liberdade de expressão é uma história de tentativas de impedir os indivíduos de partilharem os seus pontos de vista, quer seja essa obstrução feita pela censura, prisão, leis restritivas, ameaças reais e implícitas de violência, queima de livros, bloqueio de acesso a certos motores de pesquisa ou, nos casos mais extremos, a morte. O autor aponta ainda que a razão principal da liberdade de expressão ser tão relevante e de particular valor numa sociedade democrática prende-se com o elevado interesse dos eleitores terem acesso a uma gama vasta de opiniões, factos e interpretações que possam ser divergentes das suas, mesmo estes achando que determinadas opiniões possam ser politicamente, moralmente ou pessoalmente ofensiva. O autor reforça ainda que os membros dessa mesma democracia também têm interesse em que haja uma vasta gama de cidadãos ativos no debate político, em vez de meros espectadores passivos recebendo ordens superiores. Daí esta liberdade ser de particular valor no cerne de uma sociedade democrática (Warburton, 2009: 23-32)

A defesa desses princípios é a defesa do indivíduo em si, porque a liberdade de expressão encontra-se inteiramente ligada à soberania do indivíduo, porque só a tendo é que o cidadão se pode considerar num patamar de igualdade, racional e autónomo (Scanlon, 1972:205).

Ash (2016: 12) compartilha a mesma visão sobre a importância da liberdade, afirmando que precisamos dela para poder verdadeiramente decidir no que acreditar e definir o nosso modo de agir enquanto seres sociais.

Meiklejohn (2011:26-27) argumenta que o principal valor da liberdade de expressão é que ela fomenta a discussão de ideias, pois esse debate é essencial para que a democracia funcione eficazmente. Ele defende que no seio de uma democracia é necessário que os cidadãos sejam expostos a uma diversidade de ideias e opiniões, ouvindo perspectivas distintas para consolidar e fazer bons juízos. O autor identifica dois tipos de argumentos utilizados para defender a liberdade de expressão: os argumentos instrumentais e os argumentos morais. Os argumentos instrumentais alegam que a preservação da liberdade de expressão gera benefícios tangíveis, como o aumento da felicidade pessoal, o florescimento da sociedade e benefícios económicos. Esses argumentos invocam as consequências positivas da proteção da liberdade de expressão, estabelecendo uma relação empírica entre os benefícios para a sociedade e para o cidadão em si. Relativamente aos argumentos morais a favor da liberdade de expressão, o autor refere que estes passam normalmente por uma conceção do que é ser uma pessoa, de forma a perceber até que ponto é que essa falta da liberdade de expressão é também uma violação da autonomia e da dignidade do cidadão por este ter o direito de expressão encurtado. Segundo este argumento é errado que qualquer cidadão seja impedido de expressar as suas opiniões, porque isso seria não respeitar o indivíduo enquanto ser pensante, capaz de pensar e decidir por si mesmo. Estes raciocínios são baseados no valor intrínseco da liberdade de expressão em confluência com a conceção de autonomia humana.

Kyi (2012: 29) refere que a lei básica para aqueles que querem defender a liberdade de expressão é que devem demonstrar o seu empenho praticando aquilo que pregam, tendo a perfeita consciência de que quando defendemos o nosso direito à liberdade de expressão é que começamos a exercê-lo. Quando escrevemos sobre esse direito começamos a pô-lo em prática. Mais que uma defesa teórica é preciso uma defesa prática, lutando contra quem tenta

limitar e algemar a liberdade, impedindo assim o nosso direito básico de realizar todo o nosso potencial como seres humanos.

Eekert (2017: 120) refere, por fim, que é necessário inverter o ângulo de análise deste tema e abordar a importância de termos liberdade para exprimir as nossas opiniões, em vez de continuar a discussão sobre como a liberdade de expressão deve ser limitada, pois essa definição de limites e barreiras pode ser prejudicial para o florescimento humano

## 2.2 A Ofensa e os Limites

Grande parte da literatura contemporânea sobre a liberdade de expressão é dedicada a tentar responder à pergunta “Quão livre deve ser a liberdade de expressão?”, mobilizando diversos campos do saber, desde a filosofia até ao direito, para tentar responder a esta dúvida (Ash, 2016:203).

Feinverg (1984:24-33), no campo jurídico, produziu a síntese magistral de justificações para limitar a liberdade de expressão pelo direito penal. Segundo o autor, de um modo geral estas limitações à liberdade de expressão recaem quando a liberdade é danosa para os outros, ofende os outros, traz danos para si próprio ou provoca delitos ofensivos. O autor descreve estas últimas duas razões para limitar a liberdade de expressão como sendo dotadas de um paternalismo e moralismo legal. Quando a nossa liberdade “ofende os outros” entramos no plano do paternalismo legal, agindo o Estado como um progenitor tentando impedir que os seus dependentes causem danos a si próprios. Com as expressões “traz danos para si próprio” ou causa “delitos ofensivos”, entramos na área do moralismo legal, e o Estado mune-se da lei para impor e restituir o que considera ser a verdadeira moralidade.

Ash (2016: 145) observa que tanto o paternalismo como o moralismo desempenharam um papel enorme na limitação da liberdade de expressão – e em grande parte do mundo ainda são responsáveis por fazê-lo. O autor faz uma analogia com o fenómeno na navegação, referindo que nunca aprenderemos a navegar se o Estado não nos permitir levar o barco para fora, desafiando possíveis limites. Descobrir e estabelecer limites para nós próprios é o que os adultos responsáveis fazem. O autor, refere também que há uma dificuldade em nos tratarmos uns aos outros como seres adultos, de forma que seja possível explorar e navegar sob as nossas diferenças com a ajuda de uma autoexpressão verdadeira.

Neste sentido, possuir o direito a poder dizer não significa que seja correto dizê-lo, da mesma forma que o direito de ofender não implica o dever da ofensa (Ash, 2016).

A liberdade de expressão num discurso é moralmente importante, mas tem de haver normas que regrem o seu uso. Ash, refere o trabalho de Green, aludindo à religião budista, refere que nesta é transmitida a mensagem que sempre que quisermos realizar um ato verbal devemos refletir sobre ele. Devemos perceber qual o intuito e consequência desse ato e se vai causar dano a outros, se da resposta resultarem consequências danosas (Ash, 2016:209)

Kyi (2012: 178-182) refere como exemplo do mau uso da palavra, a utilização abusiva do dom da fala para enganar ou prejudicar os outros. A autora refere que, no budismo, existem quatro atos verbais que constituem abusos da liberdade de expressão. O primeiro é proferir mentiras deliberadas para obter vantagens. O segundo é usar palavras que incitem discórdia. O terceiro é falar de forma abusiva, causando raiva. O quarto é envolver-se em conversas prejudiciais. A autora refere ainda as questões legais que possam interferir na temática da liberdade de expressão. Atos como perjúrio, calúnia e difamação, incitamento à violência e incitamento ao ódio, são delitos em muitos países atualmente.

A presente secção é fundamental para a tese, pois explora a importância central da liberdade de expressão como um pilar essencial de uma sociedade democrática. Através da revisão literária e das perspetivas de vários autores, destacam-se os argumentos que sustentam a liberdade de expressão tanto do ponto de vista instrumental quanto moral. Este capítulo é também ilustrativo de como a liberdade de expressão permite a troca de ideias, essencial para o progresso social, cultural e científico e para o desenvolvimento de opiniões informadas entre os cidadãos.

As referências teóricas apresentadas, como as de Meiklejohn (2005), Ash (2016), e Warburton (2009), fornecem uma base sólida para entender como a liberdade de expressão funciona como um motor para a democracia e para o desenvolvimento humano. Estas teorias guiam o estudo ao demonstrar a necessidade de proteger a liberdade de expressão contra tentativas de limitação, sublinhando os benefícios tangíveis e intangíveis dessa proteção.

## 2.3 Politicamente Correto

O ‘politicamente correto’ envolve a criação de novas agendas através da introdução de novos termos e da redefinição de palavras existentes (Hughes 2011:100). Além disso, ao limitar a expressão de certos pensamentos, revela a relação sensível entre a liberdade de expressão e o ‘politicamente correto’.

Hume (2016) defende que não deve ser possível haver bases legítimas para limitar palavras conotadas como perigosas, reforçando que a liberdade de expressão alberga isso no seu conceito. O autor argumenta que existe o risco de perdermos os significados das palavras, dado que nos dias de hoje as regras e os códigos estão constantemente a mudar, reduzindo assim os termos aceitáveis no nosso discurso. O autor assinala que é observado um aumento dos debates que parecem sem sentido, focados em evitar palavras que se tornaram desconectadas da realidade. O autor indica que a obsessão com o uso de linguagem e de códigos corretos acaba por culminar na autocensura, correndo-se o risco de se perder novas maneiras de promover o saber humano e eliminando assim certas perguntas e argumentos que possam perturbar a norma vigente (Hume, 2016:183-282).

Mick Hume sobre a potencial ofensa de certas palavras, antes de apresentar o seu raciocínio, refere uma cantiga inglesa, no qual uma estrofe diz “Os paus e as pedras talvez me partam os ossos, mas as palavras não me magoam”. O autor assinala que há casos onde podemos ouvir palavras nocivas que nos ofendem e que nos podem deixar com feridas psicológicas, mas que esta canção simboliza a atitude que, quando se cresce numa sociedade livre, há que aprender a lidar com as palavras e opiniões das outras pessoas (Hume, 2016:193-196). Já Carlyle (1869:407), há mais de 100 anos, corroborou esta expressão, defendendo que nenhum homem passa pela vida sem dar e levar empurrões, ofender e ser ofendido.

Fernandes (2011:31-32) argumenta que se esqueceu demasiado depressa a necessidade de defender sempre e em quaisquer circunstâncias os valores fundamentais e universais da liberdade. Girão (2021: 24) evidencia que a liberdade de expressão não é um direito intrínseco do homem, mas sim uma das liberdades criadas e conquistadas por ele. Tal como todos os outros direitos, não tem carácter permanente, daí a importância de haver uma

luta diária da sua defesa, aceitando opiniões divergentes que, inclusive, possam ofender as nossas ideias.

Nelson Nunes, no seu livro *Com o Humor Não Se Brinca*, compilou várias entrevistas feitas a humoristas sobre o ‘direito da ofensa’. Neste livro, o humorista Ricardo Araújo Pereira defende que sem o ‘direito de ofender os outros’, a liberdade é um conceito vazio de significado, porque não é preciso proteção legal para dizer coisas que todos gostem (Nunes, 2016: 152).

Deste modo, o movimento do 'politicamente correto' pode representar uma ameaça à liberdade de expressão, pois as suas ações, direta ou indiretamente, podem limitar a expressão individual e levar à autocensura. As pessoas deixam de expressar as suas opiniões com receio de serem vistas como ofensivas ou discriminatórias para certos grupos, fazendo com que temas considerados “sensíveis” sejam cada vez menos discutidos. Esta tentativa de limitar a liberdade de expressão, baseia-se na ideia de que certos termos podem ferir susceptibilidades e, por isso, tal implicaria a sua remoção do nosso vocabulário para promover uma linguagem inclusiva, respeitosa e não ofensiva

A literatura sobre o 'politicamente correto' e a liberdade de expressão é fundamental para compreender a interação entre estes conceitos no contexto da presente dissertação. Ao explorar como o 'politicamente correto' redefine termos e estabelece novas agendas linguísticas, este capítulo destaca a tensão existente entre a promoção de uma linguagem inclusiva e a possível limitação da liberdade de expressão.

A análise de autores como Hume (2016), Fernandes (2011) e Girão (2021) evidencia que, embora o 'politicamente correto' tenha na sua génese criar um ambiente comunicativo mais respeitoso, ele também pode conduzir à autocensura. O medo de ofender ou de ser visto como discriminatório leva muitas pessoas a evitar expressar opiniões, especialmente sobre temas sensíveis. Esta dinâmica é crucial para entender como a liberdade de expressão pode ser restringida, mesmo que indiretamente, pelo 'politicamente correto'.

No contexto do programa *Extremamente Desagradável* de Joana Marques, o humor pode ser visto como uma ferramenta para desafiar as normas do 'politicamente correto' e explorar os limites da liberdade de expressão. Alguns dos programas abordam temas mais controversos, expondo desta forma a tensão entre a necessidade de evitar ofensas e a importância de permitir uma crítica livre e aberta. A compreensão das dinâmicas do

'politicamente correto' permite uma análise mais profunda de como o humor pode servir tanto para questionar quanto para reforçar normas sociais.

Em suma, esta secção é essencial para a presente dissertação, pois fornece uma base teórica sólida para analisar as complexas interações entre o 'politicamente correto' e a liberdade de expressão. Ao estabelecer o contexto para a exploração do humor no programa *Extremamente Desagradável*, ele esclarece como as práticas humorísticas do programa se posicionam dentro do debate mais amplo sobre os limites da expressão individual numa sociedade cada vez mais sensível às questões de linguagem e inclusão.

## 2.4 O Humor e o Politicamente Correto

McGraw e Warner (2014:10) ressaltam que o humor sempre teve um papel crucial no espaço público, abrangendo diversas áreas e épocas. Desde Platão e Aristóteles na filosofia ocidental, passando por Thomas Hobbes em *Leviathan* no campo da *filosofia* política, até Charles Darwin estudando o riso dos chimpanzés e Freud explorando os significados inconscientes das piadas, o humor tem sido uma ferramenta importante para a reflexão e crítica social. Deste modo, o humor esteve, está e estará sempre presente nas nossas vidas, seja consciente ou inconscientemente.

Sobre a importância do Humor, Carr (2021:123), autor e humorista britânico, refere que o riso é benéfico para o ser humano, servindo para aumentar o fluxo sanguíneo, contribuindo para o relaxamento muscular e reduzindo a parede arterial, associada, muitas das vezes às doenças cardiovasculares. No seu livro, o autor assinala que o humor usa diferentes partes do nosso cérebro ao mesmo tempo, fazendo com que o ato de rir seja desencadeado por todo um circuito que vai vagueando por várias regiões cerebrais, que ao contrário de outras reações emocionais não se cinge apenas a um compartimento estanque do nosso cérebro. O humorista refere que o riso é primeiramente despoletado do lado esquerdo do córtex, onde as palavras e a estrutura da piada proferida são analisadas. Depois passa para o lobo frontal, onde são captadas as respostas sociais e emocionais, passando de seguida para o hemisfério direito onde ocorre a análise intelectual necessária. É nesta última etapa que o recetor percebe a piada. Posteriormente, volta ao lobo occipital de forma a processar sinais visuais - isto ocorre com a visualização da piada. Por fim, ocorre um

estímulo na secção motora de forma a ser possível obter uma resposta física à piada, resultando assim no riso (Carr 2021:23-124).

Bergson (2019: 15) refere que, para que o riso produza o seu efeito esperado, é necessária uma momentânea anestesia do coração. O autor quer dizer que a emoção é o principal inimigo do riso; portanto, o riso deve ser acompanhado de uma certa insensibilidade. O autor afirma que existe um vício que torna o ser humano cómico e que é a tarefa do poeta cómico apresentar esse vício aos espectadores. Ele revela os aspetos íntimos do comportamento humano de maneira que tanto o comediante quanto o público possam divertir-se, resultando num prazer compartilhado. O desafio na produção do riso surge quando esse prazer não é compartilhado por todos, levando a críticas e oposição contra certos tipos de humor. É neste momento que surge a principal celeuma entre humoristas e o ‘politicamente correto’, passando os humoristas a funcionarem como canário na mina de carvão (Bergson, 2019:15-21)

Ricardo Araújo Pereira, no livro *Com o Humor Não se Brinca* de Nelson Nunes, explica esta expressão. É assim comparado o papel dos humoristas à antiga tradição dos mineiros de levar um canário para as minas de carvão. O canário servia como indicador da qualidade do ar: se houvesse gás venenoso, como o monóxido de carbono, o canário morreria, alertando os mineiros a sair da mina. Da mesma forma, no humor, sempre que a liberdade de expressão é restringida, o discurso humorístico é o primeiro a sofrer. Isso faz com que os humoristas sejam os primeiros a queixar-se quando a liberdade de expressão é ameaçada. Ricardo Araújo Pereira reforça ainda que quando falamos em liberdade de expressão, o discurso humorístico acaba sempre por estar presente na linha da frente, pois é o território do discurso em que o problema dos limites se coloca. Sobre este ponto, o humorista não vê que haja razão para que os limites do humor sejam diferentes dos que regem a liberdade de expressão, referindo que, na aparência, esses mesmos limites são dotados de uma maior elasticidade. Essa elasticidade acontece porque os discursos humorísticos têm características que o distinguem de outro tipo de discursos, como é o caso da utilização da ironia e do exagero. O discurso humorístico acaba por muitas das vezes estar ligado ao exagero de uma ideia, que acontece porque está debaixo de uma lupa. O tipo de discurso só é chocante quando se perde a noção que o exagero é uma das características específicas desse tipo de discurso (Nunes, 2016:157-159).

Segundo Carr (2021:125), esta pressão ao discurso humorístico acontece porque a comédia vive entre o discurso público e o privado, fazendo com que os limites sobre o que é ou não é apropriado dizer esteja constantemente a mudar.

Também Rui Sinel de Cordes, em *Com o Humor Não se Brinca*, explana que um indivíduo que tenha a convicção de que o humor deve ter limites é uma pessoa que não sabe controlar as suas emoções. O humorista reforça que é normal que as pessoas não achem piada a tudo, e compreende aquelas que ficam ofendidas, achando que determinada piada passa dos limites. Todavia, querer por causa de disso limitar o discurso humorístico denota uma deficiência emocional neste campo. Rui Sinel de Cordes reforça que todos temos falhas e deficiências, contudo, é importante percebermos que nós não adaptamos a sociedade aos nossos defeitos, mas os nossos defeitos é que têm que se adaptar à sociedade (Nunes, 2016:80).

Joana Marques, aborda a questão dos limites do humor e considera a pouca praticidade desta questão. A humorista argumenta que se existisse uma entidade responsável por impor limites, isso se assemelharia aos tempos da PIDE. Na verdade, esses limites são individuais e devem ser autoimpostos, nunca sendo universais (Nunes, 2016:186).

Bruno Nogueira, sobre a temática dos limites, refere que o ‘politicamente correto’ deveria ser eliminado, pois chegou-se a um extremo em que já não se pode falar sobre quase nenhum tema. A título de exemplo, o humorista refere que já não se pode fazer piadas com mulheres porque a maioria das interpretações vão ser de que se está a ridicularizar o sexo feminino. O humorista partilha ainda que não se pode fazer nada sem que ninguém se sinta ofendido, independentemente da situação. Seja sobre touradas, religião, agricultura ou qualquer outro tema pois tudo acaba por ofender. Bruno Nogueira conclui que se um humorista for pensar no ‘politicamente correto’, bloqueia, porque não vão sobrar temas para se fazer humor (Nunes, 2016:304).

Krauss (2019), no *The Origins Podcast*, entrevistou o humorista britânico Ricky Gervais, que considera que as pessoas se sentem ofendidas porque confundem o sujeito da piada com o seu alvo, e que na sua avaliação estes conceitos são distintos. O humorista alude ainda que alguém que queira impor limites ao humor, está dotado de uma enorme arrogância, porque é impossível viver sem ninguém dizer algo que nós não concordemos ou que nos possa magoar. O humorista hiperboliza esta situação, como que se esses indivíduos

saltassem para a frente de uma arma e perguntassem ao atirador porque é que este está a disparar.

Hume (2016:194), defende que qualquer pessoa tem o direito em sentir-se ofendida por coisas que outra pessoa diga ou faça. Todavia, ficar ofendida não lhe dá direito para retirar a liberdade de expressão a ninguém. O autor refere que, em vez de liberdade de expressão, o que esses defensores do ‘politicamente correto’ exigem é verem-se livres de palavras ofensivas.

Ricardo Araújo Pereira, em 2018, na sessão de abertura do Festival Literário da Madeira, num debate com Mick Hume sobre a liberdade de expressão, a ofensa e politicamente correto, partilhou do juízo anteriormente referido. O humorista referiu que caso se começasse a controlar e limitar quais os termos e temas onde o olhar humorístico se podia debruçar, não sobraria nada sobre o qual se poderia criar material. Para enfatizar esta premissa, o autor dá o exemplo de uma rábula realizada pelo grupo *Gato Fedorento*, do qual fazia parte. A rubrica exaltava o computador Magalhães como se fosse o Messias, e incluía uma eucaristia em seu nome. Sobre esta rubrica, o autor explica que algumas pessoas se sentiram ofendidas, incluindo o porta-voz da Conferência Episcopal, que comentou que fazer humor com as ondas do mar era uma coisa, mas fazer humor com a Eucaristia era outra. O humorista reforça a ideia referindo que se um dia fizer um programa sobre as ondas do mar receberá também críticas de que o mar é sagrado (Cipriano, 2018).

É bastante desafiante, a existência de uma relação saudável entre humoristas e o ‘politicamente correto’. O humor, que se apresenta possível em todas as temáticas, abrangendo as mais variadas questões, sejam estas políticas, sociais ou culturais, mostra-se complexo de se coadunar às balizas linguísticas impostas pelo ‘politicamente correto’.

Aos movimentos do ‘politicamente correto’, que se assumem como uma forma de restrição de linguagem potencialmente ofensiva e discriminatória, os humoristas respondem a estas imposições como a uma tentativa de censura mascarada. Para estes, o princípio de imposição de limites ao humor, tendo com base a contenção de possíveis ofensas, é falacioso.

O sentimento de se ficar ofendido com determinada temática ou piada proferida é dotado de uma grande subjetividade. Nem sempre o que é engraçado para um indivíduo o é para outro. As características do discurso humorístico através de exageros e ironias parecem em determinados temas extrapolar o inaceitável, ajudando a perpetuar este tipo de reações.

Todavia o parecer não significa ser, daí que do ponto de vistas dos humoristas não haja motivo para que a liberdade de expressão no humor seja restringida.

Esta secção explora a complexa relação entre humoristas e o ‘politicamente correto’, destacando como esta interação molda o espaço do humor na sociedade contemporânea. A análise revela que o ‘politicamente correto’, embora vise promover uma comunicação mais inclusiva e respeitosa, frequentemente entra em conflito com os princípios fundamentais do humor. Os humoristas citados, argumentam que o ‘politicamente correto’ atua como uma forma de censura, limitando a liberdade de expressão e a capacidade de abordar temas controversos com ironia e exagero.

Os humoristas destacam que o discurso humorístico é frequentemente o primeiro a ser atacado quando as normas do ‘politicamente correto’ são aplicadas de forma rígida. Essa tensão é exemplificada pela metáfora do ‘canário na mina de carvão’, onde os humoristas são os primeiros a sofrer as consequências de um ambiente de expressão cada vez mais restritivo.

## 2.5 *Cancel culture*

A expressão *cancel culture* tem ganhado cada vez mais destaque no panorama atual. Uma prova desta crescente presença é a escolha do Dicionário Australiano Macquarie, que definiu ‘cultura do cancelamento’ como a palavra do ano de 2019. O comité do dicionário decretou este termo como uma marca da força crescente deste conceito, tanto positiva quanto negativa, nos tempos modernos (Macquarie Dictionary, 2019).

Mishan (2020:42), ressalva que todo debate em volta da *cancel culture* acaba por se focar em três pontos principais: o que é a cultura do cancelamento, como deve ser chamada, e se tal cultura existe. O autor refere que o significado deste termo acaba por ser bastante alargado devido às instâncias das quais faz parte, sendo simbolicamente aplicado a incidentes tanto online, como offline, que vão desde a justiça vigilante ao debate hostil, acabando também por passar pela perseguição, intimidação e o assédio, expondo assim um ponto de vista negativo sobre o termo.

Segundo o dicionário estado-unidense *Merriam Webster*, podemos definir a cultura do cancelamento pela prática ou a tendência de exprimir desaprovação, através de uma

pressão social em massa, sobre algo que foi dito ou feito por determinado indivíduo (Merriam-Webster, n.d).

Todler (2022) partilha a definição, referindo a cultura do cancelamento como uma forma de boicote, perpetuada através da remoção ou um cancelamento de uma determinada pessoa, organização, produto ou marca, devido a um problema que a comunidade ou grupo desaprova ou considera ofensivo.

Clark (2020:88-91) refere que é importante a tomada de consciência sobre ‘cancelar’ algo, ação que tem como fim retirar a atenção de um indivíduo ou instituição devido aos valores ou ao discurso ofensivo destes. O autor argumenta que a presença de milhões de indivíduos nas redes sociais cria um sentido de ‘coletividade’ e ‘comunidade’ em rede. Este fenômeno é marcado por um sentimento de imediatismo e revolta, cujo objetivo é exigir responsabilidade de indivíduos ou instituições pelos seus comportamentos menos ortodoxos.

Norris (2021:620), assinala que há uma pressão social de massa presente neste fenômeno, fazendo com que a ‘cultura do cancelamento’ possa ser vista como uma forma de retirar alguém ou algo da sociedade por ser moralmente ofensivo e por estar a violar os padrões éticos e morais da sociedade.

Meraz & Papacharissi (2013:159) assinalam que a utilização de plataformas online, de uso gratuito e geral, tais como o *Youtube* e o *Twitter*, permitem que grupos marginalizados se possam envolver neste enquadramento em rede. Nestas plataformas a comunicação é marcada por experiências coletivas, nas quais são perpetuados comportamentos injustos e ofensivos.

Estudos sobre a perceção da população americana relativamente à ‘cultura do cancelamento’, conduzidos pelo Pew Research Center (2021), apuraram que este fenômeno era entendido como ações que tinham como principais objetivos: a) servirem como momento de ensino; b) ajudarem na tomada de consciência c) expor episódios de racismo e sexismo; d) servir como forma de responsabilizar o indivíduo pelas suas declarações ou comportamentos na sociedade (Pew Research Center, 2021).

Marsh (2022:6) assinala que devido ao impacto abrangente deste movimento na sociedade, é crucial compreender os seus prós e contras. Por um lado, a exposição de ações ilegais de um indivíduo pode ter um resultado positivo, levando à cessação dessas atividades. Por outro lado, o exagero e a pressão, sobre certos indivíduos podem ter consequências graves, como a perda de emprego, após se expressarem num determinado meio social

Também (2021:622) indica que há controvérsias sobre os prós e contras do ‘politicamente correto’, e que foram estes que contribuíram para um incremento da discussão deste tema, passando este fenômeno a estar presente no debate contemporâneo.

Barack Obama, o 44º Presidente dos Estados Unidos, explanou a sua posição sobre o fenômeno do cancelamento num discurso na conferência na *Obama Foundation Summit*, em 2019 dizendo:

“you know this idea of purity and you're never compromised and you're always politically woke and all that stuff, you should get over that quickly. The world is messy, there are ambiguities. People who do really good stuff have flaws. (...) but I do get a sense sometimes now among young people and this is accelerated by social media, there is this sense sometimes that the way of me making change is to be as judgmental as possible about other people and that's enough. If I tweet or hashtag about how you didn't do something right or used the wrong verb or ... then I can sit back and feel pretty good about myself because man, you see how woke I was? I called you out. (...) You know, that's not, that's not activism. That's not bringing about change, you know. If all you're doing is casting stones, you're probably not going to get that far. That's easy to do”

Barack Obama destaca que muitos indivíduos acreditam que expressar indignação através de um *tweet* ou um *hashtag* é suficiente para promover a justiça, perpetuando uma sensação de falso ativismo. O antigo presidente dos EUA enfatiza que o verdadeiro ativismo requer mais do que apenas julgar os outros nas redes sociais; é preciso ação concreta para efetuar mudanças reais (Guardian News, 2019).

Mishan (2020:42) refere que é pretendido pelos defensores da cultura do cancelamento não só um pedido de desculpas e tomada de consciência sobre algo que foi dito ou feito, mas sim uma ‘vingança’ perpetuando assim uma versão substituta de um processo judicial caótico.

Bergen (2023) relata que a cultura do cancelamento é complexa e controversa. Embora este fenômeno tenha o principal intuito de promover a justiça social, combater discriminações e preconceitos, controlando possíveis fugas à norma vigente, na prática acaba muitas vezes por ser extrapolado. Este fenômeno é perpetuado através de linchamentos públicos, principalmente online, onde quem sofre essas ações é colocado à parte. A autora refere assim que o desejo de emancipação muitas vezes se inverte, culminando num esforço

de censura que sacrifica o direito à liberdade de expressão em nome do respeito pela diferença (Bergen, 2023).

Esta revisão da literatura sobre a ‘cultura do cancelamento’ é importante para compreender as complexidades e controvérsias que cercam este fenómeno, especialmente no contexto da liberdade de expressão. A análise demonstra como a ‘cancel culture’, embora inicialmente destinada a promover a responsabilidade e combater discriminações, pode resultar em exageros e consequências adversas, como a humilhação pública e a perda de oportunidades para indivíduos visados.

No âmbito da tese, esta secção destaca a dualidade da ‘cancel culture’, onde a intenção de justiça social pode ser subvertida por práticas de linchamento público, amplificado pelas redes sociais. A inclusão de diversas perspetivas, desde os argumentos de Barack Obama sobre o falso ativismo até às críticas de autores como Mishan (2020:42) Marsh (2022:6) e Bergen (2023) fornecem uma visão abrangente das implicações deste fenómeno na sociedade contemporânea.

Esta sustentação teórica contribui para a presente dissertação ao fornecer um contexto teórico e empírico sobre como a *cancel culture* influencia o discurso público e as interações sociais. São assim referidos os desafios da tentativa de equilibrar a responsabilidade social com a liberdade de expressão, oferecendo uma base sólida para explorar as práticas humorísticas no *Extremamente Desagradável* e a sua relação com os temas mais sensíveis na sociedade atual.

### Capítulo 3: Celebidades

A análise das celebridades digitais e dos influenciadores é fundamental para compreender as dinâmicas contemporâneas de comunicação e marketing, que estão profundamente enraizadas no ambiente digital e nas mais variadas plataformas sociais. Deste modo, esta secção explora como a ascensão das microcelebidades e dos influenciadores transformou o conceito tradicional de celebridade, criando formas de capital cultural, social e económico. A relevância deste tema para a presente dissertação reside no impacto que estas figuras exercem na opinião pública, moldando comportamentos, consumos e a própria cultura digital.

A evolução da tecnologia e das plataformas digitais alterou drasticamente a forma como a fama é alcançada e mantida, permitindo que indivíduos comuns consigam chegar ao estatuto de celebridade através da criação de conteúdo envolvente e da interação direta com os seus seguidores. Esta mudança tem implicações profundas não apenas para a cultura da fama, mas também para as estratégias de comunicação e marketing das marcas, que cada vez mais recorrem a influenciadores para alcançar os seus públicos-alvo de forma autêntica e eficaz.

Neste contexto, o capítulo investiga as diferenças entre celebridades tradicionais e digitais, destacando a relação entre o capital social e a interação constante que as microcelebidades mantêm com suas audiências. São também abordadas as formas como os influenciadores monetizam a sua popularidade, desde a simples publicidades até a estratégias de marketing de afiliados, demonstrando como essas práticas estão integradas na economia digital contemporânea.

O presente capítulo oferece uma visão abrangente sobre a evolução das celebridades na era digital, estabelecendo a base teórica necessária para compreender as interações entre influenciadores, celebridades digitais e as suas audiências. Esta análise é particularmente relevante para a presente dissertação, pois explora como essas figuras públicas, ao tornarem-se alvos frequentes de sátira e humor, são também objeto de análise crítica em formatos humorísticos. A sua exposição constante nas redes sociais e o impacto que exercem na opinião pública tornam-nas protagonistas de momentos humorísticos.

### 3.1 Introdução às celebridades e à cultura mediática

Abidin (2018:19) observa que desde 2008 a estrutura, a essência e a cultura da celebridade na internet evoluíram drasticamente devido ao avanço da tecnologia e das plataformas de media sociais. Estas novas formas de comunicação tornaram o estatuto de celebridade mais acessível, permitindo que pessoas comuns, independentemente das suas características de identidade, alcançassem a fama. A autora refere que houve uma evolução significativa na forma como as celebridades utilizam o digital. Com o advento das redes sociais, essas personalidades passaram a comunicar diretamente com os seus fãs, utilizando essas plataformas como ferramentas de comunicação generalizada. Este fenómeno também foi adotado por outros setores, como a política, onde os políticos usam as redes sociais para partilhar as suas ideias e se aproximarem dos cidadãos. As figuras dos media tradicionais, como os políticos, atores e músicos juntam-se assim ao ecossistema de celebridades que nascem na internet – as micros celebridades. A autora refere as diferenças entre microcelebridades e celebridades tradicionais. Enquanto as celebridades tradicionais geralmente guardam alguma distância do seu público, as microcelebridades constroem a sua fama e audiência através das conexões e interações com o seu público. As microcelebridades apresentam-se não como um estatuto inatingível, mas sim como pessoas "reais", com problemas do mundo real. Dessa forma, as microcelebridades têm um vínculo maior com o seu público do que as celebridades tradicionais, porque a fama das microcelebridades é, na grande maioria dos casos, criada pelo conteúdo que publicam nos meios online. Isso contrasta com as celebridades tradicionais, que adquirem a sua fama e público através dos mecanismos de entretenimento tradicional, como a televisão ou a rádio. A autora elucida ainda que as celebridades tradicionais acabam por ter uma fama mais extensiva para um público mais global, enquanto as microcelebridades, embora tenham um publico mais restrito, exercem uma popularidade mais profunda junto do mesmo. A autora realça que uma vez que a fama das micro--celebridades é construída através de uma comunidade de espetadores interessados através da internet, estas têm uma obrigação mais forte para com o seu público, já que as celebridades tradicionais, aparecem à sua comunidade através dos meios tradicionais, como a rádio ou televisão (Abidin, 2018:1-19).

Marwick (2013:12) define desta forma as microcelebridades:

“Micro-celebrity is an emerging online practice that involves creating a persona, sharing personal information about oneself with others, performing intimate connections to create the illusion of friendship or closeness, acknowledging an audience and viewing them as fans, and using strategic reveal of information to increase or maintain this audience”

Senft (2008) refere que a microcelebridade é um estilo de atuação online no qual as pessoas aumentam a sua popularidade na Web através de vídeos, blogues e redes sociais, algo bem diferente das celebridades convencionais. No entanto, ela observa que tanto as micro-celebridades quanto as celebridades convencionais precisam manter uma presença constante para não serem esquecidas (Senft, 2008:25-26).

Um dos primeiros estudos relacionados com o aparecimento das microcelebridades foi conduzido por Theresa Senft, tendo como objeto de estudo o “*Bedroom Webcamming*”. Entre 2000 e 2004, Senft (2008) investigou uma geração de *camgirls* e as suas audiências para compreender o fenómeno deste *hobby*, onde mulheres se transmitiam conscientemente ao público, trabalhando a sua imagem e o seu relacionamento emocional com vista a acumularem fama e popularidade. A autora utilizou o fenómeno das *camgirls* para estudar esta nova forma de ser celebridade online, distinguindo-as das celebridades das indústrias mais tradicionais, como a televisão ou a rádio. A autora constatou que, enquanto as celebridades tradicionais mantêm um sentido de separação e distância das suas audiências, as microcelebridades são populares devido à ligação e capacidade de resposta interativa com o seu público. As celebridades tradicionais são conhecidas pela sua arte e pelas suas competências profissionais, enquanto as microcelebridades são percecionadas como pessoas ‘reais’ com problemas reais (Senft, 2008: 26).

Marwick (2013:23-59) analisou o tema das microcelebridades estudando a utilização de meios de comunicação social como ferramenta de rede entre trabalhadores da indústria tecnológica de São Francisco, no início da década de 2000. Ela escolheu este público por três razões principais. Primeiro, o contexto em que essas pessoas estavam inseridas: responsáveis pela conceptualização e construção das tecnologias de redes sociais localizados em Silicon Valley, a sede mundial das aplicações e do discurso dos media sociais. Segundo, devido à elevada exposição à tecnologia, este grupo apresentava taxas elevadas de utilização de redes sociais e era o primeiro a adotar novas plataformas, como o Twitter. Isso permitiu

identificar padrões sociais que poderiam ser observados noutros locais. Terceiro, ao estudar este público, Marwick quis evitar os discursos paternalistas e repulsivos dos “nativos digitais” em relação às redes sociais e aos videojogos online. A autora concluiu que as pessoas tendem a seguir normas online que aumentam o seu status, o que é crucial no ecossistema tecnológico devido ao impacto tangível na comunicação cara-a-cara. Um bom status online abre portas num meio onde a linha entre a parte cultural, social e financeira são esbatidas (Marwick, 2013:23-59)

As redes sociais promovem assim uma noção individualista e competitiva, encorajando uma busca individual de status, em detrimento da ação coletiva. A autora reforça a importância do público-alvo do estudo, pois embora as redes sociais sejam utilizadas de maneiras diferentes em todo o mundo há princípios basilares sobre o seu uso que advém da cultura de Silicon Valley, moldando assim o resto do globo (Marwick, 2013: 23- 59).

Marwick (2013:13) refere também que há dois tipos de microcelebridades, as alcançadas e as atribuídas. Por um lado, as microcelebridades alcançadas, são pessoas que fizeram algo de forma consciente e consistente para aumentar a sua visibilidade perante o público, aumentando assim o seu estatuto e popularidade. Como exemplo, o autor refere uma modelo da internet ou alguém que é apresentador num programa online. As microcelebridades atribuídas são celebridades que não tinham por si só o objetivo de ter popularidade, mas que através da produção dos medias, quer seja através de fotografias de *paparazzi*, quer seja através de revistas cor-de-rosa, ou *blogs* de mexericos, acabam por ter a sua vida conhecida. Como exemplo disso, a autora refere dois fundadores de empresas multimilionárias: Steve Jobs – fundador da Apple, e Mark Zuckerberg, fundador do Facebook. Nenhuma destas pessoas quis estrategicamente aumentar a sua audiência, mas acabou por haver procura da sua vida privada, devido aos feitos por eles perpetuados (Marwick, 2013:13)

Abidin (2018:13) refere que desde os últimos estudos sobre celebridades, ocorreram mudanças muito significativas nas plataformas de redes sociais, nas próprias normas da internet e nos impactos socioculturais da criação e desenvolvimento das celebridades na internet. A autora sugere que um conhecimento básico do funcionamento das plataformas de redes sociais permite que qualquer pessoa se torne numa microcelebridade partilhando

informação na internet. No entanto, nem todos conseguem transformar essa microcelebridade numa vocação, como fazem os influenciadores (Abidin, 2018:13-14).

As celebridades da internet podem ser avaliadas com base em seis fatores. Em primeiro lugar, a escala: enquanto a escala de popularidade das microcelebridades era pequena comparada às celebridades do meio tradicional, hoje é comum que as celebridades da internet rivalizem ou até mesmo superem as celebridades tradicionais em termos de popularidade e alcance. Em segundo lugar, a plataforma de influência: no início, as microcelebridades cingiam-se às tecnologias da internet, como as webcams e as redes sociais, mas agora estão a cruzar a sua influência em meios online e tradicionais. Em terceiro lugar, a audiência: inicialmente, a audiência das microcelebridades era um nicho de população que utilizava a internet, mas atualmente estas constroem audiências a uma escala global de seguidores fiéis e interessados com a ajuda de algoritmos das redes sociais e da sua influência em meios tradicionais, que trazem mais público para o meio online. Em quarto lugar, a natureza dessas micro-celebridades: no princípio, ser micro-celebridade era visto como um passatempo, um hobby, mas atualmente é algo cada vez mais profissional. Em quinto lugar, o funcionalismo: ser micro-celebridade depende da divulgação de informação mais privada e da interação gerada; as micro-celebridades apresentam os seus conteúdos baseando-se nos seus talentos e competências, mas também partilham conteúdos emocionais e da sua vida quotidiana, mantendo um sentido de normalidade. Em sexto lugar, o impacto: inicialmente dependiam apenas do conteúdo gravado nos seus quartos, mas atualmente utilizam redes sociais e blogs, emissões em meios de comunicação tradicionais e parcerias com empresas devido à sua influência. Abidin conclui que se torna mais fácil perceber o que é realmente uma celebridade da internet, definindo o termo como todos os formatos mediáticos, pessoas, produtos, ícones ou figuras que atingem proeminência e popularidade nativas da internet. As celebridades da internet são conhecidas pela sua exposição e visibilidade, relacionada com a fama ou infâmia, talento ou competência, quer essa visibilidade seja sustentada ou transitória, intencional ou por acaso, monetizada ou não. Para ser uma celebridade é necessário ser recebido, observado e reconhecido por um público; alguém que, mesmo fazendo conteúdo digital, não seja observado e validado por ninguém não pode ser aclamado como ‘celebridade’. O sucesso e a visibilidade variam também consoante as plataformas usadas e os gostos culturais do público a que se destinam (Abidin, 2018:13-16).

### 3.2 As celebridades da internet

Abidin, (2018:19) alude que a celebridade na internet é um produto de performance e de percepção, sendo que na maioria das vezes estas recebem atenção tendo por base quatro princípios: O da exclusividade, o do exotismo, a excecionalidade e a quotidianidade. A autora refere que esses quatro princípios correspondem, cada um deles, a uma forma específica de capital, estudada pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu. Abidin utiliza a perspectiva de capital de Bourdieu (1986), na qual o autor partilha que para compreender o mundo social é preciso introduzir nele a noção de capital, bem como os seus efeitos. Nesse estudo, de forma a compreender o capital, o autor criou um quadro exemplificativo de como a sociedade faz os seus julgamentos, positivos ou negativos de algo, e como atribui estatuto e distinção a diferentes comportamentos sociais. Abidin cita assim, como primeiro princípio o da exclusividade. Quando as celebridades da internet se apresentam como "exclusivas", cria-se uma aura de glamour em torno dessas práticas devido ao acesso exibido a bens elitistas. Este conceito está relacionado com o capital económico de Bourdieu. A autora afirma que as qualidades e os princípios das celebridades na internet se encaixam numa forma específica de capital, que desperta interesse e atenção, de maneira positiva ou negativa.

Conteúdos que exibem ostentação, como viagens de luxo, carros caros e roupas de marca, podem ser percecionados como um género de conteúdo que devido à sua raridade atrai o interesse do público, levando-o a consumir esse estilo de vida. A título de exemplo Abidin (2018:20) refere o “*The Rich Kids Of Instagram*”, como um fenómeno dependente do capital económico. Este fenómeno acontece numa conta da rede social Instagram na qual são partilhadas as vidas de adolescentes e jovens adultos, como os seus estilos de vida luxuosos através da ostentação de bens materiais e experiências extravagantes, como por exemplo, a condução de carros de alta gama, jantares em restaurantes caros ou viajar em classe executiva. Toda esta exposição e jactância atrai uma enorme quantidade de atenção e seguidores, que se traduz num aumento de *‘follows’* e gostos aumentando assim interação nas postagens. Este tipo de conteúdo teve uma repercussão tão grande que os meios de comunicação tradicionais começaram a produzir conteúdo tendo como base estes estilos de vida, seja através de pequenos romances, seja com a criação de *reality shows*. A autora refere que elementos que integravam essa mesma página acabaram mesmo por confessar que o

objetivo das suas postagens seria mesmo uma estratégia para provocar e chocar o público, aumentando assim a sua fama (Abidin, 2018:22).

Em segundo lugar, o autor destaca o excecionalismo. Uma celebridade exótica é vista como alguém que se destaca das demais, seja por ser nova ou estrangeira, despertando o interesse da audiência devido aos seus hábitos culturais diferentes. Abidin cita assim o princípio que está relacionado com o capital cultural. Segundo Abidin (2018:22), o capital cultural refere-se aos conhecimentos, habilidades e educação (incorporados), aos objetos materiais valorizados (objetivados) e às qualificações e reconhecimentos formais (institucionalizados) que são acumulados através do desenvolvimento de qualidades pessoais apreciadas, da posse de bens materiais e das credenciais adquiridas. No caso em análise por Abidin, a celebridade exótica na internet surge com o desfasamento entre o que é considerado culturalmente normal e os antecedentes do artista e do público, simbolizando assim a distância de um fosso cultural entre os dois, e, por conseguinte, o grau de exotismo que vai depender da ligação entre a celebridade da internet e o público. Desta forma, dependendo da cultura do espectador, este pode considerar uma celebridade da internet mais exótica ou demasiado mundana para receber qualquer atenção (Abidin:2018:22-23).

Abidin (2018:23) cita como exemplo de uma celebridade exótica da internet Kinoshita Yuka, uma comedora profissional, praticante do fenómeno sul-coreano ‘mukbang’. Em traços gerais, Kinoshita é conhecida tendo vários vídeos virais no seu canal do Youtube, onde regista proezas notáveis, comendo quantidades absurdas de comida num curto período de tempo. Kinoshita tem no seu canal de Youtube, que conta com mais de 5 milhões de seguidores, vídeos onde come 100 hambúrgueres do *Macdonald’s*, 1000 gyozas, ou até mesmo 7 Kg de bolo de aniversário. Kinoshita exhibe assim no início do vídeo todos os produtos que vai comer, muitos dos quais estão associados a marcas conhecidas internacionalmente como é o caso da *Macdonald’s*, *Pizza Hut*, ou *Kentucky Fried Chicken*. A presença de marcas conhecidas do grande público faz com que os espectadores se relacionem com os alimentos que Kinoshita está a comer, suscitando assim um sentimento de identificação onde involuntariamente ocorrem comparações entre a ingestão grotesca de comida de Kinoshita, e o que comeria um cidadão normal.

O fenómeno de ‘Muckbang’, traduzido em *influencers* que comem quantidades excêntricas de comida enquanto se filmam, é um fenómeno recente comparado com outros fenómenos homólogos de *livestream*, como é o caso de *livestream* de jogos (Babenskaite &

Yang: 2019:8). ‘Muckbang’ é assim definido como uma *livestream* onde o *influencer* come enquanto interage com quem visualiza, que por sua vez comenta a proeza através de uma sala de *chat* em direto. Choe refere que toda a performance ao redor da comida (como os gestos, o discurso e todos os textos escritos nos seus vídeos), faz com que se crie uma comunidade intercomunicativa na internet em redor deste fenómeno, reforçando assim a fama deste tipo de celebridades da internet (Choe, 2019:171).

O terceiro princípio, o do excecionalismo, ocorre quando uma celebridade da internet destaca as suas capacidades invulgares, qualidades espantosas ou competências especializadas que podem ser de elite ou mundanas por natureza, mas que são admiradas pela sua tecnicidade (Abidin: 2018: 28)

Abidin cita Bourdieu (1986), observando que este não define explicitamente o capital técnico. No entanto, podemos interpretá-lo como uma combinação de capital económico, cultural e social. Como exemplo de uma celebridade da internet em que se pode retratar o fenómeno do excecionalismo, Abidin refere o músico sul-coreano Sungha Jung. A autora descreve que Sungha Jung tornou-se popular no YouTube aos 10 anos de idade, como um prodígio da guitarra. Sungha apresentava-se com uma guitarra maior do que o seu corpo, e os seus dedos minúsculos estendiam-se para alcançar as cordas, tocando covers de canções populares com uma habilidade técnica surpreendente para a sua idade. Esse talento incomum destacou-o entre outros músicos. Desta forma, ao longo da sua carreira, Sungha Jung conseguiu transformar a sua fama no YouTube em vários álbuns de estúdio, digressões de concertos por todo o mundo, patrocínios de várias marcas de música e aparições num documentário sobre como tocar guitarra acústica na técnica *fingerstyle* (Abidin, 2018:29).

Por fim, em quarto lugar, a autora refere a partilha da normalidade do quotidiano. Isto é a celebridade da internet que partilha mundanidade e vulgaridade da sua vida quotidiana com tanta franqueza, regularidade e consistência, que acaba por fomentar uma relação social baseada num sentido de comunidade e confiança com o público, visto como um ‘capital social’ (Abidin, 2018:29)

Abidin cita novamente Bordieu, referindo que o capital social se refere aos ativos resultantes do relacionamento estável entre pessoas, organizações ou instituições, através da pertença reconhecida a esses grupos.

Dessa forma, as interações sustentadas e regulares das celebridades quotidianas da internet com o seu público, tornam essas mesmas redes sociais espaços em rede, para que os

espectadores com os mesmos interesses se reúnam e se mantenham atualizados. Destarte, ao longo do tempo, este sentimento de familiaridade e confiança vai permitir que as celebridades do quotidiano da Internet acabem por promover outras pessoas, produtos ou serviços através de recomendações pessoais. É citado como exemplo pela autora, o perfil das celebridades digitais que publicam diariamente como estão vestidas, através da tag “OOTD”, percecionada como “*outfit of the day*”, blogues de estilo de vida.

Os exemplos mais comuns de celebridade quotidiana na internet incluem OS referidos utilizadores que publicam diariamente “*outfits of the day*” ou “OOTDs”, blogues de estilo de vida, e todo o tipo de conteúdo que faça transparecer para o público o “dia-a-dia” verdadeiro dessa celebridade, gerando assim identificação (Abidin, 2018: 32-33)

### 3.3 Celebridades digitais e media tradicionais.

Abidin (2018: 37) observa que a ascensão da economia da atenção nos espaços digitais, está simultaneamente a capitalizar e a ser canibalizada pelos meios de comunicação tradicionais, à medida que ambas as indústrias competem e cooperam por uma audiência digital. Dessa forma, e como ambos os meios, tanto o tradicional como o digital, servem de plataforma de exposição para as celebridades da internet, o autor apresenta-nos uma análise dos cinco tipos comuns de celebridades da internet, centrada especificamente na forma como as celebridades da internet se podem relacionar com indústrias dos media. Como primeiro tipo, é referido as testemunhas oculares virais de um acontecimento, que ficam acidentalmente celebridades viral na internet. Normalmente, essas pessoas são entrevistadas em noticiários televisivos. Muitas delas são vítimas dos incidentes relatados, alcançando fama da noite para o dia devido aos seus relatos sensacionais, que muitas vezes podem ser interpretados como humorísticos. Posteriormente, esses relatos são republicados em plataformas de redes sociais, ganhando assim alguma fama. A autora refere assim que a viralidade do testemunho ocular é uma estratégia testada e comprovada para angariar visualizações, tráfego e partilhas da cobertura noticiosa. Abidin, como segundo exemplo, aborda os ‘*memes*’. Os ‘*memes*’ são imagens, vídeos ou textos que capturam momentos comprometedores ou expressões notáveis de pessoas comuns, que muitas vezes se tornam

virais e ganham status icónico na internet. Essas representações podem ocorrer de forma involuntária e são amplamente partilhadas e reinterpretadas pelos utilizadores online, transformando-se em memes conhecidos (Abidin, 2018: 37-44).

No panorama português, um bom exemplo a referir é o caso de Hélio Catarino, que em 2011 numa brincadeira com os amigos, desceu uma estrada a alta velocidade, num skate, enquanto gritava “Sai da Frente Guedes”, acabando por cair espalhafatosamente numa valeta. O vídeo da queda viralizou, tendo acumulado mais de 4 milhões de visualizações, tendo sido dos vídeos mais vistos em Portugal (Sousa Dias, 2011:1) A frase e o acontecimento viraram um meme nacional, tendo o vídeo sido partilhado nos media tradicionais, aumentando assim a fama de Hélio Catarino, fazendo com que o mesmo fizesse parte de uma campanha publicitária de uma das principais operadoras de comunicação em Portugal – a MEO (Meo, 2011).

Em terceiro lugar, Abidin refere que os investimentos em pessoas que são detetadas e preparados pelos meios tradicionais. A autora explica, assim, que há utilizadores das plataformas sociais com publicações organicamente virais, que acabam por ser sistematicamente absorvidos e até mesmo explorados pelos meios de comunicação tradicionais tornando-se celebridades tradicionais. Uma das formas de isto acontecer é através de programas de televisão que convidam essas pessoas de forma a tentarem recriar essa publicação viral ao vivo, tudo com o objetivo de trazerem mais pessoas para o meio tradicional, neste caso a televisão, bem como para os canais de redes sociais da mesma. A autora refere que, na era atual, é cada vez mais comum que os media tradicionais, como os *talk shows*, integrem conteúdos de criadores e celebridades da internet na sua programação. Um exemplo disso é o programa de Jimmy Fallon, “*The Tonight Show*”, que tem uma rubrica chamada ‘*Hashtag Fail*’. Nesta rubrica, os telespetadores partilham as suas piadas em tempo real através das redes sociais, utilizando uma hashtag específica. Outro exemplo é o programa americano ‘*The Ellen DeGeneres Show*’, que traz uma componente mais humana, ao transformar pequenos momentos de fama na internet em plataformas para celebridades mais sustentadas.

Em quarto lugar estão as participações especiais de celebridades do mundo do online, em conteúdo dos media tradicionais. Ou seja, a forma como as celebridades da Internet, que já têm uma base de seguidores e uma audiência estabelecida nas redes sociais são convidadas a participarem como convidados ou mesmo a dirigirem secções de meios de comunicação

tradicionais - seja na imprensa escrita, na televisão, na rádio ou no cinema, - para que estes capitalizem as suas audiências nativas da internet e revigorem a sua presença e relevância digital. Desta forma, estas participações acontecem para revitalizar a queda do número de espectadores nos sectores dos meios de comunicação tradicionais (Abidin, 2018: 60).

Por fim, em quinto lugar, é referenciado a ‘microcelebridade armada’. Isto refere-se a microcelebridades que produzem conteúdo com elevada frequência e têm uma grande audiência, exercendo uma influência significativa na opinião pública. Essas microcelebridades muitas vezes atraem a atenção dos meios de comunicação tradicionais, que cobrem as suas publicações nas redes sociais de forma desproporcionada e sensacionalista. Como exemplo deste quinto ponto, a autora refere o caso PewDiePie vs. Wall Street Journal. Em fevereiro de 2017, o The Wall Street Journal publicou um artigo acusando o *youtuber* PewDiePie de fazer publicações antissemitas, resultando na rescisão do contrato com a Disney. A autora ressalta que a fama de PewDiePie, um dos influenciadores digitais mais populares e reconhecidos, tornou-o um alvo evidente. Em resposta, PewDiePie argumentou que os meios de comunicação social tradicionais temem a influência dos *youtubers* e recorrem a técnicas sensacionalistas para desacreditar e minar o seu valor económico. A autora afirma assim que muitos *youtubers* defenderam PewDiePie, afirmando que a intenção do jornal era motivada por interesses monetários e não pela justiça social. Isso reflete como os meios tradicionais tentam controlar a crescente presença das novas celebridades digitais (Abidin, 2018:65-67).

### 3.4 Os influenciadores: Estratégias e Impacto

Abidin (2018:71-73) alude que o fenómeno da celebridade da internet foi adotado e adaptado a várias estruturas e instituições da sociedade, fazendo com que esta ampla aceitação cultivasse um grupo económico de elite, no qual a fama digital muitas vezes consegue ser transformada na criação de uma marca própria ou até mesmo em um negócio, nascendo assim os influenciadores. A autora define os influenciadores como uma forma crítica de celebridade da internet, capazes de atrair e manter um número considerável de seguidores nas suas redes sociais, produzindo conteúdos altamente envolventes e personalizados, podendo ser assim utilizados como canais de informação e amplificando as suas mensagens. A autora refere que o termo influenciador é utilizado para descrever um

modelo de marketing e publicidade, onde um ou mais indivíduos exercem influência através do seu conteúdo sobre um grande grupo de potenciais clientes. Abidin refere ainda que a influência das celebridades na internet varia dependendo do clima sociocultural e da região do mundo onde se encontram.

Lincoln (2016) refere que os influenciadores são indivíduos capazes de estimular o pensamento, influenciando as decisões dos outros através da autenticidade e assertividade.

Duarenok & Hallanan (2018:5) referem que os influenciadores da internet não devem ser confundidos com celebridades, sendo que a principal diferença entre os dois é que os influenciadores não precisam de ser celebridades. Os influenciadores da internet são pessoas comuns na vida real que, no entanto, são líderes de opinião importantes na internet, devido às suas competências especiais.

Karhawi (2017:48) refere que os influenciadores têm a capacidade de influenciar o processo de decisão de compra de um indivíduo, promover debates e discussões sobre certos tópicos e influenciar outros cidadãos em relação ao seu estilo de vida, gostos e bens culturais

Silva & Tessarolo (2016:5) referem que a liberdade e facilidade de acesso ao conteúdo na internet permitiram o surgimento dos influenciadores, que se destacam pelo conteúdo que partilham nas redes sociais. Os autores definem influenciadores como indivíduos que se destacaram nas suas plataformas sociais ao mobilizar um grande número de seguidores. Eles criam e moldam opiniões através dos seus conteúdos e da exposição do seu estilo de vida, experiências e opiniões tem um impacto significativo, influenciando áreas como o consumo, a moda, a cultura e o comportamento social.

Abidin (2018:76-82), sobre a geração de rendimentos dos influenciadores, indica que estes obtêm rendimentos de três formas principais. A primeira é através de artigos de opinião que são pagos, onde os produtos e serviços mais popularmente anunciados são produtos e serviços associados à moda e à beleza. A segunda forma é a venda do espaço nos seus blogues e plataformas de redes sociais, por exemplo através da colocação de *banners* ou publicações, de forma a que as marcas consigam captar os seguidores dos influenciadores. A terceira forma referida pelo autor, é a venda de artigos, onde devido a sua popularidade, estes vendem artigos seus, como roupa e acessórios usados. Com o passar do tempo, a forma de gerar rendimentos foi-se diversificando, algo que se deveu à criação de diferentes estratégias de comunicação, de empresas em vários setores, nomeadamente a criação de estratégias assente em marketing de afiliados. A autora refere que várias foram as empresas que abriram

os seus programas de afiliados, como foi o caso da Amazon, que permitiu que influenciadores ganhassem comissões sobre os produtos vendidos através das suas recomendações.

É perceptível que o mercado da influência está em crescimento, sendo que os influenciadores emergiram como figuras importantes no mundo online e offline, transcendendo em muitos casos as celebridades tradicionais e reforçando o seu peso através da criação de marcas e negócios próprios. Os *influencers* ganham assim um papel preponderante para as marcas, devido à forma como cativam a sua audiência através de conteúdos pessoais e envolventes. Desta forma, entram em jogo empresas que procuram ajudar os *influencers* a fazer a gestão de todas as suas parcerias com as marcas, bem como auxiliar na criação de conteúdo tendo em vista como contrapartida, uma percentagem das receitas geradas pelos mesmos.

Esta revisão fornece uma análise detalhada sobre a evolução e o impacto das celebridades digitais e influenciadores no contexto contemporâneo dos meios de comunicação e marketing, abordando o papel crucial que as celebridades digitais desempenham na formação da opinião pública e na promoção de produtos e serviços, destacando a relevância da sua influência na era digital.

A análise revelou que o fenómeno das celebridades digitais, conforme discutido por Abidin (2018) e outros autores, não pode ser dissociado das práticas socioculturais e do ambiente mediático em que estas operam.

A relevância deste capítulo para a presente dissertação reside na sua capacidade de fornecer uma base teórica sólida para a análise do impacto dos influenciadores no programa *Extremamente Desagradável* de Joana Marques. Ao entender a arquitetura dos influenciadores e os princípios que guiam a sua ascensão, é possível contextualizar como o humor, como uma forma de expressão mediática, pode desafiar as normas do politicamente correto e explorar a liberdade de expressão dentro do conteúdo que é feito sobre celebridades.

## Capítulo 4: A Rádio em Portugal

### 4.1 Desenvolvimento da Rádio Pré 25 Abril até à Atualidade

Esta secção estabelece o contexto histórico e evolutivo da rádio em Portugal, que é essencial para compreender a relevância do humor no meio radiofónico contemporâneo, especialmente no caso do programa *Extremamente Desagradável*, de Joana Marques. Ao traçar a evolução da rádio desde as primeiras emissões até à era digital, este capítulo demonstra como a rádio tem sido um meio dinâmico e adaptável, proporcionando uma base sólida para a análise do humor contemporâneo. A análise da evolução da rádio no contexto do humor é essencial para entender como os programas humorísticos, como o *Extremamente Desagradável*, se inserem e dialogam com a tradição radiofónica em Portugal, especialmente em termos de liberdade de expressão e crítica social.

#### Evolução da Rádio Pré - 25 Abril

Ribeiro (2017) assinala que, embora o interesse pela radiodifusão em Portugal remonte a períodos anteriores, foi na década de 1920 que surgiram as primeiras estações emissoras. Durante este período inicial, o foco estava predominantemente na expansão do alcance das transmissões, com maior preocupação pelos aspetos técnicos do que pelos conteúdos das emissões. As primeiras tentativas de transmissão, realizadas pelo capitão Jorge Botelho Moniz e por Alberto Lima Basto, exemplificam essa fase inicial. Estes pioneiros, que mais tarde fundariam o Rádio Clube Português (RCP), concentraram-se em melhorar a capacidade técnica para aumentar a distância alcançada pelos sinais emitidos a partir do emissor da Parede (Ribeiro, 2017:18).

As primeiras emissões regulares em Portugal começaram em Lisboa a 25 de outubro de 1925, iniciadas por Abílio Nunes dos Santos Júnior com a estação CT1AA, autorizada pelos correios (Santos, 2015:23). Segundo Neves (2020:45), os pioneiros desta era eram entusiastas locais da radiocomunicação, cujo entusiasmo levou a um crescimento significativo de estações de rádio na primeira metade dos anos 1930, transmitindo programas diversos como música e notícias breves. Com o avanço tecnológico, a primeira legislação

sobre telegrafia sem fios foi introduzida em 1930, e várias novas estações surgiram entre 1931 e 1933, incluindo Alcântara Rádio e Rádio Clube da Costa do Sol.

Santos (2017:23) refere que restrições estatais à transmissão de publicidade resultaram no declínio de muitas dessas iniciativas, preparando o caminho para projetos profissionais de âmbito nacional, como o Rádio Clube Português, fundado por Jorge Botelho Moniz, que alargou a sua influência através da sua posição política (Santos, 2017:23).

Neves (2010:39) refere que a abordagem adotada por Botelho Moniz foi definida com objetivos específicos, procurando alinhar-se com o regime de Oliveira Salazar, como demonstrado pelo apoio declarado do Rádio Clube Português às forças de Franco durante a Guerra Civil Espanhola, de forma a reivindicar os recursos necessários que assegurassem as condições ideais para o funcionamento eficaz da sua emissora.

Relativamente à programação, a Rádio Clube Português acaba por alterar o seu modelo associado à música clássica e passa a emitir música popular, regional e cantada em português.

Santos (2000:132) expõe que a noção de programação nasceu na década de 1930, abrangendo uma variedade de conteúdos: seleções musicais em discos, dramatizações para rádio, segmentos informativos, palestras educativas sobre temas como agricultura e saúde, programas voltados para o humor, programas para o público infantil e recitais de poesia.

Foi na década de 1930, que surgiram as três principais emissoras que lideraram o cenário radiofónico em Portugal durante o Estado Novo, até dezembro de 1975: Emissora Nacional (EN); Rádio Renascença (RR) e a Rádio Clube Português (RCP).

Araújo (1985) indica que a criação da rádio oficial em Portugal foi motivada principalmente por dois fatores: a existência da estação privada Rádio Clube Português e as críticas de figuras renomadas em artigos de revistas da época, que destacavam a falta de interesse do Estado em relação à rádio, uma tecnologia já importante em outros países.

Na Constituição de 1933, foi criada a Emissora Nacional, iniciando as primeiras emissões experimentais em 1934. A partir de 1935, sob Henrique Galvão, a emissora tornou-se um meio de propaganda do Estado Novo, transmitindo palestras, discursos políticos, e programas ligados à FNAT (Federação Nacional para a Alegria no Trabalho), focados em temas como pátria, império, religião, cultura e educação, alcançando todo o país e as colónias africanas (Santos, 2015).

A inauguração oficial da Emissora Nacional ocorreu em 4 de agosto de 1935, com um evento que durou uma semana e contou com locutores proeminentes como Áurea Rodrigues, Fernando Pessa e Maria de Resende, além de figuras das artes como Almada Negreiros, Mariana Rey Colaço e João Villaret. O evento foi destacado pela imprensa, incluindo *O Século* e o *Diário de Notícias* (Maia, 1995). Do ponto de vista técnico, houve uma consolidação gradual que substituiu o amadorismo inicial, mantendo-se vigilante aos eventos significativos do regime e adotando uma postura proativa na criação de reportagens no exterior (Ribeiro, 2002).

Simultaneamente, a conceção de uma estação de radiodifusão católica começou a tomar forma no início dos anos 1930. Cordeiro (2004:3) refere que ficava composto a tríade das emissoras radiofónicas principais da altura, que contribuíram para o crescimento exponencial da rádio em Portugal. A autora destaca que os anos entre 1930 e 1950 foram os anos de ouro na rádio. Durante este período a radiodifusão em Portugal foi marcada por um esforço em recriar a realidade dentro dos estúdios, onde dramatizações e espetáculos eram produzidos diretamente pelas emissoras. Contudo, os programas humorísticos enfrentavam a rigorosa vigilância da censura, exigindo dos criadores manobras linguísticas habilidosas para garantir a aprovação dos textos. Muitos sketches humorísticos utilizavam piadas veladas direccionadas ao regime político, empregando técnicas semelhantes às usadas no teatro de revista, onde a sátira era cuidadosamente disfarçada (Cordeiro, 2004:1-3).

Em 1950 dá-se a popularização do teatro radiofónico, com o surgimento da célebre radionovela a *Força do Destino* (1955-1956), emitida primeiramente pela *Rádio Graça* e depois pela *Rádio Clube Português* e *Emissoras do Norte Reunidas*.

Duarte (2012) refere que neste contexto de experimentação na criação de conteúdos, o humor começou a emergir como um género significativo. A partir da década 1930, o meio radiofónico presenciou as suas primeiras explorações humorísticas. No ano de 1947 surgiu um programa que viria a revolucionar e consolidar a relação entre humor e rádio: os *Parodiantes de Lisboa*. Embora os *Parodiantes de Lisboa* sejam frequentemente citados como pioneiros do humor na rádio portuguesa, não foram eles os primeiros a explorar este género, pertencendo esse título ao programa *As Lições do Tonecas*, que começou a ser transmitido em 1934 pelo *Rádio Clube Português*. Concebido originalmente por José Oliveira Cosme, não tinha a intenção explícita de ser uma rubrica humorística. No entanto, baseava-se em diálogos humorísticos que encenavam uma aula, com conversas entre um

professor e o seu aluno. Através de trocadilhos e discussões lúdicas que misturavam temas académicos com assuntos quotidianos, o programa divertia e educava. Essa abordagem alinhava-se com a visão de Brecht sobre a função pedagógica da rádio, transformando o espaço humorístico também numa oportunidade de aprendizado para os ouvintes. Em 1945, surgiu *A Voz dos Ridículos* no *Portuense Rádio Clube*, um programa humorístico que adaptava a rubrica de imprensa *Os Ridículos* do Jornal de Lisboa (Duarte, 2012:38-40)

O programa *Parada na Paródia* na *Rádio Peninsular* rapidamente passou de uma hora semanal para seis horas diárias de transmissão. Este grupo era conhecido pelo seu teatro radiofónico que misturava crítica social com humor acessível, e tornou-se famoso pelos seus sketches, que retratavam personagens variados em situações quotidianas, reforçados por efeitos sonoros e uma linguagem coloquial que captava a essência da sociedade portuguesa da época. A habilidade dos *Parodiantes de Lisboa* em combinar humor com crítica social e entretenimento diário cimentou seu lugar como um dos programas mais duradouros e amados da rádio portuguesa (Duarte, 2012).

*Os Parodiantes de Lisboa* utilizavam o teatro radiofónico, enriquecido com efeitos sonoros, para criar dramatizações que predominantemente satirizavam questões sociais, encenando também uma variedade de personagens em formatos diversificados que iam de radionovelas a *spots* publicitários. Os programas eram estruturados numa série de segmentos curtos e recorrentes, pontuados por efeitos sonoros que construía uma expectativa regular entre os ouvintes, ansiosos pelo retorno de personagens ou temas específicos. Um dos principais motivos do sucesso dos *Parodiantes de Lisboa* foi a linguagem utilizada, então contemporânea e incluindo temas atuais, tornando o humor acessível. A vivacidade e dinamismo dos seus conteúdos quebravam o tom uniforme típico da rádio da época, adicionando uma energia cativante às transmissões (Duarte, 2012:43-46).

## Evolução da Rádio Pós 25 Abril

Cordeiro (2004) refere que a mudança no panorama da rádio portuguesa efetiva-se com o desmantelamento do antigo regime. A autora define três fases evolutivas pós 25 de Abril aliadas à queda do regime e da censura e com a consequente conquista da liberdade de expressão, a qual abriu caminho para o verdadeiro diálogo na rádio. A primeira fase seguiu-se com a nacionalização das rádios em Portugal, que fez resultar numa desvitalização do

sector, porque o panorama nacional era dividido entre a *Rádio Difusão Portuguesa* e *Rádio Renascença*. A segunda fase ocorre com o aparecimento de rádios livres, mais conhecidas como rádios piratas, dada a falta de legislação sobre radiodifusão e da impossibilidade das entidades privadas criarem as suas próprias estações. No caso do aparecimento das rádios piratas, estas acabam por modernizar a situação atual, experimentando novos formatos que ainda não estavam a ser explorados, com um conteúdo programático sem grande preocupação com as expectativas dos ouvintes, dando notícias maioritariamente locais. Por fim, a terceira fase, esteve associada ao novo dinamismo dessas mesmas rádios associada à pressão para que se criasse uma lei de forma a regulamentar o panorama radiofónico português, o que aconteceu em 1989 (Cordeiro, 2004:4).

Badenoch (2013) e Bonixe (2012) explicam que as rádios piratas surgiram devido ao contexto da Guerra Fria e políticas restritivas de serviço público. Em Portugal, fatores como crises políticas e económicas, financiamento comunitário, liberalização do setor radiofónico e acessibilidade a equipamentos impulsionaram o crescimento dessas rádios. A Lei nº 87/88, conhecida como Lei da Rádio, rompeu o monopólio estatal e permitiu a radiodifusão por empresas públicas, privadas e cooperativas.

Cordeiro (2004) aponta que a reorganização das rádios existentes forçou-as a adaptar-se a um modelo concorrencial, resultando no fechamento de muitas estações e na profissionalização de outras. Pérez (1994) destaca que em 1989 foram cedidos quatrocentos alvarás, mas em 1992 restavam apenas 243 rádios, indicando o desaparecimento de cerca de 150 estações.

Cordeiro (2004) refere que a veia comercial passou a dominar, com o foco em maximizar audiências para atrair publicidade. A autora observa que a maioria das estações de rádio não diversificou a programação, resultando em conteúdos muito semelhantes. Especialmente nas manhãs, o alinhamento diário é praticamente idêntico entre as estações. A autora exemplifica que entre as seis horas e as dez e meia da manhã a maioria das rádios oferece programas intercalados com informações, transmitidas com diferentes abordagens. Essa semelhança faz com que as rádios pareçam todas iguais, com as principais diferenças no estilo musical e nos programas de autor que ainda existem. A autora refere que a especialização e a segmentação do público, começa a ser feita a partir dos seus interesses culturais.

## A internet e a rádio

Cordeiro (2004:1-5) refere que com a passagem do milénio e a implementação da internet, os meios de comunicação foram obrigados a redefinir as suas estratégias de comunicação, criando modelos e utilizando o digital como suporte essencial para fortalecer os seus conteúdos.

Reis (2011:18) defende que o aparecimento da internet para o panorama radiofónico veio inaugurar uma nova temporalidade. Com a mudança dos tempos, os ouvintes estabeleceram não um horário específico, como acontecia na pré internet, mas sim múltiplos períodos para escutar rádio. Embora o presente e o ao vivo continuem a ser o foco das notícias, este conceito é agora mais abrangente, criando uma sensação de um tempo presente contínuo que ignora a existência de um passado e de um futuro (Reis, 2011: 14-16). Canavilhas (2011:19) refere que a internet cria uma compressão do tempo entre o momento em que um evento ocorre e o momento em que a informação sobre esse evento é acedida. Isso significa que as notícias podem ser obtidas quase instantaneamente após o acontecimento, reforçando a sensação de um presente contínuo e imediato. Herreros (2001:184), relativamente à importância do presente e do direto, defende que este é o grande espetáculo da rádio, pois permite o estabelecimento de uma comunicação viva e bidirecional com a audiência.

Reis (2011:19) argumenta que o direto e o diferido acabam por coexistir, convergindo até não se distinguirem. Segundo o autor, nasce assim uma rádio mais rápida, diversificada e com um ritmo acelerado para captar, seduzir e fidelizar os seus ouvintes. Ele refere que a atualidade e a atualização são a matéria-prima da informação jornalística da rádio, resultando numa acumulação de dados e programas num arquivo sem limites de espaço e tempo. Reis também observa que o papel da rádio como condutora do ouvinte é invertido com a internet, passando o ouvinte a controlar o que o meio disponibiliza, definindo sua própria ordem sequencial.

Canavilhas (2011:18) defende que a urgência não é apenas acumular dados, mas conseguir aceder a eles rapidamente. Ele refere que a distinção da internet em relação a outros meios de comunicação não está na capacidade de acumulação de dados, mas na possibilidade desses dados estarem num arquivo imediato e global, rompendo a forma tradicional de utilização da rádio.

Franciscato (2007:13) refere que a internet não apenas permite que o ouvinte escolha a ordem dos conteúdos, mas também abre novos canais de participação. Além da troca de produtos e serviços, a internet facilita a troca de opiniões e posicionamentos, tornando o usuário mais ativo. Isso contribui para o enriquecimento das dimensões discursivas e cria novas formas de interação e comunicação.

Cordeiro (2004:4) refere ainda que a internet veio alterar a receção radiofónica, alterando todo o conceito de recetor, transformando-o num usuário, pela forma ativa que este se envolve e toma uma atitude ativa de pesquisa e consumo dos conteúdos radiofónicos. Herreros (2001:185) alude a que tudo isto fez com que a rádio ganhasse rapidez e um sentido imediato, graças à inovação técnica trazida pela internet. Esta mudança tecnológica converte assim a rádio em instrumento de espetáculo, devido às mudanças rápidas de cenários, vozes e ligações em direto a partir de qualquer local.

Atualmente, os quatro grupos principais radiofónicos em Portugal são o *Grupo Renascença Multimédia*, o *Grupo Bauer Media Audio Portugal*, o *Grupo RTP* e a *Global Media Group*. Estes grupos radiofónicos detêm assim rádios que colmatam necessidades de audiências diferentes. O Grupo Renascença Multimédia, detém a *RFM*, a *Renascença* e a *MegaHits*. O Grupo Bauer Media Audio Portugal, detém a *Rádio Comercial*, *M80*, *Cidade FM*, *Smooth FM* e *Vodafone FM*. Já o grupo *RTP*, operador de serviço público, detém assim a *Antena 1*, *Antena 2* e *Antena 3*. Por fim a *Global Media Group* que é detentora da *TSF* (Marktest, 2024).

A rádio, ao contrário do fim trágico que era anunciado, não perdeu tração e público para outros meios, e dados do Grupo Marktest mostram que, na atualidade, há mais pessoas a ouvir rádio e durante mais tempo (Marktest, 2024). Analisando a terceira vaga (de julho) de 2024 do estudo Bareme Rádio da Marktest, observa-se que 84,1% dos residentes no Continente com 15 e mais anos, ouviu rádio, pelo menos, uma vez por semana e 59,4% fê-lo na véspera. O grupo com maior share de audiência é o *Grupo Bauer Media Audio Portugal* com 39,9%, sendo a rádio principal do grupo a *Rádio Comercial* com 25,7%. O segundo maior share de audiência, cabe ao *Grupo Renascença Multimédia*, tendo esta 26,3%, sendo a rádio principal do grupo a *RFM*, obtendo share de audiência de 17,1%. Em terceiro, o grupo *RTP* com 7,4%, sendo a principal rádio a *Antena 1* com 5,4% (Marktest, 2024).

A análise dos dados do estudo Bareme Rádio, da Marktest, revela que:

“no primeiro semestre de 2024, 5 milhões e 144 mil residentes no Continente com 15 anos ou mais afirmaram ouvir rádio (referência: ouviram na véspera), representando 59,9% do universo em análise. Em termos médios, cada ouvinte dedicou 3 horas diárias à rádio, embora esse valor varie conforme o género, a região, a idade e a classe social dos ouvintes.”

O estudo refere ainda que os homens, os indivíduos entre os 35 e os 54 anos, e os pertencentes à classe social média, apresentaram os maiores consumos de rádio. O grupo etário dos 35 aos 44 anos registou a duração máxima, com uma média de 3 horas e 30 minutos diários. Entre as regiões, os residentes no Grande Porto foram os que mais tempo dedicaram à rádio, com mais 18 minutos do que a média. No Litoral Norte também se observaram valores acima da média (Marktest, 2024).

## 4.2 Enquadramento do Humor na Rádio na contemporaneidade

O humor é uma ferramenta poderosa que, ao longo dos tempos, tem desempenhado um papel crucial na comunicação e nas dinâmicas sociais, refletindo e moldando valores culturais. No contexto da presente dissertação, que explora a intersecção entre humor e comunicação na rádio, torna-se essencial compreender como o humor se adapta e evolui dentro dos meios de comunicação, nomeadamente na rádio e na televisão, e qual é o seu impacto e presença na sociedade contemporânea.

O presente subcapítulo, ao abordar as diferentes manifestações do humor na rádio e na televisão, fornece o contexto necessário para uma análise mais profunda e crítica, que será desenvolvida nas secções seguintes. Assim, permite estabelecer uma ligação direta entre os conceitos teóricos discutidos e a aplicação prática do humor nos media.

Para se apresentar o contexto contemporâneo dos programas de humor nos media na atualidade, estes foram ordenados com base nas audiências das rádios portuguesas. (Vaga de Fevereiro de 2022, data em que o programa *Extremamente Desagradável* é analisado)

Emissoras	Nº Formatos	Nome do Programa
Rádio Comercial	2	O Homem que Mordeu o Cão
		Responder à Letra
RFM	1	Informação Privilegiada
M80	0	0
Rádio Renascença	1	Extremamente Desagradável
Cidade FM	1	Dilemas do Além
Mega Hits	1	Para Mim Descabido

#### Rádio Comercial – O Homem que Mordeu o Cão – Nuno Markl

Um dos formatos mais antigos da Rádio Comercial, lançado em 1997, a rúbrica “*O Homem que Mordeu o Cão*” é transmitida diariamente, nas manhãs de 2ª a 6ª, às 8h50. Nuno Markl, principal locutor, conduz o programa durante aproximadamente 10 minutos, relatando e interpretando maioritariamente histórias que lhe são partilhadas pelos ouvintes. A produção do programa abraça também o formato podcast em todas as plataformas digitais, permitindo aos seguidores uma flexibilidade para acompanhar as histórias hilariantes relatadas fora do horário normal de transmissão. O conteúdo, centra-se no bizarro e no inusitado do quotidiano.

Exemplos de episódios incluem histórias como a de um indivíduo que decidiu levar um lama vestido de smoking para o baile de finalistas, ou a peculiaridade de uma cidade que organiza anualmente uma corrida em que os participantes devem transportar as suas esposas às costas. Estas narrativas, muitas vezes extraídas de fontes de notícias internacionais ou contribuições dos ouvintes, são apresentadas com um toque de comicidade e sarcasmo.

Nuno Markl narra cada história com uma entoação que imita a gravidade dos noticiários, mas com um evidente subtexto humorístico. Conjuntamente com a interação com outros apresentadores das *Manhãs da Comercial*, Nuno Markl contribui assim para uma

atmosfera descontraída e divertida. Rapidamente percebemos que o riso de Markl e da equipa das manhãs da Comercial são as respostas mais visíveis das histórias contadas, reforçando o caráter único e inovador deste formato que continua a cativar ouvintes décadas após o seu início.

#### Rádio Comercial - Responder à Letra – Gilmário Vemba

O programa “Responder à Letra”, transmitido pela Rádio Comercial, conta com o humor de Gilmário Vemba, que, em aproximadamente 5 minutos, oferece uma análise humorística e musical, de 2ª a 6ª feira, às 9h10.

Neste segmento radiofónico, o humorista Gilmário Vemba analisa as letras das músicas para extrair humor e reflexões e, por vezes, verdades universais escondidas. O seu estilo, que mistura observações sobre a sociedade com uma entrega cativante, faz de *Responder à Letra* uma das rubricas de destaque da Rádio Comercial. O programa promove a interação direta com o público, convidando os ouvintes a sugerir músicas e a participar em desafios. Esta participação transforma cada episódio numa criação conjunta, onde as observações humorísticas de Gilmário se combinam com as contribuições dos ouvintes, criando um ambiente dinâmico e envolvente. Para além da transmissão em FM, “*Responder à Letra*” expande a sua presença através de diversas plataformas digitais. Se por um lado a versão completa está presente nas aplicações de *podcast*, como é o caso do *Apple Podcast* ou do *Spotify*, a versão mais curtas e editadas encontram-se nas redes sociais da Rádio Comercial, como o Instagram e o Tiktok, onde excertos do programa e conteúdos exclusivos são partilhados permitindo aos fãs interagir com o programa a qualquer hora e em qualquer lugar.

#### RFM - Informação Privilegiada – Luís Franco Bastos

No programa *Informação Privilegiada* da RFM, Luís Franco-Bastos apresenta, de segunda a sexta-feira, às 8h10 da manhã, imitações diárias de várias personalidades. O locutor cria entrevistas fictícias, depoimentos e comentários de figuras conhecidas, misturando elementos de realidade e ficção, tudo feito através da sua voz.

Este formato permite a Luís Franco-Bastos abordar uma variedade de temas e situações, utilizando humor e sátira. A ideia central do programa é fornecer aos ouvintes "informações" fictícias, acessíveis apenas através das imitações de várias personagens feitas pelo locutor, o que resulta em momentos de entretenimento baseados na criatividade e habilidade vocal.

Rádio Renascença - Extremamente Desagradável – Joana Marques.

*Extremamente Desagradável*, a rubrica em análise nesta tese, é uma rubrica de humor da Rádio Renascença, apresentada por Joana Marques de 2<sup>a</sup> a 6<sup>a</sup> feira, às 8h15 da manhã e com repetição às 16h20, 20h30 e às 6h45.

Este segmento, analisa comportamentos e declarações públicas polémicas de várias figuras, tanto conhecidas quanto desconhecidas do grande público, utilizando uma perspicaz combinação de observação e humor. Em cada episódio Joana Marques traz à tona declarações ou situações que se destacaram nos media, desdobrando-as com um olhar crítico.

A rubrica não conta com a presença de convidados, focando-se exclusivamente na análise e comentários de Joana Marques, com as companheiras de painel Inês Lopes Gonçalves e Ana Galvão.

*Extremamente Desagradável* é também conhecido por envolver os ouvintes através de interações nas redes sociais, onde Joana Marques estende o diálogo iniciado na rubrica, criando uma comunidade de seguidores que participam ativamente com comentários e sugestões para futuros episódios.

Este segmento tornou-se um dos pontos altos da programação da *Rádio Renascença*, destacando-se pelo seu conteúdo atual, crítico e, acima de tudo, extremamente divertido e fiel ao seu título.

Cidade FM - Dilemas do Além – Carlos Coutinho Vilhena

O programa "*Dilemas do Além*", apresentado por Carlos Coutinho Vilhena na Cidade FM, introduz aos ouvintes um conceito inovador de humor baseado em debates inspirados em programas televisivos como o "Prós e Contras". Cada episódio, com uma duração de 15 a 20 minutos, destaca-se não só pelo formato, mas também pela presença constante de um

convidado especial, contribuindo para a discussão da pergunta em foco, como "Ainda vale a pena casar?"; "o mercado dos *influencers* deveria ser regulado?". Exemplos de convidados incluem personalidades do meio artístico, especialistas em diversas áreas e até figuras públicas conhecidas pelo seu sentido crítico ou humorístico.

Uma característica que distingue "*Dilemas do Além*" é a maneira como, de forma a serem introduzidos novos subtemas, é criada uma falsa participação de ouvintes através de imitações feitas por Carlos Coutinho Vilhena. O humorista cria várias vozes para simular perguntas e comentários de ouvintes fictícios, adicionando uma camada de humor e dinamismo extra ao programa. Essas "participações" demonstram a habilidade de Carlos Coutinho Vilhena em criar várias personagens, mantendo o programa leve e extremamente divertido.

Além de ser responsável pelo programa "*Dilemas do Além*", Carlos Coutinho Vilhena passou também a ser parte integrante do "*Toque de Saída*", juntando-se a Artur Simões, Diogo Sena, e Inês Silva nas tardes de segunda a sexta-feira, a partir das 16h. Desta forma, a colaboração entre o humorista e a Cidade FM acaba por evidenciar o compromisso da estação com o entretenimento e humor.

#### Mega Hits - Para Mim Descabido – Tiago Almeida

*Para Mim Descabido*, apresentado por Tiago Almeida no programa *DRIVE IN* da MegaHits, é uma rubrica semanal emitida todas as quartas-feiras a partir das 17h. Neste segmento, Tiago Almeida explora com um humor característico situações e comportamentos que considera descabidos, como a posse de répteis como animais de estimação ou a gravação de vídeos para TikTok em locais perigosos, como a berma de uma autoestrada.

O programa aborda o quotidiano através da perspectiva de Tiago, destacando situações que podem parecer triviais, mas que refletem sobre a sociedade atual e os seus costumes. A interação com os *hosts* do programa *Drive In*, Catarina Palma, Ana Pinheiro e Luís Pinheiro, contribui com diferentes pontos de vista e experiências, ampliando o debate e gerando momentos de humor entre os membros do painel. "*Para Mim Descabido*" não se limita a apontar o que é estranho ou inusitado, mas através do humor, abre espaço para a reflexão sobre o porquê dessas situações serem consideradas descabidas, convidando os ouvintes a olhar ao seu redor com um olhar mais crítico e questionador. Em suma, "*Para Mim*

*Descabido*" oferece uma pausa humorística nas tardes de quarta-feira, convidando à reflexão sobre as peculiaridades do dia a dia, sob a condução de um olhar crítico e atento do humorista Tiago Almeida.

## Capítulo 5: Metodologia

### 5.1 Problema do estudo

A presente tese tem como problema a análise e a discussão da interação entre humor, liberdade de expressão e o ‘politicamente correto’, utilizando como estudo de caso o programa da Rádio Renascença *Extremamente Desagradável*, apresentado por Joana Marques. O problema central da investigação reside em refletir sobre como o humor, com foco nas figuras públicas e celebridades mediáticas, opera dentro dos limites da liberdade de expressão e interage com o ‘politicamente correto’, especialmente no contexto da rádio contemporânea portuguesa.

Para abordar este problema, a metodologia adotada combina uma abordagem qualitativa com uma análise de conteúdo detalhada, centrada na observação crítica dos episódios do programa. A análise visa examinar de que forma Joana Marques utiliza o humor para satirizar e criticar figuras públicas e celebridades mediáticas, e como essa prática reflete e desafia as normas sociais relacionadas com o ‘politicamente correto’. A investigação também busca explorar as implicações desta forma de humor no que diz respeito à liberdade de expressão e ao impacto que este programa humorístico tem na sociedade portuguesa.

### 5.2 Objetivos do Estudo

A presente dissertação visa explorar o humor no contexto da rádio contemporânea em Portugal, especificamente através da análise do programa *Extremamente Desagradável* de Joana Marques, emitido pela Rádio Renascença. Os objetivos desta investigação centram-se em:

1. Caracterizar o humor na rádio portuguesa atual.
2. Analisar o caso do *Extremamente Desagradável* como exemplar do humor mediático contemporâneo.
3. Identificar e correlacionar as práticas humorísticas de Joana Marques com as teorias acadêmicas associadas ao humor.

4. Examinar a medida em que os conteúdos do programa desafiam o politicamente correto.

5. Observar os conteúdos do programa no que diz respeito à liberdade de expressão no panorama mediático português.

6. Identificar e categorizar as celebridades visadas pelo humor do programa, analisando como estes alvos são escolhidos e representados.

Através destes objetivos, a investigação busca interligar a dimensão teórica com a empírica, fornecendo um estudo sobre o impacto do humor na rádio como forma de expressão e crítica social.

### 5.3 Estudo Qualitativo

A presente investigação, de natureza qualitativa, concentra-se no humor direcionado a celebridades mediáticas no programa da Rádio Renascença, *Extremamente Desagradável*. A principal metodologia empregada baseia-se na análise qualitativa de conteúdo dos episódios selecionados ao longo do ano de 2022.

Crewsell & Poth (2016: 35), sobre a definição de estudo qualitativo, referem o trabalho de Denzin & Lincoln (2011: 3), no qual estes definem que a investigação qualitativa consiste num conjunto de práticas interpretativas e materiais que tornam o mundo visível. Os autores referem que essas práticas transformam o mundo numa série de representações, incluindo notas de campo, entrevistas, conversas, fotografias, gravações e memorandos pessoais. Nesse sentido, a investigação qualitativa envolve uma abordagem interpretativa do mundo, o que significa que os investigadores qualitativos estudam os fenômenos em seus contextos naturais, tentando dar sentido ou interpretar esses fenômenos em termos dos significados que as pessoas lhes atribuem.

Creswell (2013: 44) explica que a investigação qualitativa começa com pressupostos e com a utilização de quadros interpretativos/teóricos que informam o estudo de problemas de investigação que abordam o significado que indivíduos ou grupos atribuem a um problema social ou humano. O autor assinala que para estudar estes problemas, os

investigadores utilizam uma abordagem qualitativa na investigação com a recolha de dados num ambiente sensível às pessoas em estudo e análise de dados indutiva e dedutiva que define padrões ou temas.

Como regra geral, os investigadores qualitativos evitam generalizações de um caso para o outro, porque os contextos são diferentes. Dessa forma, o investigador, no estudo de caso múltiplo, seleciona vários casos representativos para serem incluídos no estudo qualitativo (Creswell & Poth, 2016). Este é precisamente o caso presente em estudo, que inclui a análise de diversos episódios de modo a garantir uma compreensão mais ampla e detalhada do fenómeno em questão.

#### 5.4 Estudo de Caso

Creswell & Poth (2016: 154) definem que a abordagem de estudo de caso é familiar aos cientistas sociais devido à sua popularidade na psicologia (Freud), na medicina (análise de caso de um problema), no direito (jurisprudência) e na ciência política (relatórios de casos). Segundo os autores, a investigação por meio de estudos de caso possui uma longa e distinta história em várias disciplinas.

Yin (2018) refere que a pesquisa de estudo de caso envolve o estudo de um caso (ou casos) dentro de um contexto ou cenário contemporâneo e da vida real. O autor define que este caso pode ser uma entidade concreta, como um indivíduo, um pequeno grupo, uma organização ou uma parceria. Num nível menos concreto, pode ser uma comunidade, um relacionamento, um processo de decisão ou um projeto específico.

Desta forma, como mencionado anteriormente, a presente investigação recai sobre o humor feito sobre celebridades, no programa da Rádio Renascença, *Extremamente Desagradável*, o que faz com que estejamos na presença de um Estudo de Caso, com vários objetos, com recurso a uma análise qualitativa de conteúdo de episódios selecionados no ano de 2022.

O presente estudo de caso, abrangeu um universo de 172 episódios do ano de 2022, com foco especial em 87 episódios, que incidiram sobre celebridades, sejam elas de meios tradicionais ou provenientes da internet. Para possibilitar uma análise qualitativa, foram selecionados 16 episódios dentro dos 87 disponíveis, correspondendo a mais de 1 episódio por mês, no período de fevereiro a dezembro.

A metodologia utilizada na análise aos episódios do podcast *Extremamente Desagradável* alinha-se com as práticas recomendadas em investigações qualitativas. Conforme delineado por Creswell e Poth (2016:154), um estudo de caso baseia-se na necessidade de uma exploração profunda e contextualizada dos fenômenos sociais complexos, que no caso em questão centra-se na utilização do humor em torno de celebridades num meio de comunicação específico – neste caso a rádio.

Segundo Creswell & Poth (2016), os tipos de estudo de caso qualitativos são diferenciados pelo foco de análise do caso delimitado e também em termos da intenção da análise do caso, havendo assim três variações em termos de intenção: o estudo de caso instrumental único, o estudo de caso coletivo ou múltiplo e por fim, o estudo de caso intrínseco.

No caso do estudo de caso coletivo, existe uma questão ou preocupação que é analisada, mas desta vez o investigador pode selecionar vários programas, podendo ser estes de vários locais de pesquisas, ou apenas de um. É usual, nestes casos, que o investigador selecione mais casos para conseguirmos obter diferentes perspetivas sobre o assunto (Creswell & Poth, 2016). Neste estudo, foram selecionados diversos episódios do programa *Extremamente Desagradável*, onde Joana Marques satiriza políticos, celebridades, figuras públicas ou situações do quotidiano, variando o alvo e o contexto em cada episódio. Cada episódio apresenta um contexto e ‘alvos’ diferentes, oferecendo, assim, uma rica diversidade de conteúdos.

O presente estudo de caso tem uma amostra representativa e adapta a lógica da replicação, na qual o investigador replica os mesmos procedimentos em todos os casos (Yin, 2018).

## 5.5 Etapas do Estudo

A primeira etapa do estudo, foi o ano de 2022, durante o qual foram transmitidos cento e setenta e dois episódios do programa *Extremamente Desagradável* (Ver anexo A). Através de uma análise inicial aos episódios, foi identificado que oitenta e sete abordaram o tema das celebridades (Ver anexo B). O programa inclui episódios sobre diversas figuras mediáticas e celebridades, como apresentadores de televisão, políticos, atores, e *influencers*. Por exemplo, em fevereiro de 2022, houve episódios sobre o cantor Leandro (*O Shampoo*

de Leandro), a política Rita Matias (*Rita Matias, A Anti-Feminista*), a atriz Helena Laureano (*Helena Laureano no Elevador*), ou o influenciador Tiago Paiva (*Tiago Paiva é Genial*), entre outros. Desse modo, considerando a frequência com que esse tema foi tratado, foi decidido concentrar a investigação nesses mesmos programas. Esta etapa permitiu delimitar assim o estudo, assegurando uma análise focada num tema recorrente no programa.

Na segunda etapa do estudo, depois de se ter definido os 87 episódios focados em celebridades, foram selecionados para uma análise de conteúdo detalhada 15 episódios (Ver anexo C), considerando a relevância mediática e o impacto na audiência.

Desse modo, a análise foi estruturada em cinco partes: A) Breve descrição do programa; B) Identificação da principal piada ou anedota; C) Avaliação da presença de desafios aos ‘politicamente correto’; D) Análise da utilização da liberdade de expressão; E) Enquadramento da celebridade, incluindo a sua escala, através dos seus números de seguidores nas redes sociais. De forma a manter a coerência na análise, a ordem atrás referida foi também utilizada na discussão dos resultados.

## 5.6 Técnicas do Estudo

A presente dissertação visa explorar o humor sobre celebridades, no contexto da rádio contemporânea em Portugal, especificamente através da análise do programa *Extremamente Desagradável* de Joana Marques, emitido pela Rádio Renascença. Desse modo, os objetivos desta investigação exigem a aplicação de diferentes técnicas para serem alcançados eficazmente. Cada objetivo é abordado com uma técnica específica que contribui para a compreensão abrangente do humor na rádio portuguesa atual. As técnicas selecionadas são ajustadas para garantir a eficácia da investigação, considerando tanto os aspetos teóricos quanto empíricos. Deste modo em acordo com os objetivos:

1. Para caracterizar o humor na rádio portuguesa atual, a primeira técnica procedeu-se à apresentação dos programas de humor na rádio, visando mapear o panorama atual do humor mediático em Portugal. Tal revisão contextualiza o programa *Extremamente Desagradável* dentro do cenário atual, e também identificou as tendências e características que definem o humor na rádio.

2. Para analisar em profundidade o caso do *Extremamente Desagradável*, foi utilizada a técnica de estudo de caso, complementada com a análise de conteúdo. Esta

abordagem permite uma apresentação do programa de Joana Marques, abrangendo a sua história, formato e audiência. A análise também examina as razões pelas quais o programa é considerado exemplar no contexto do humor mediático contemporâneo, destacando as suas estratégias humorísticas e a forma como interage com o público através de referências culturais e sociais.

3. O terceiro objetivo envolve a análise de conteúdo dos episódios do programa, correlacionando as práticas humorísticas de Joana Marques com as teorias do humor. Para isso, a técnica utilizada é a análise qualitativa de conteúdo, que permite identificar temas recorrentes, estratégias humorísticas e padrões discursivos. Esta técnica inclui a conexão dos episódios selecionados com a análise das teorias do humor referidas no primeiro capítulo da tese.

4. Para examinar a medida em que os conteúdos do programa desafiam o ‘politicamente correto’ e a ‘cultura do cancelamento’, procede-se à análise crítica dos episódios que abordam temas controversos. A análise buscou identificar instâncias em que o programa confronta ou subverte normas sociais e culturais.

5. O quinto objetivo requer uma investigação detalhada sobre a representatividade dos conteúdos do programa no que diz respeito à liberdade de expressão no panorama mediático português. Para tal analisam-se os tópicos dos episódios, focando nas implicações de liberdade de expressão, ‘politicamente correto’ e ‘cultura do cancelamento’.

6. Finalmente, para identificar e categorizar as celebridades visadas pelo humor do programa, a técnica utilizada é a análise de perfil das figuras públicas mencionadas nos episódios, segundo a categorização de Abidin. No caso das celebridades digitais, a escala das mesmas foi contabilizada com base no número de seguidores nas plataformas sociais, permitindo uma análise mais precisa da sua influência. A categorização das celebridades permitirá uma compreensão mais clara das estratégias humorísticas utilizadas.

Cada uma dessas técnicas foi cuidadosamente escolhida para abordar os objetivos específicos da investigação, proporcionando uma análise detalhada e multifacetada do humor no contexto da rádio contemporânea em Portugal. A aplicação dessas técnicas permite não só uma compreensão teórica robusta, mas também uma análise profunda, conectando as práticas humorísticas de Joana Marques com questões sociais e culturais relevantes.

## Capítulo 6: Apresentação dos Dados

### 6.1 Contextualização do Programa *Extremamente Desagradável*

No decorrer do ano de 2022, o programa *Extremamente Desagradável* foi responsável pela transmissão de 172 episódios (Anexo A). Este programa humorístico, conduzido por Joana Marques, com a duração média de 15 minutos, é transmitido de segunda a sexta-feira, às 8h15, com repetições às 16h20, 20h30, e 6h45, através das várias plataformas digitais da Rádio Renascença, incluindo o seu site oficial, o canal de *YouTube*, o *Spotify*, a *Apple Podcasts*, o *Google Podcasts*, entre outros. Com uma audiência crescente, o programa foi destacado como o podcast mais ouvido em Portugal, com mais de 19 milhões de *streams* e 325 mil ouvintes no Spotify, em 2022, praticamente o triplo da audiência do ano anterior (Rádio Renascença, 2022).

O programa, conhecido pelo seu formato satírico e crítica social, abrange uma ampla gama de temáticas, desde figuras políticas a celebridades online e do entretenimento. Para ilustrar a diversidade e o impacto do *Extremamente Desagradável*, são apresentados cinco episódios que refletem a variedade de figuras e temas abordados no programa. Entre eles, o episódio em que Joana Marques analisa o *youtuber* Tiago Paiva, destacando a sua autoconfiança desmedida e a sua linguagem desdenhosa, e o episódio sobre Carina Caldeira, uma *influencer* digital, onde Joana aborda de forma humorística e crítica as perceções idealizadas da maternidade. Outro exemplo representativo é o episódio sobre Rita Matias, deputada do Chega, no qual Joana comenta as suas declarações na CNN, adotando uma postura de análise crítica com tons humorísticos. Além disso, em episódios como “*Futebol de Verdade*”, Joana analisa a postura carrancuda do comentador desportivo António Tadeia, e no episódio “José CID não fez Favas com Chouriço”, Joana desconstrói o egocentrismo e a falta de coerência nas declarações dadas pelo músico José Cid numa entrevista na rádio Comercial.

Estes exemplos revelam a diversidade dos alvos do programa, desde políticos a celebridades da internet e figuras tradicionais do entretenimento, oferecendo uma compreensão ampla das estratégias humorísticas e do impacto cultural do *Extremamente Desagradável*. O uso do humor para criticar figuras públicas, com uma abordagem que em

alguns casos desafia o ‘politicamente correto’, torna o programa um exemplo relevante de humor mediático contemporâneo.

O que se observou nessa primeira análise é que as celebridades mediáticas portuguesas nacionais são temas recorrentes no humor de Joana Marques, sendo que 83 episódios abordaram especificamente figuras públicas mediáticas. Entre as celebridades visadas, incluem-se personalidades como Bruno de Carvalho, antigo presidente do Sporting e concorrente no *Big Brother*, a atriz Bárbara Norton de Matos, a ex-deputada Joana Amaral Dias, o estilista de moda Pedro Crispim e o humorista Alexandre Santos.

Desses 83 episódios, foram selecionados 15 para uma análise mais detalhada, com base no impacto dessas celebridades na atualidade e na sua presença nos meios digitais. Todas as figuras analisadas são celebridades mediáticas portuguesas, cujas profissões variam entre atrizes, apresentadoras, músicos e *influencers*. Embora as suas ocupações sejam diversas, todas têm em comum o facto de serem figuras mediáticas no panorama nacional.

O objetivo central desta seleção foi recolher informações detalhadas sobre cada episódio, começando com uma breve descrição do programa, a principal anedota ou piada, a identificação de possíveis desafios ao 'politicamente correto' por parte de Joana Marques, e a exploração do papel da liberdade de expressão nos conteúdos apresentados. Além disso, cada episódio é analisado com base no tipo de celebridade mencionado, explorando a variedade de perfis, desde atores a apresentadores, músicos, e criadores de conteúdos digitais. Dessa forma, é possível compreender como o humor de Joana Marques se aplica a diferentes figuras mediáticas e a influência que essas celebridades têm na atualidade

Dos 83 episódios do programa *Extremamente Desagradável* emitidos em 2022 que abordam celebridades mediáticas portuguesas, foram selecionados 15 para uma análise mais aprofundada. A escolha destes episódios teve como base o impacto dessas celebridades na atualidade e a sua presença nos meios digitais. As figuras retratadas incluem atores, apresentadores, músicos e *influencers*, sendo categorizadas de acordo com a tipologia de Abidin, que classifica as celebridades com base no seu capital mediático e social. A análise a seguir examina o conteúdo humorístico dos episódios, as piadas centrais, os possíveis desafios ao ‘politicamente correto’, e a forma como Joana Marques utiliza a liberdade de expressão no seu humor, bem como o tipo de celebridade visada.

Os episódios selecionados para esta análise focam-se em celebridades mediáticas de nível médio no panorama nacional. Através do seu humor, Joana Marques está

profundamente interessada em discutir as noções de celebridade, media e espaço público. O seu enfoque recai sobre a promoção de um debate sobre os media tradicionais, os novos media e as chamadas celebridades digitais ou *influencers*, utilizando o humor como uma ferramenta crítica para questionar e refletir sobre o impacto destas figuras no contexto nacional.

## 6.2 Análise dos episódios

### **Episódio 1: “Comunidade Cultura e Tarte”**

**Data:** 17 de Fevereiro de 2022

**Celebridade:** Online - Rui Soares (Diretor e fundador Comunidade Cultura e Arte)

#### **A) Breve descrição do programa**

Neste episódio, Joana Marques analisa a entrevista realizada por Diana Duarte ao criador da página "Comunidade Cultura e Arte", Rui Soares. O episódio foca-se nas dificuldades que a entrevistadora enfrentou devido às respostas vagas e redundantes dadas pelo entrevistado.

#### **B) Principal piada, anedota ou crítica**

A principal piada do episódio ocorre quando Joana Marques comenta a resposta redundante de Rui Soares sobre a "carteira equiparada a jornalista". Ela ironiza a falta de conteúdo da resposta, sublinhando o absurdo da situação com a frase: "Dahhh, é óbvio que a carteira equiparada a jornalista é uma carteira equiparada a jornalista." Esta piada enquadra-se na Teoria da Incongruência, onde a expectativa de uma resposta informativa é quebrada pela ausência de substância na resposta.

#### **C) Desafio ao ‘politicamente correto’**

Neste episódio, não há elementos evidentes que desafiem o politicamente correcto ou que se enquadrem no conceito de "cancel culture". O humor está mais focado na crítica ao conteúdo da entrevista do que em abordar temas polémicos.

#### **D) Liberdade de Expressão**

Joana Marques utiliza o humor e a sátira para criticar a superficialidade das respostas do entrevistado, sublinhando a importância de conteúdos substanciais, especialmente em discussões sobre cultura e arte. A crítica reflecte a relevância dos meios de comunicação social em expor e discutir temas de forma aprofundada.

#### **E) Enquadramento da celebridade**

A celebridade visada neste episódio é Rui Soares, o diretor da página *Comunidade Cultura e Arte*. A página *Comunidade Cultura e Arte* é um projeto digital com o objetivo de popularizar e homenagear a cultura em todas as suas formas. Sob a liderança de Rui Soares, o projeto partilha regularmente conteúdos relacionados com cinema, música, literatura, teatro, artes visuais, bem como reflexões sobre política, sociedade e atualidade. A página também promove críticas, entrevistas, artigos de opinião e reportagens, incentivando o debate cultural e social. Com 419 mil seguidores no Instagram, a *Comunidade Cultura e Arte* tornou-se uma referência no panorama digital português, divulgando eventos culturais, destacando a importância da arte na sociedade e promovendo discussões que atravessam diferentes vertentes culturais.

## **Episódio 2: “Tiago Paiva é Genial”**

**Data:** 18 de Março de 2022

**Celebridade:** Online – Tiago Paiva

### **A) Breve descrição do programa**

Neste episódio de *Extremamente Desagradável*, Joana Marques analisa a personalidade e as declarações do *youtuber* Tiago Paiva, utilizando humor para destacar as características peculiares do convidado, especialmente a sua autoconfiança e a forma como descreve as suas experiências e talentos.

### **B) Principal piada, anedota ou crítica**

Uma das principais críticas ocorre quando Joana Marques comenta a forma desdenhosa como Tiago Paiva descreve a aparência física de um entrevistador, afirmando que: ("é gordo, mas um gordo bonitinho"). Joana responde com uma ironia mordaz, sugerindo que Tiago poderia ser "altamente, mas pronto, é burro". Esta piada insere-se na Teoria da Superioridade, onde o humor emerge da ironia e do contraste entre a autoimagem inflada de Tiago e a realidade percebida por Joana e pelos ouvintes.

### **C) Desafio ao politicamente correto ou cancel culture**

O episódio não apresenta um desafio direto ao politicamente correto ou aos temas associados à ‘cancel culture’. No entanto, o humor de Joana Marques toca, de forma implícita, na cultura da autoimagem e no culto à celebridade, algo que está frequentemente em debate nos tempos atuais.

Joana Marques utiliza a ironia e crítica para expor a desproporção entre a autoimagem inflada de Tiago Paiva e a realidade que ela e os ouvintes percebem. Ao fazer isso, Joana navega no limite do politicamente correto, pois em certos momentos ridiculariza abertamente o comportamento e as declarações de Tiago, o que pode ser visto como um comentário mais amplo sobre a cultura do ego exagerado promovido nas redes sociais. No entanto, não há um questionamento explícito sobre normas sociais sensíveis ou assuntos controversos que costumam gerar cancelamento. O foco está mais na personalidade de Tiago e nas suas interações, em vez de um debate sobre normas sociais ou controvérsias maiores.

#### **D) Liberdade de expressão**

Joana Marques utiliza o humor e a sátira para explorar e expor as atitudes de Tiago Paiva, sublinhando o valor da crítica social e a importância de manter uma visão realista sobre a própria imagem. O episódio sublinha como a liberdade de expressão pode ser utilizada para questionar e desafiar narrativas exageradas sobre talento e autovalorização.

#### **E) Tipo de celebridade mencionada**

Tiago Paiva é uma microcelebridade online, cuja notoriedade vem principalmente do seu canal no YouTube, onde partilha conteúdos de humor e opiniões. A sua presença digital permite-lhe criar uma imagem pública marcada pela confiança, mas também suscetível a críticas e sátira, como evidenciado por este episódio.

#### **E) Enquadramento da celebridade**

A celebridade visada neste episódio é Tiago Paiva, um *youtuber* e criador de conteúdo digital com 277 mil seguidores no Instagram. Tiago Paiva construiu a sua notoriedade através de vídeos que abordam uma vasta gama de temas, desde opiniões pessoais, humor e entretenimento, até partilhas sobre a sua vida pessoal e profissional. Conhecido pelo seu estilo descontraído e autoconfiante, Tiago utiliza o YouTube como a sua principal plataforma, onde expressa livremente as suas opiniões e cria conteúdo para uma audiência diversificada. A sua presença nas redes sociais e o seu estilo comunicativo irreverente fazem dele uma microcelebridade digital que atrai seguidores com o seu humor e a sua postura despreziosa. Apesar do seu impacto digital ser relativamente de nicho, a sua participação em várias plataformas online e a sua exposição no programa *Extremamente Desagradável* de Joana Marques mostram que Tiago conseguiu gerar uma presença significativa no meio digital português.

### **Episódio 3: “O confinamento de Rui Unas”**

**Data:** 8 de Março de 2022

**Celebridade:** Mediática - Rui Unas

#### **A) Breve descrição do programa**

Neste episódio do podcast *Extremamente Desagradável*, Joana Marques foca-se nas atividades e declarações de Rui Unas durante o seu período de confinamento devido à COVID-19. A análise humorística de Joana explora diferentes aspetos da personalidade de Unas, especialmente a sua autocrítica e a sua relação com o público durante os seus diretos no YouTube.

#### **B) Principal piada, anedota ou crítica**

Uma das principais críticas humorísticas do episódio surge quando Joana Marques comenta que, embora esperasse que os diretos de Rui Unas no YouTube fossem para interagir com os fãs, acabam por ser, na realidade, uma conversa consigo próprio. Esta observação insere-se na Teoria da Superioridade, onde Joana destaca a autopercepção negativa de Unas, que contrasta com a visão mais positiva das suas colegas de painel. O humor surge da discrepância entre a autocrítica de Unas e a percepção externa do seu sucesso.

#### **C) Desafio ao politicamente correcto**

Neste episódio, não há um desafio direto ao politicamente correto, mas há um subtexto relacionado com a vulnerabilidade emocional e a forma como celebridades expressam publicamente os seus sentimentos, algo que pode ser visto como sensível. Joana Marques utiliza humor para abordar as frustrações de Rui Unas sobre a falta de reconhecimento profissional e a sua autocrítica, mas fá-lo de forma leve, sem entrar em temas que possam ser considerados divisivos ou que provoquem reações intensas.

#### **D) Liberdade de expressão**

Joana Marques utiliza o humor neste episódio para comentar livremente as frustrações e autopercepções de Rui Unas, exemplificando como a liberdade de expressão

permite criticar figuras públicas de forma satírica. O episódio sublinha a importância de manter o espaço para que figuras públicas como Rui Unas possam partilhar vulnerabilidades sem receio de represálias, e para que humoristas como Joana possam utilizar essas declarações como material para humor, sem ultrapassar os limites do respeito.

### **E) Enquadramento de celebridade**

Rui Unas é uma figura de destaque no panorama televisivo e digital português. Com uma carreira que abrange mais de 25 anos, Rui Unas é conhecido pelos seus papéis como apresentador, ator e criador de conteúdos, tendo transitado com sucesso da televisão para as plataformas digitais. Nas redes sociais, nomeadamente no Instagram, Rui Unas conta com mais de 807 mil seguidores, refletindo a sua capacidade de manter relevância tanto nos meios tradicionais como nas plataformas digitais, consolidando-se como uma das celebridades mais versáteis em Portugal.

#### **Episódio 4: “O meu parto foi Top”**

**Data:** 29 de Abril de 2022

**Celebridade:** Online - Carina Caldeira

#### **A) Breve descrição do programa**

Neste episódio do podcast *Extremamente Desagradável*, Joana Marques analisa as perceções e experiências de Carina Caldeira sobre a maternidade, partindo de uma entrevista dada ao podcast “*Oh Mãe*” de Mafalda Rodiles. Joana utiliza o seu humor característico para destacar as expectativas e realidades da maternidade moderna, tal como apresentadas por Carina.

#### **B) Principal piada, anedota ou crítica**

Um dos momentos mais relevantes do episódio ocorre quando Joana Marques comenta que, após descobrir que estava grávida, Carina Caldeira ligou primeiro para a sua agente em vez de contactar os seus pais ou o marido. Joana imagina humoristicamente a agente a organizar tanto postagens de celebridades como procedimentos médicos, ampliando a situação para o absurdo. Este momento enquadra-se na Teoria da Incongruência, onde o humor surge da quebra das expectativas culturais sobre quem deveria ser contactado numa situação tão pessoal.

#### **C) Desafio ao politicamente correto**

Embora o episódio não aborde diretamente o ‘politicamente correto’ ou ‘cancel culture’, ele lida com temas sensíveis como a maternidade e o empoderamento feminino. Ao criticar as expectativas estéticas e sociais impostas às mulheres, especialmente no contexto da maternidade, Joana Marques toca em questões que podem ser vistas como desafiadoras das normas culturais tradicionais. O humor utilizado para expor a discrepância entre a realidade e as representações idealizadas da maternidade pode ser interpretado como uma crítica à forma como a sociedade e as redes sociais pressionam as mulheres a se conformarem a certos padrões, tornando este episódio relevante no contexto das discussões sobre o empoderamento feminino.

#### **D) Liberdade de expressão**

Joana Marques utiliza o humor e a sátira para explorar as percepções idealizadas da maternidade apresentadas por Carina Caldeira. Ao expor as discrepâncias entre a expectativa e a realidade, Joana sublinha a importância de discutir livremente as pressões estéticas e sociais colocadas sobre as mulheres, mesmo em momentos tão íntimos como o parto.

### **E) Enquadramento da celebridade**

Carina Caldeira é uma apresentadora e influenciadora digital portuguesa, amplamente conhecida pelo seu trabalho no Porto Canal, onde apresenta programas focados em *lifestyle*, moda e entretenimento. Carina destacou-se pelo seu estilo vibrante e pela sua abordagem descontraída à televisão, cativando uma audiência jovem e moderna. Além da televisão, Carina tem uma forte presença nas redes sociais, especialmente no Instagram, onde conta com mais de 105 mil seguidores. Através das plataformas digitais, partilha regularmente conteúdos relacionados com moda, maternidade e momentos do seu dia a dia, posicionando-se como uma figura influente no cenário digital e no entretenimento português.

## **Episódio 5: “Sopinha de Letras Kármica”**

**Data:** 19 de Abril de 2022

**Celebridade:** Mediática - Alexandra Solnado

### **A) Breve descrição do programa**

Neste episódio do podcast *Extremamente Desagradável*, Joana Marques analisa com humor as declarações de Alexandra Solnado durante uma entrevista a Manuel Luís Goucha na TVI. A conversa gira em torno das experiências espirituais de Solnado, nomeadamente as suas alegadas conversas com Jesus Cristo e a sua abordagem à auto--cura, proporcionando uma rica oportunidade para Joana explorar o absurdo e a seriedade misturados nas ideias de Solnado.

### **B) Principal piada, anedota ou crítica**

Um dos momentos mais destacados ocorre quando Joana Marques comenta a dependência de Alexandra Solnado das suas conversas com Jesus Cristo para escrever livros. Joana sugere humoristicamente que Jesus pode ter "trocado de interlocutor", escolhendo outra pessoa como Raul Minh'alma, que já tem um "nome espiritual". Esta piada enquadra-se na Teoria da Incongruência, ao brincar com a ideia de que uma entidade divina possa ter preferências pessoais ou mudar de "parceiro de escrita" como se fosse um processo casual.

### **C) Desafio ao ‘politicamente correto’/ *cancel culture***

Este episódio aborda temas sensíveis relacionados com espiritualidade, saúde e bem-estar, áreas que podem facilmente suscitar debates intensos. Ao utilizar o humor para criticar as ideias de autocura de Alexandra Solnado, especialmente a noção de que as pessoas são responsáveis pelas suas doenças, Joana Marques toca em questões delicadas. Este tipo de abordagem pode ser visto como um desafio às normas politicamente corretas, uma vez que expõe a desconexão entre crenças espirituais e a realidade das doenças graves, questionando a validade e a sensibilidade de tais afirmações. A crítica ao uso de explicações espirituais para justificar doenças também pode ser vista como uma subversão das normas culturais que muitas vezes protegem ou respeitam crenças religiosas e espirituais.

### **D) Liberdade de expressão**

Joana Marques utiliza o humor para questionar as noções espirituais apresentadas por Alexandra Solnado, destacando a importância da liberdade de expressão ao permitir que ideias tão diferentes sejam expostas ao escrutínio público. A sátira serve como uma ferramenta para desafiar e desconstruir conceitos que, de outra forma, poderiam ser aceites sem crítica, promovendo um diálogo mais aberto e honesto sobre espiritualidade e saúde.

#### **E) Enquadramento da celebridade:**

Alexandra Solnado é uma autora e espiritualista portuguesa, reconhecida pelo seu trabalho na área da espiritualidade e desenvolvimento pessoal. Famosa pelos seus livros sobre temas esotéricos e espirituais, como a comunicação com o plano espiritual e o crescimento interior, Alexandra Solnado construiu uma forte base de seguidores dedicados que acompanham o seu trabalho. Com mais de 171 mil seguidores no Instagram, utiliza as redes sociais para partilhar mensagens de inspiração, reflexões espirituais e conteúdos relacionados com o autoconhecimento. A sua influência estende-se também a palestras, *workshops* e sessões de orientação espiritual, tornando-a uma figura relevante no panorama da espiritualidade em Portugal.

## **Episódio 6: “José Cid Não Fez Favas com Chouriço”**

**Data:** 30 de Maio de 2022

**Celebridade:** Mediática - José Cid

### **A) Breve descrição do programa**

Neste episódio do podcast *Extremamente Desagradável*, Joana Marques analisa uma entrevista dada por José Cid, focando-se nas suas declarações e na sua personalidade carismática e por vezes egocêntrica. O episódio explora as contradições e o estilo único de José Cid, utilizando humor para destacar as suas características mais marcantes.

### **B) Principal piada, anedota ou crítica**

Um dos momentos mais destacados ocorre quando Joana Marques sugere que José Cid tem um patrocinador fictício chamado EGOTRIP, uma agência de viagens especial que reflete o seu grande ego. Esta piada insere-se na Teoria da Superioridade, onde Joana e as suas colegas ironizam sobre o egocentrismo percebido de Cid, colocando-se numa posição de superioridade humorística ao destacar o seu exagerado senso de autoconfiança.

### **C) Desafio ao ‘politicamente correto’/ *cancel culture***

Neste episódio, o foco está no egocentrismo e nas contradições de José Cid, sem tocar diretamente em temas controversos ou sensíveis que poderiam desafiar o politicamente correto ou se enquadrar na ‘cancel culture’. O humor é centrado mais nas peculiaridades da personalidade de Cid e nas suas declarações exageradas, sem abordar questões que possam ser vistas como socialmente delicadas ou divisivas.

### **D) Liberdade de expressão**

Joana Marques utiliza a sátira para explorar as declarações de José Cid, sublinhando como a liberdade de expressão permite que figuras públicas, como Cid, façam declarações grandiosas e até contraditórias. Ao comentar e brincar com essas declarações, Joana demonstra o valor da crítica humorística como uma ferramenta para questionar a imagem pública e o comportamento das celebridades.

### **E) Enquadramento da celebridade**

José Cid é um músico com uma longa carreira na música portuguesa, abrangendo vários estilos, desde a música popular às baladas e rock progressivo. O seu trabalho tem um papel relevante na história da música em Portugal. Com 15 mil seguidores no Instagram, José Cid tem uma presença modesta nas redes sociais, mas o seu impacto estende-se principalmente pelo seu extenso catálogo musical e pelas várias colaborações e prémios recebidos, incluindo um Grammy Latino pelo conjunto da sua obra. Ao longo dos anos, José Cid manteve uma presença ativa nos media tradicionais, o que contribui para a sua notoriedade.

## **Episódio 7: “Eu já devia saber”**

**Data:** 6 de Maio de 2022

**Celebridade:** Online - Bárbara Corby

### **A) Breve descrição do programa**

Neste episódio do podcast *Extremamente Desagradável*, Joana Marques analisa o percurso de Bárbara Corby enquanto autora, focando-se na sua transição de influencer digital para escritora publicada. A discussão centra-se na emoção de Bárbara ao receber o primeiro exemplar do seu livro e na sua abordagem ao processo de escrita.

### **B) Principal piada, anedota ou crítica**

Um dos momentos mais notáveis ocorre quando Joana Marques comenta sobre a emoção de Bárbara Corby ao receber o seu livro, sugerindo que, pelo choro, Bárbara poderia estar desiludida com o final da obra. Esta observação insere-se na Teoria da Incongruência, onde o humor surge da ideia inesperada e absurda de uma autora que não gosta do desfecho do próprio livro que escreveu.

### **C) Desafio ao ‘politicamente correto’/ *cancel culture***

Este episódio não aborda diretamente temas que desafiem o politicamente correto ou que estejam ligados à *cancel culture*. O foco do humor está nas peculiaridades do processo criativo de Bárbara Corby e na sua transição para o mundo literário, sem tocar em questões socialmente sensíveis ou divisivas.

### **D) Liberdade de expressão**

Joana Marques utiliza o humor e a sátira para comentar a incursão de Bárbara Corby no mundo literário, demonstrando como a liberdade de expressão permite que figuras públicas, como influencers, explorem novos territórios criativos. Ao fazer críticas humorísticas ao trabalho de Bárbara, Joana sublinha a importância da crítica como parte do processo de reconhecimento e aceitação no mundo das artes.

### **E) Tipo de celebridade mencionada**

Bárbara Corby é uma influenciadora digital e criadora de conteúdo com uma forte presença nas redes sociais, especialmente no Instagram, onde conta com 370 mil seguidores. Focada principalmente em temas relacionados com estilo de vida, moda, beleza e fitness, Bárbara tem conseguido captar a atenção de um público diversificado. A sua influência nas plataformas digitais permite-lhe colaborar com várias marcas, promovendo produtos e serviços. Além disso, a sua popularidade online também reflete o crescente impacto das celebridades digitais no panorama mediático português.

## **Episódio 8: “O Pós-Parto de Cate Gouveia”**

**Data:** 6 de Junho de 2022

**Celebridade:** Online - Catarina Gouveia

### **A) Breve descrição do programa**

Neste episódio do podcast *Extremamente Desagradável*, Joana Marques analisa a presença online de Catarina Gouveia, focando-se na forma como a influencer partilha os momentos mais íntimos da sua vida, como a gravidez e o pós-parto. A discussão explora a exposição de Catarina nas redes sociais e a repercussão que as suas publicações geram entre os seguidores e a imprensa.

### **B) Principal piada, anedota ou crítica**

Um dos momentos mais destacados ocorre quando Joana Marques comenta a reação de Catarina Gouveia à fotografia que partilhou após o parto, onde aparece impecável. Joana ironiza sobre o "sofrimento" de Catarina ao se afastar do Instagram, a sua "casa digital", sublinhando o exagero da importância dada a essa presença online. Esta observação insere-se na Teoria da Incongruência, onde o humor surge do contraste entre a importância que Catarina atribui à sua imagem nas redes sociais e a realidade do pós-parto.

### **C) Desafio ao ‘politicamente correto’/ *cancel culture***

Neste episódio, o humor de Joana Marques não toca diretamente em temas que desafiem o ‘politicamente correto’ ou a ‘cancel culture’. A sátira é dirigida principalmente à forma como Catarina Gouveia e outras *influencers* partilham momentos pessoais nas redes sociais, sem abordar questões que possam ser vistas como sensíveis ou divisivas na esfera pública.

### **D) Liberdade de expressão**

Joana Marques utiliza o humor para questionar a cultura de exposição nas redes sociais, onde influencers como Catarina Gouveia compartilham até os momentos mais íntimos de forma pública. A sátira de Joana demonstra a importância da liberdade de expressão ao permitir que figuras públicas sejam criticadas e analisadas pelo modo como

apresentam a sua vida ao público, oferecendo uma perspectiva humorística sobre a cultura das redes sociais.

### **E) Enquadramento da celebridade**

Catarina Gouveia, mais conhecida como Cate Gouveia, é uma influenciadora digital e atriz com uma forte presença nas redes sociais, onde acumula 640 mil seguidores no Instagram. A sua carreira começou na televisão, mas rapidamente expandiu a sua influência para o meio digital, onde partilha conteúdos sobre estilo de vida, fitness, bem-estar e viagens. Cate Gouveia é conhecida pelo seu estilo de vida saudável e pela capacidade de inspirar o seu público, sendo uma figura de destaque entre as celebridades digitais em Portugal, com parcerias frequentes com marcas de renome.

## **Episódio 9: “Uma Colonoscopia para Maria Vieira”**

**Data:** 20 de Junho de 2022

**Celebridade:** Mediática - Maria Vieira

### **A) Breve descrição do programa**

Neste episódio, Joana Marques analisa as declarações de Sérgio Tavares, ex-líder do movimento "Jornalistas pela Verdade", e de Maria Vieira, a conhecida atriz e figura pública que tem estado envolvida em várias polémicas nas redes sociais. Joana Marques explora, com o seu habitual humor afiado, a transição de Sérgio para DJ em casamentos e as afirmações controversas de Maria Vieira sobre a pandemia e a media.

### **B) Principal piada, anedota ou crítica**

Um dos momentos mais destacados ocorre quando Joana Marques comenta ironicamente sobre a fonte de informação de Maria Vieira. Ao afirmar que Maria se informa através dos vídeos de Sérgio Tavares no Facebook em vez de recorrer a fontes jornalísticas convencionais, Joana expõe a incongruência na forma como Maria vê o mundo, sugerindo que a sua escolha de fontes é intelectualmente inferior. Esta observação insere-se na Teoria da Superioridade, onde Joana e o público se posicionam numa perspetiva mais crítica e informada, contrastando com a abordagem superficial de Maria Vieira.

### **C) Desafio ao ‘politicamente correto’/ *cancel culture***

Neste episódio, o humor de Joana Marques toca levemente em temas que podem ser vistos como desafiantes do politicamente correto, particularmente quando critica a forma como Maria Vieira e Sérgio Tavares tratam temas sensíveis como a pandemia e o papel dos media. A análise é feita com um tom de ironia, mas sem incitar uma reação típica de ‘cancel culture’.

### **D) Liberdade de expressão**

Joana Marques utiliza o humor para questionar as posições de Maria Vieira e Sérgio Tavares sobre a pandemia e a comunicação social. A sátira é utilizada para demonstrar as incongruências e inconsistências nas suas declarações, oferecendo uma crítica velada às narrativas alternativas que têm ganhado espaço nas redes sociais. A liberdade de expressão

é aqui exercida tanto pelos visados como pela própria Joana, que faz uso do humor para sublinhar a importância do pensamento crítico.

### **E) Enquadramento da Celebridade**

Maria Vieira é uma atriz e comedianta portuguesa que se destacou na televisão, cinema e rádio, principalmente em papéis humorísticos. Tornou-se conhecida pela sua participação em programas de comédia e talk shows na rádio portuguesa, sendo uma figura reconhecida pela sua carreira nas artes performativas. Nos últimos anos, Maria Vieira também ganhou notoriedade pelas suas opiniões políticas polémicas, especialmente nas redes sociais, onde expressa o seu apoio ao partido Chega. Apesar de ter apenas cerca de 1000 seguidores no Facebook, as suas contas no Twitter e Facebook foram bloqueadas devido a comentários controversos. A sua trajetória recente reflete uma mudança do entretenimento para o ativismo político, gerando discussões significativas no espaço público.

## **Episódio 10: “O monge que vendeu o seu Porsche”**

**Data:** 22 de Setembro de 2023

**Celebridade:** Mediática - Gustavo Santos

### **A) Breve descrição do programa**

Neste episódio, Joana Marques faz uma análise humorística das declarações e do percurso de Gustavo Santos, uma figura pública conhecida pelo seu trabalho na área da autoajuda e desenvolvimento pessoal. O episódio centra-se nas motivações e experiências de Gustavo ao longo da sua carreira, destacando os momentos mais insólitos e surpreendentes das suas declarações.

### **B) Principal piada, anedota ou crítica**

Um dos momentos mais notáveis é quando Gustavo revela que queria ser padre na infância, não por vocação espiritual, mas porque gostava da ideia de estar à frente de muitas pessoas todos os dias. Joana Marques brinca com isso, sugerindo que o desejo de Gustavo era menos um "chamamento divino" e mais um "chagamento divino", devido à sua vontade de estar sempre a falar e ser o centro das atenções. Esta observação é um exemplo clássico da Teoria da Incongruência, onde a motivação típica para se tornar padre (serviço espiritual) é substituída por um desejo egocêntrico.

### **C) Desafio ao ‘politicamente correto’/ *cancel culture***

Não há um desafio direto ao politicamente correto ou elementos que poderiam levar a um movimento de *cancel culture* neste episódio. Joana Marques foca-se mais em destacar as incongruências e excentricidades nas declarações e no comportamento de Gustavo Santos, sem ultrapassar os limites de uma crítica socialmente aceitável.

### **D) Liberdade de expressão**

Joana Marques utiliza o humor e a crítica para explorar as contradições nas falas de Gustavo Santos, como a sua aparente aversão a ser julgado ou receber conselhos, apesar de ser conhecido por dar muitos conselhos sobre a vida dos outros. A liberdade de expressão é exercida tanto por Gustavo, ao partilhar as suas opiniões sobre autoajuda e desenvolvimento

peçoal, quanto por Joana, que usa o humor para questionar e refletir sobre essas mesmas opiniões.

### **E) Enquadramento da celebridade**

Gustavo Santos é uma figura conhecida em Portugal como apresentador de televisão, escritor e coach motivacional. Ao longo dos anos, destacou-se pela apresentação de programas de televisão, nomeadamente na área do entretenimento e *lifestyle*. Além disso, Gustavo tornou-se também conhecido pelos seus livros de autoajuda e desenvolvimento pessoal, onde explora temas relacionados com a motivação e o bem-estar emocional. Com uma presença significativa nas redes sociais, particularmente no Instagram, onde tem cerca de 55 mil seguidores, Gustavo utiliza a sua plataforma para partilhar mensagens de empoderamento pessoal e reflexões sobre a vida. A sua presença online complementa a sua carreira de televisão e escrita, reforçando a sua imagem pública.

## **Episódio 11: “Pergunta para Milhão”**

**Data:** 29 de Setembro de 2023

**Celebridade:** Online – Miguel Milhão

### **A) Breve descrição do programa**

Neste episódio, Joana Marques analisa uma entrevista com Miguel Milhão, fundador da Prozis, realizada pelo jornalista Rui Neves. Miguel é conhecido tanto pelo seu sucesso empresarial quanto pelas suas declarações controversas, que Joana aborda com o seu habitual humor afiado, explorando as incongruências e o egocentrismo nas falas do empresário.

### **B) Principal piada, anedota ou crítica**

Um dos momentos mais marcantes é quando Miguel Milhão menciona que, desde os cinco anos, sempre quis ser empresário e não jogador de futebol, como a maioria das crianças. Joana Marques brinca com essa ideia, imaginando Miguel como uma criança pequena de blazer, sozinho no recreio, porque os outros preferiam brincar aos pais e às mães, enquanto ele queria brincar aos empresários. Esta observação é um exemplo da Teoria da Incongruência, onde a ideia de uma criança a querer ser empresária em vez de brincar como os seus colegas se torna absurda e cômica.

### **C) Desafio ao ‘politicamente correto’/ *cancel culture***

Este episódio não apresenta um desafio direto ao ‘politicamente correto’. Joana Marques utiliza o humor para apontar as incongruências e vaidades nas falas de Miguel Milhão, mas sem ultrapassar os limites de uma crítica socialmente aceitável.

### **D) Liberdade de expressão**

Joana Marques usa o humor para expor as contradições nas declarações de Miguel Milhão, explorando o ego inflado e a autoimagem exagerada do empresário. A liberdade de expressão é exercida tanto por Miguel, ao partilhar as suas opiniões controversas, quanto por Joana, ao criticar essas mesmas opiniões com ironia e sarcasmo.

### **E) Enquadramento da celebridade**

Miguel Milhão é o fundador da Prozis, uma das maiores empresas de suplementos alimentares e nutrição desportiva na Europa. Além de ser reconhecido como empresário de sucesso, Miguel também tem uma presença significativa nas redes sociais, com cerca de 95 mil seguidores no Instagram e um canal de YouTube com 80 mil subscritores. Através dessas plataformas, Miguel partilha a sua visão empresarial, conselhos sobre empreendedorismo e uma perspetiva sobre o crescimento da Prozis. Ele é visto como uma figura influente no mundo dos negócios em Portugal, sendo frequentemente associado à inovação e ao estilo de vida saudável.

## **Episódio 12: “O Guna Espiritual”**

**Data:** 3 de Outubro de 2022

**Celebridade:** Online – Alexandre Santos

### **A) Breve descrição do programa**

Neste episódio Joana Marques dedica-se a analisar as recentes declarações e mudanças na carreira de Alexandre Santos, um humorista conhecido por seu estilo direto e uso frequente de palavrões. Joana foca na nova faceta de Alexandre como guru de autoajuda, ironizando sobre a transição de uma figura de humor irreverente para um guia espiritual.

### **B) Principal piada, anedota ou crítica**

Joana Marques brinca com a declaração de Alexandre de que o presente se chama presente porque é um presente do universo. Joana acrescenta com sarcasmo que o passado se chama assim porque está "passado" conosco, ridicularizando a superficialidade dos clichês de autoajuda. Este momento exemplifica a Teoria da Superioridade, onde Joana se posiciona acima do discurso trivial de Alexandre, criticando a falta de profundidade nas suas afirmações espirituais. A piada envolve a Teoria da Incongruência, subvertendo as expectativas ao contrapor dois conceitos que normalmente não são associados.

### **C) Desafio ao ‘politicamente correto’/ *cancel culture***

Embora Joana Marques critique e ironize os clichês e comportamentos de Alexandre Santos, não há um desafio direto ao ‘politicamente correto’ ou à ‘cancel culture’ neste episódio. O humor de Joana foca-se mais na desconstrução dos discursos de autoajuda do que em temas controversos.

### **D) Liberdade de expressão**

Joana Marques utiliza a sua plataforma para comentar livremente sobre as contradições e a superficialidade nas falas de Alexandre Santos. Através do humor, ela expõe as incongruências e o egocentrismo presentes nas declarações do humorista que se aventura no campo da autoajuda, exercendo a sua liberdade de expressão de maneira crítica.

### **E) Enquadramento da celebridade**

Alexandre Santos é um humorista e criador de conteúdo digital português, conhecido pela sua forte presença nas redes sociais. Com 488 mil seguidores no Instagram e 560 mil subscritores no YouTube, Alexandre construiu uma carreira sólida no mundo do entretenimento digital. Ele começou a ganhar notoriedade através de vídeos humorísticos no YouTube, onde explora temas relacionados com a vida quotidiana e a cultura portuguesa, e expandiu o seu trabalho para a televisão e espetáculos ao vivo. A sua abordagem irreverente e descontraída ao humor conquistou um vasto público, tornando-o uma das figuras mais populares do humor digital em Portugal.

## **Episódio 13: “David GYT é um homem novo”**

**Data:** 11 de Novembro de 2022

**Celebridade:** Online

### **A) Breve descrição do programa**

Neste episódio Joana Marques foca-se no retorno de David GYT, um *youtuber* que esteve envolvido em controvérsias significativas relacionadas com atividades ilegais de investimento financeiro. Após um período fora do YouTube, David regressa com mudanças na sua vida, incluindo a perda de peso e uma nova abordagem à vida. Joana usa o humor para analisar o conteúdo que David partilha e as suas tentativas de se redimir publicamente.

### **B) Principal piada, anedota ou crítica**

Joana começa o episódio brincando com o conceito de "estar fora", ao mencionar que David esteve “fora”, mas não fora do país, apenas fora do YouTube. A incongruência entre a expectativa do público de "estar fora" como uma ausência significativa e a realidade de David, que apenas fez uma pausa das redes sociais, gera humor ao subverter a expectativa. A piada está relacionada com a Teoria da Incongruência, ao sugerir que as ações de David foram desencadeadas por algo tão trivial quanto uma mudança de tempo, criando um contraste cômico com a seriedade do ocorrido.

### **C) Desafio ao ‘politicamente correto’/ *cancel culture***

O episódio não desafia diretamente o ‘politicamente correto’ ou a ‘cancel culture’. No entanto, a forma como Joana Marques critica as tentativas de David GYT de se redimir e minimizar as suas ações passadas, levanta questões sobre a responsabilidade e autenticidade das figuras públicas em lidar com os seus erros.

### **D) Liberdade de expressão**

Joana Marques usa a sua plataforma para expor o comportamento de David GYT, fazendo uso do humor para criticar a sua tentativa de suavizar as ações do passado. Ela aborda questões sérias como crimes financeiros e a autenticidade das figuras públicas, utilizando o humor para destacar a gravidade e a superficialidade das justificações apresentadas.

### **E) Enquadramento de celebridade**

David GYT é um criador de conteúdo digital português, reconhecido pelos seus vídeos humorísticos e exibição de um estilo de vida luxuoso nas redes sociais. Com 160 mil seguidores no Instagram e 100 mil subscritores no YouTube, David GYT construiu uma base sólida de seguidores, especialmente entre os jovens, atraídos pelo seu estilo de vida aspiracional e entretenimento.

## **Episódio 14: “Nuno Luz, Loves the People”**

**Data:** 29 de Novembro de 2022

**Celebridade:** Mediática – Nuno Luz

### **A) Breve descrição do programa**

Neste episódio, Joana Marques analisa a atuação de Nuno Luz, um repórter da SIC destacado para cobrir o Mundial de Futebol no Qatar. Focando-se nas dificuldades de Nuno Luz em se expressar em inglês, Joana comenta as gafes linguísticas cometidas pelo repórter durante suas interações com os adeptos estrangeiros, utilizando o humor para explorar e destacar os lapsos comunicacionais do jornalista.

### **B) Principal piada, anedota ou crítica**

Joana Marques brinca com o inglês de Nuno Luz, comparando-o ao "inglês de praia" de Jorge Jesus. A piada é construída sobre a incongruência entre a expectativa de um repórter de renome falar fluentemente inglês e a realidade de Nuno Luz se esforçar com frases simples como "you loves Ronaldo to". A adição desnecessária de "-s" em palavras em inglês torna-se uma marca cômica no episódio, destacando a falta de habilidade linguística de Nuno. A piada é baseada na Teoria da Incongruência, ao destacar a diferença entre as expectativas de um jornalista esportivo internacional e a realidade de sua limitada fluência em inglês, criando um contraste humorístico.

### **C) Desafio ao politicamente correto/*cancel culture***

O episódio não desafia diretamente o politicamente correto ou a cancel culture. No entanto, o foco nas dificuldades linguísticas de Nuno Luz poderia ser visto como uma exploração humorística de um tema sensível, questionando a adequação das competências linguísticas em profissionais que trabalham em cenários internacionais.

### **D) Liberdade de expressão**

Joana Marques utiliza a sua plataforma para expor e satirizar as falhas linguísticas de Nuno Luz, mostrando como o humor pode ser uma ferramenta poderosa para criticar e realçar as incongruências em figuras públicas. Isso reflete a liberdade de expressão na mídia,

onde se pode comentar de forma humorística as competências profissionais de uma figura pública.

### **E) Enquadramento da celebridade**

Nuno Luz é um jornalista desportivo português, reconhecido pelo seu trabalho em reportagens e diretos em eventos desportivos, especialmente no futebol, onde ganhou visibilidade pela sua cobertura detalhada de grandes competições como o Campeonato do Mundo e da Europa. Com 5 mil seguidores no Instagram, a sua notoriedade não advém tanto das redes sociais, mas sim da sua carreira consolidada na televisão, como correspondente desportivo. Nuno Luz é amplamente conhecido pelos seus diretos e pela presença regular em grandes eventos do desporto nacional e internacional.

## **Episódio 15: “Ana Pronto Moura”**

**Data:** 14 de Dezembro de 2022

**Celebridade:** Mediática – Ana Moura

### **A) Descrição do Programa**

Neste episódio, Joana Marques foca-se na fadista Ana Moura, destacando um traço peculiar da sua fala durante uma entrevista: o uso excessivo da palavra "pronto" ao final de suas frases. Joana analisa como esse hábito, aparentemente inofensivo, se torna uma muleta linguística constante e faz humor sobre a maneira como a artista incorpora essa expressão em suas respostas.

### **B) Principal Piada, Anedota ou Crítica**

Joana Marques brinca com o uso excessivo da palavra "pronto" por Ana Moura, sugerindo que o termo deveria ser parte do nome de uma sala de espetáculos. A piada envolve a Teoria do Escape, ao transformar uma falha de comunicação em uma observação cômica, permitindo ao público desviar-se da norma e entrar num espaço de humor.

### **C) Desafio ao ‘politicamente correto’/cancel culture**

Este episódio não desafia diretamente o ‘politicamente correto’ ou a ‘cancel culture’. Em vez disso, Joana Marques explora de maneira leve e humorística um detalhe inofensivo da fala de Ana Moura, mostrando como pequenas peculiaridades de linguagem podem se tornar características definidoras e até mesmo fonte de humor.

### **D) Liberdade de Expressão**

Joana Marques usa sua liberdade de expressão para transformar um hábito de linguagem aparentemente trivial em material humorístico. A observação de Joana sobre o uso repetitivo da palavra "pronto" destaca como aspectos cotidianos podem ser amplificados no contexto de uma figura pública, sem necessidade de recorrer a críticas pesadas ou polêmicas.

### **E) Enquadramento da celebridade**

Ana Moura é uma das cantoras mais reconhecidas em Portugal, especialmente no âmbito do fado, com uma carreira que abrange tanto o cenário nacional quanto internacional. Com 226 mil seguidores no Instagram e 152 mil subscritores no YouTube, Ana Moura utiliza as redes sociais para promover a sua música e interagir com os seus fãs, enquanto mantém uma forte presença nos palcos e nos media tradicionais. Conhecida pela sua voz distinta e pela capacidade de inovar dentro do género do fado, Ana Moura tem colaborado com artistas de renome internacional, o que reforça a sua influência no mundo da música.

## Capítulo 7: Discussão dos Resultados

### a) Teorias de Humor

A análise dos episódios do programa *Extremamente Desagradável* pode ser interpretada à luz das principais teorias do humor, sendo estas a Teoria da Incongruência, a Teoria da Superioridade e a Teoria do Alívio. Estas teorias, amplamente discutidas por autores como Wilkins & Eisenbraun (2009) e Dossey & Keegan (2008), são fundamentais para compreender como o humor de Joana Marques se estrutura e opera, criando momentos de riso a partir de situações quotidianas e figuras públicas.

A teoria da incongruência é uma das mais frequentemente aplicadas no humor de Joana Marques, como se observa em vários episódios. De acordo com Wilkins & Eisenbraun (2009), a incongruência ocorre quando há uma quebra nas expectativas típicas, gerando humor a partir do inesperado. Um exemplo claro disto é o episódio "Comunidade Cultura e Tarte", em que Joana ironiza sobre a redundância da resposta de Rui Soares, ao sublinhar o absurdo da sua explicação sobre a "carteira equiparada a jornalista". Aqui, a quebra na expectativa de uma resposta lógica e informativa gera o riso, pois o público esperava uma resposta mais substancial de um jornalista. Outro exemplo é o episódio "O meu parto foi Top", em que Joana cria humor ao imaginar que Carina Caldeira ligou para a sua agente antes de informar os seus familiares sobre a gravidez, uma situação que quebra as normas sociais convencionais e, portanto, torna-se cômica. A incongruência é também evidente no episódio "Pergunta para Milhão", onde Joana sugere a imagem inusitada de Miguel Milhão, aos cinco anos, a desejar ser empresário, uma ideia absurda considerando a fantasia que geralmente envolve os sonhos infantis. Segundo Dossey & Keegan (2008), o humor incongruente surge quando o imprevisto ou o absurdo se manifesta, o que se verifica em várias das situações analisadas no programa.

A teoria da superioridade, por sua vez, é utilizada por Joana Marques para criticar comportamentos que considera presunçosos ou despropositados. Esta teoria, discutida por Monro (1998) e Dadlez (2011), sugere que o humor decorre da sensação de superioridade em relação ao alvo da piada, o que frequentemente acontece no humor de Joana Marques. No episódio "Tiago Paiva é Genial", por exemplo, Joana faz uso desta teoria ao ironizar a

autoimagem inflada de Tiago Paiva, ao comentá-lo de forma mordaz e sublinhar a discrepância entre a imagem que Tiago tem de si e a percepção mais crítica do público. Outro exemplo é o episódio "José Cid Não Fez Favas com Chouriço", onde Joana brinca com o egocentrismo do músico, sugerindo a criação de uma agência de viagens fictícia chamada "EGOTRIP", destacando o senso exagerado de autoconfiança de Cid. Estes episódios demonstram como Joana e os ouvintes se posicionam numa postura de superioridade em relação aos comportamentos que criticam, algo que a teoria da superioridade, segundo Dadlez (2011), define como o riso que emerge de uma sensação de triunfo sobre o alvo ridicularizado.

Finalmente, a teoria do alívio, também conhecida como Teoria do Escape, embora menos utilizada, também surge em alguns episódios, proporcionando uma forma de alívio emocional ou cognitivo. Esta teoria, é desenvolvida por autores como Goldstein & McGhee (1972), sugerindo que o humor permite a libertação de tensões e emoções reprimidas. No episódio "Ana Pronto Moura", Joana brinca com o uso repetitivo da palavra "pronto" por Ana Moura, transformando o que seria uma falha de comunicação numa observação cômica que alivia a tensão do diálogo repetitivo. O humor aqui serve como uma forma de escape para o público, que se diverte com a repetição excessiva de um termo banal, libertando qualquer constrangimento que poderia advir dessa falha linguística.

Deste modo, a aplicação das três principais teorias do humor — incongruência, superioridade e alívio — permite uma compreensão mais clara e estruturada do programa *Extremamente Desagradável*. Joana Marques recorre ao humor para expor absurdos, criticar figuras públicas e aliviar tensões sociais, utilizando as técnicas teorizadas por autores como Wilkins & Eisenbraun (2009), Dossey & Keegan (2008) e Dadlez (2011). A integração destas teorias ajuda a explicar a forma como Joana Marques transforma situações do quotidiano e comportamentos das celebridades em momentos humorísticos eficazes, destacando o impacto e a relevância do humor no contexto mediático português.

## b) Liberdade de expressão

Em vários dos episódios de *Extremamente Desagradável*, Joana Marques utiliza a liberdade de expressão para criticar celebridades, destacando incongruências nas suas declarações ou comportamentos. Esta crítica, sempre através do humor, reforça a

importância da liberdade de expressão em espaços públicos, como o rádio, onde a sátira é uma ferramenta legítima para questionar e debater ideias.

No episódio “Comunidade Cultura e Tarte”, Joana Marques critica o conteúdo vago das respostas do entrevistado Rui Soares. Através da sátira, Joana destaca como o direito à liberdade de expressão permite a livre crítica dos discursos superficiais, sublinhando a importância de discutir cultura com profundidade. Este episódio está em consonância com os argumentos de Warburton (2009), que defende que a liberdade de expressão deve permitir que se faça uma análise crítica das opiniões, incentivando o debate público.

De forma semelhante, no episódio “Tiago Paiva é Genial”, Joana utiliza o humor para expor a vaidade e a autopercepção exagerada do *youtuber* Tiago Paiva. A sua crítica reforça como a liberdade de expressão permite questionar figuras públicas que adotam uma postura inflada. Aqui, o humor serve como uma ferramenta poderosa para evidenciar a desconexão entre a realidade e a imagem autoconstruída de Tiago Paiva. Tal como defende Hume (2016), a liberdade de expressão é crucial para permitir que opiniões e comportamentos sejam desafiados, promovendo o progresso da sociedade.

Nos episódios “O confinamento de Rui Unas” e “O Pós-Parto de Cate Gouveia”, Joana Marques faz uso da sátira para destacar a exposição de vulnerabilidades e de momentos pessoais nas redes sociais. No caso de Rui Unas, ela comenta as suas frustrações e autocrítica, enquanto, no caso de Catarina Gouveia, Joana foca-se na representação idealizada do pós-parto. Nestes exemplos, a liberdade de expressão serve como um espaço para que figuras públicas possam partilhar as suas experiências, enquanto humoristas como Joana têm a liberdade de questionar e satirizar essas representações. A análise crítica humorística reflete o valor da liberdade de expressão, permitindo que se discuta abertamente a diferença entre a realidade e a imagem pública, conforme argumentado por Meiklejohn (2011), que vê na liberdade de expressão um pilar para o debate democrático e para uma análise crítica.

Nos episódios “O meu parto foi Top” e “Sopinha de Letras Kármica”, a sátira de Joana recai sobre figuras femininas e as suas representações na esfera pública. Em ambos os casos, a liberdade de expressão permite a Joana questionar estereótipos e crenças amplamente aceites, sem ultrapassar os limites do aceitável. No caso de Carina Caldeira, Joana critica a estetização da maternidade, enquanto com Alexandra Solnado, ela escarnece com as crenças espirituais. Esta análise crítica não só questiona expectativas sociais como

também explora os limites da liberdade de expressão, já que o humor pode ser interpretado como uma forma de contestação saudável às crenças populares. Ash (2016) reforça que a liberdade de expressão deve permitir a expressão de ideias, mesmo que estas desafiem as crenças de outros, promovendo assim uma discussão saudável e construtiva.

Por outro lado, episódios como “José Cid Não Fez Favas com Chouriço” e “Uma Colonoscopia para Maria Vieira” ilustram como a liberdade de expressão é usada para criticar figuras públicas que fazem declarações exageradas ou polêmicas. Joana Marques, através do seu humor, expõe as contradições e o egocentrismo de José Cid, bem como a escolha de fontes de informação controversas por Maria Vieira. Estes exemplos sublinham a importância de um espaço onde as figuras públicas possam ser criticadas e onde os seus comportamentos possam ser questionados. Conforme exposto por Kyi (2022), a liberdade de expressão permite que as palavras e ações das figuras públicas sejam escrutinadas e debatidas, levando a uma sociedade mais informada e crítica.

No episódio “O monge que vendeu o seu Porsche”, Joana Marques utiliza o humor para questionar as declarações de Gustavo Santos, nomeadamente a sua relutância em ser criticado, apesar de ele próprio dar muitos conselhos ao público. Esta crítica reflete a importância da liberdade de expressão como uma via para questionar figuras de autoridade que se colocam em posições de destaque. Aqui, o humor de Joana Marques lembra que todos estão sujeitos à crítica e ao escrutínio, independentemente da imagem que constroem, ideia que está em linha com as reflexões de Ash (2016) sobre como a liberdade de expressão permite que as figuras públicas e as suas ideias sejam questionadas.

Episódios como “Pergunta para Milhão” e “David GYT é um homem novo” exemplificam como Joana Marques usa o humor para expor a autoimagem exagerada de empresários e influenciadores. Através da sátira, Joana critica a forma como Miguel Milhão e David GYT constroem as suas identidades públicas e justificam as suas ações. A liberdade de expressão é aqui usada para destacar contradições e exageros, o que, de acordo com Warburton (2009), é essencial para uma sociedade onde o debate de ideias é aberto e necessário.

Por fim, nos episódios “O Guna Espiritual” e “Ana Pronto Moura”, Joana Marques usa o humor para explorar aspetos mais triviais ou maneirismos de linguagem. Nestas situações, a liberdade de expressão permite que Joana transforme pequenos detalhes da vida quotidiana destas figuras em material humorístico, destacando o direito de criticar figuras

públicas sem ultrapassar os limites do respeito ou da civilidade. Hume (2016) reforça que a liberdade de expressão não deve ser restringida apenas aos grandes temas, mas também permite o debate sobre trivialidades e aspetos mais mundanos da vida pública.

Ao analisar todos os episódios sob a lente da liberdade de expressão, é evidente que Joana Marques utiliza consistentemente a sátira para criticar figuras públicas e discutir questões sociais e comportamentais. Seja em temas triviais ou mais profundos, a liberdade de expressão possibilita que figuras públicas sejam escrutinadas sem ultrapassar os limites do que é socialmente aceitável. Como mencionado por autores como Meiklejohn (2011) e Warburton (2009), o humor e a sátira desempenham um papel vital em sociedades democráticas, permitindo o questionamento de comportamentos, discursos e ideias, mantendo o debate vivo e acessível a todos.

#### c) ‘Politicamente Correto’

A análise dos episódios de *Extremamente Desagradável* revela que Joana Marques raramente desafia diretamente o ‘politicamente correto’ ou a ‘cancel culture’ de forma explícita. O seu humor, na maioria dos casos, mantém-se dentro dos limites socialmente aceitáveis, centrando-se em críticas leves e irónicas às atitudes e comportamentos das figuras públicas, sem entrar diretamente em temas culturais ou ideológicos sensíveis. Isto reflete o que Magnani (2016) define como uma abordagem que evita linguagem ofensiva e temas potencialmente controversos.

Em episódios como "Comunidade Cultura e Tarte" e "Tiago Paiva é Genial", o foco está na ironia e nas respostas humorísticas às falas dos entrevistados, sem tocar em questões polémicas que possam gerar confronto com as normas sociais vigentes. Embora Tiago Paiva seja alvo de crítica pela sua autoconfiança exagerada, Joana não explora questões sensíveis como a imagem corporal ou o culto à celebridade de uma forma que possa ser vista como desafiadora do ‘politicamente correto’. Segundo Weinmann e Culau (2014), este tipo de humor encaixa na norma, pois evita ferir sensibilidades culturais e sociais.

Por outro lado, em episódios como "O meu parto foi Top" e "Sopinha de Letras Kármica", o humor de Joana toca em temas mais sensíveis, como as expectativas sociais impostas às mulheres e as crenças espirituais associadas à saúde e bem-estar. Quando Joana critica a representação idealizada da maternidade por Carina Caldeira ou as crenças

espirituais de Alexandra Solnado, há uma subtil subversão das normas do ‘politicamente correto’, uma vez que desafia a narrativa idealizada que muitas vezes é protegida por essas normas. McGraw e Warner (2014) salientam que o humor pode ser uma ferramenta poderosa para questionar normas culturais, e, nestes episódios, Joana Marques utiliza essa estratégia para desconstruir as pressões sociais e os discursos espirituais que podem perpetuar expectativas irrealistas.

Nos episódios que envolvem figuras mediáticas mais controversas, como Maria Vieira em "Uma Colonoscopia para Maria Vieira", Joana Marques adota uma abordagem mais cautelosa. A sátira de Joana critica levemente as fontes de informação alternativas que Maria Vieira segue, mas o humor mantém-se longe de temas que poderiam incitar uma reação adversa do público, como um movimento de ‘cancel culture’. O que Joana faz aqui é um uso cuidadoso da crítica, como sugerido por Bergen (2023), utilizando a sátira para expor incongruências sem provocar polarização excessiva.

Em episódios mais leves, como "José Cid Não Fez Favas com Chouriço", "Nuno Luz, Loves the People" e "Ana Pronto Moura", Joana utiliza o humor para explorar características pessoais peculiares ou exageradas sem tocar em questões politicamente sensíveis. Segundo Hume (2016), o humor que evita confrontar diretamente temas polémicos acaba por refletir a aceitação dos limites do ‘politicamente correto’. Nesses episódios, o humor centra-se em tiques de linguagem e excentricidades das figuras públicas, mantendo o tom humorístico leve e inofensivo.

No geral, embora o humor de Joana Marques toque ocasionalmente em questões sociais ou culturais sensíveis, ele não desafia diretamente o ‘politicamente correto’ ou a ‘cancel culture’. O tom do programa mantém-se leve e irónico, concentrando-se mais nas atitudes e comportamentos das figuras públicas do que em confrontar normas sociais ou culturais. Esta abordagem vai ao encontro daquilo que Hume (2016) descreve como um uso prudente da liberdade de expressão no humor, evitando excessos e mantendo um equilíbrio que evita conflitos maiores com as normas sociais e culturais.

#### d) Celebidades

O estudo das celebridades, especialmente na era digital, oferece uma visão complexa e multifacetada sobre a forma como o estatuto de fama é construído e mantido. No contexto do programa humorístico *Extremamente Desagradável*, de Joana Marques, as celebridades — sejam elas tradicionais ou digitais — tornam-se alvo de sátira e crítica, destacando a maneira como estas figuras públicas navegam entre os meios de comunicação convencionais e as plataformas sociais. A análise de celebridades tradicionais, como José Cid e Rui Unas, em comparação com microcelebridades digitais, como Tiago Paiva e Catarina Gouveia, reflete as diferentes estratégias que estas figuras adotam para permanecerem relevantes. Como referem Abidin (2018) e Marwick (2013), enquanto as celebridades tradicionais geralmente mantêm uma certa distância do público, as microcelebridades dependem da interação constante com os seus seguidores para manterem o seu estatuto e influência. Neste contexto, Joana Marques utiliza o seu programa para explorar criticamente tanto a fama consolidada quanto o estatuto efêmero de celebridades que habitam o ecossistema digital contemporâneo.

Esta análise detalha o uso do humor no programa *Extremamente Desagradável* de Joana Marques, concentrando-se nas microcelebridades, celebridades digitais, ou celebridades que transitam entre os meios tradicionais e o digital. Através da sátira, Joana Marques explora as idiossincrasias e contradições destas personalidades, utilizando-as como ponto de partida para a crítica social e cultural.

Os episódios analisados incluem uma variedade de celebridades, desde microcelebridades digitais, como Rui Soares e Catarina Gouveia, até figuras mais tradicionais, como José Cid e Ana Moura. Ao longo dos episódios, Joana Marques recorre ao humor para destacar a diferença entre a perceção pública dessas figuras e a realidade das suas interações nas redes sociais ou na vida pública.

A análise enquadra-se na teoria de celebridades e microcelebridades digitais, conforme descrita por autores como Abidin (2018) e Marwick (2013). As celebridades digitais, especialmente influenciadores como Bárbara Corby e Tiago Paiva, são frequentemente retratadas pela sua necessidade constante de validação pública e interação com os seguidores. Por outro lado, figuras mais tradicionais, como José Cid e Ana Moura, são criticadas pelas suas excentricidades e egocentrismos, revelando o distanciamento que algumas celebridades consagradas podem ter em relação às expectativas do público contemporâneo.

Ao longo dos episódios, Joana Marques utiliza o humor não apenas para entreter, mas também para provocar uma reflexão crítica sobre o papel das celebridades na era digital e sobre como elas se reinventam, muitas vezes de forma exagerada, para manter a relevância e a notoriedade.

No episódio "Comunidade Cultura e Tarte", de 17 de fevereiro de 2022, o alvo da crítica de Joana Marques é Rui Soares, diretor e fundador do projeto digital Comunidade Cultura e Arte. Rui Soares é um claro exemplo do conceito de microcelebridade digital, conforme definido por Abidin (2018). Com uma presença significativa nas redes sociais (419 mil seguidores), Rui Soares construiu a sua notoriedade através da partilha de conteúdos culturais e artísticos, interagindo diretamente com o seu público. No entanto, Joana Marques faz uso do humor para criticar a falta de profundidade nas respostas de Soares, sublinhando a diferença entre as expectativas de conteúdos culturais substanciais e a realidade das suas intervenções superficiais.

De forma semelhante, o episódio "Tiago Paiva é Genial", de 18 de março de 2022, apresenta Tiago Paiva, com 277 mil seguidores, como uma figura que encarna o arquétipo da microcelebridade digital. A sátira de Joana Marques foca-se na autoimagem inflada e no narcisismo de Paiva, algo que, como Marwick (2013) aponta, é frequente nas figuras digitais que constroem a sua fama através da exibição de uma persona idealizada. Tal como Rui Soares, Tiago Paiva depende da interação constante com os seus seguidores para manter a relevância, e Joana usa o humor para expor a vaidade e a busca incessante por validação.

Esta abordagem também é explorada em "O Confinamento de Rui Unas", de 8 de março de 2022. Rui Unas exemplifica uma celebridade que transita entre os meios tradicionais e digitais, tendo 807 mil seguidores na rede social Instagram. Aqui, Joana Marques explora o contraste entre a autopercepção de Unas e a realidade da sua exposição pública, destacando a forma como as celebridades tradicionais, ao adotarem estratégias de microcelebridade, procuram reinventar-se para o público digital.

Outro exemplo dessa tendência de figuras públicas a se exporem no ambiente digital é Carina Caldeira, protagonista do episódio "O meu parto foi Top", de 29 de abril de 2022. Com 105 mil seguidores, Carina representa uma microcelebridade digital que constrói a sua fama pela partilha constante de aspetos íntimos da sua vida, como a maternidade. Joana Marques brinca com a ideia de Caldeira ter contactado a sua agente antes da família após descobrir que estava grávida, refletindo a mercantilização da vida pessoal nas redes sociais,

algo também observado por Abidin (2018) como parte do capital social das microcelebridades.

Seguindo essa linha de pensamento, Bárbara Corby, com 370 mil seguidores, destaca-se no episódio "Eu já devia saber", de 6 de maio de 2022, como uma influenciadora de moda e lifestyle. Joana Marques ironiza a emoção de Corby ao receber o seu próprio livro, sublinhando o narcisismo típico de muitas microcelebridades digitais, que vivem da validação constante do público. Esta crítica insere-se no conceito de Marwick (2013) sobre a construção da persona pública e a necessidade contínua de interação para manter a relevância.

Em contrapartida, no episódio "Sopinha de Letras Kármica", de 19 de abril de 2022, Joana Marques desloca o foco para uma figura mais tradicional, Alexandra Solnado, conhecida pelas suas ideias espiritualistas. Solnado exemplifica uma forma de celebridade tradicional, com uma forte presença digital, e Joana utiliza o humor para criticar as suas crenças, expondo a desconexão entre o espiritualismo e a realidade quotidiana. Esta crítica está em linha com o conceito de capital cultural de Abidin (2018), que analisa como certas figuras constroem a sua imagem através de noções de sabedoria e exclusividade.

Por outro lado, no episódio "José Cid Não Fez Favas com Chouriço", de 30 de maio de 2022, Joana foca-se numa das maiores celebridades tradicionais da música portuguesa, José Cid. Apesar da sua presença digital modesta (15 mil seguidores no Instagram), a sua longa carreira confere-lhe um impacto substancial nos meios tradicionais. Joana Marques utiliza a sátira para destacar o egocentrismo de Cid, criticando a desconexão entre a sua persona pública e as expectativas do público atual, algo que frequentemente acontece com celebridades de carreira extensa.

A pressão sobre as microcelebridades digitais para manterem uma imagem pública perfeita é abordada em "O Pós-Parto de Cate Gouveia", de 6 de junho de 2022. Catarina Gouveia, com 640 mil seguidores, partilha detalhes íntimos da sua vida pessoal, como a maternidade, nas redes sociais. Joana Marques usa o humor para questionar a gestão dessa exposição e a pressão por perfeição, refletindo o fenómeno descrito por Abidin (2018), onde a fama das microcelebridades se constrói através da partilha de conteúdos pessoais.

Maria Vieira, uma figura controversa, é o foco do episódio "Uma Colonoscopia para Maria Vieira", de 20 de junho de 2022. Embora Maria tenha começado a sua carreira na televisão e rádio, Joana Marques destaca a sua transição para as redes sociais, onde as suas

opiniões políticas polarizadoras lhe granjearam notoriedade. Este episódio sublinha o papel que as redes sociais desempenham na amplificação de vozes controversas, algo comum entre figuras que utilizam as redes para prolongar a sua relevância mediática.

Em "O Monge que Vendeu o Seu Porsche", de 22 de setembro de 2023, Gustavo Santos, com 55 mil seguidores, representa a figura de uma celebridade tradicional que também se destaca no ambiente digital. Joana Marques utiliza o humor para criticar as contradições no discurso de Santos, exemplificando a forma como figuras mediáticas tentam capitalizar a espiritualidade para se reinventarem, uma crítica que se enquadra na análise de Abidin (2018) sobre o capital cultural.

No episódio "Pergunta para Milhão", de 29 de setembro de 2023, Miguel Milhão, fundador da Prozis e com 95 mil seguidores, reflete a figura do empresário que se promove digitalmente. Joana Marques utiliza o humor para satirizar a forma como Milhão constrói a sua imagem pública, criticando a tentativa de muitos empresários em explorar a fama digital para promover as suas ideologias pessoais.

A sátira de Joana também recai sobre o humorista digital Alexandre Santos, com 488 mil seguidores, no episódio "O Guna Espiritual", de 3 de outubro de 2022. Joana critica os clichês espirituais usados por Santos, demonstrando como mesmo as figuras do humor digital podem tornar-se alvos de sátira quando a sua imagem pública se exagera.

Já no episódio "David GYT é um Homem Novo", de 11 de novembro de 2022, David GYT, com 160 mil seguidores, representa a microcelebridade que explora o luxo como parte da sua marca pessoal. Joana Marques expõe a superficialidade da tentativa de redenção pública de David após os seus escândalos, criticando a forma como muitas microcelebridades lidam com os seus erros, de acordo com a análise de Abidin (2018).

Por fim, o episódio "Nuno Luz, Loves the People", de 29 de novembro de 2022, foca-se em Nuno Luz, uma celebridade mediática tradicional. Joana explora o humor nas dificuldades linguísticas de Luz, refletindo a forma como a exposição mediática pode tornar até figuras consolidadas em alvos de sátira, mesmo sem uma presença digital significativa.

No episódio "Ana Pronto Moura", de 14 de dezembro de 2022, Joana Marques brinca com o uso repetido da palavra "pronto" por Ana Moura, uma figura icónica do fado. Embora Ana Moura seja uma celebridade mais tradicional, com uma presença significativa no mundo digital (226 mil seguidores no Instagram), a crítica de Joana foca-se num aspeto mundano da sua linguagem, mostrando como até as pequenas peculiaridades das celebridades podem

tornar-se alvo de humor. Este episódio sublinha o modo como figuras tradicionais também estão sujeitas ao escrutínio e à sátira no meio digital.

A análise realizada ao longo dos episódios do programa *Extremamente Desagradável* evidencia uma abordagem crítica e humorística de Joana Marques em relação às celebridades, tanto tradicionais como digitais. Utilizando o humor como ferramenta de desconstrução, Joana Marques expõe as contradições, exageros e peculiaridades das figuras públicas, seja através da sátira de comportamentos narcisistas ou da crítica a discursos idealizados, como os relacionados à maternidade, espiritualidade e autoajuda.

Ao explorar celebridades tradicionais, como José Cid e Ana Moura, e microcelebridades digitais, como Catarina Gouveia e Tiago Paiva, o programa demonstra a diversidade do conceito de fama na era digital. A diferenciação entre celebridades que emergem dos meios convencionais e aquelas que constroem a sua notoriedade online é uma linha constante ao longo dos episódios. A crítica a figuras como Maria Vieira e Gustavo Santos também revela como as redes sociais permitem que figuras com opiniões controversas ou carreiras consolidadas reinventem a sua imagem, muitas vezes de forma polarizadora.

Por outro lado, a análise também sublinha como o fenómeno das microcelebridades, descrito por autores como Abidin (2018) e Marwick (2013), está fortemente enraizado na interação constante com o público, com as influenciadoras a usarem as redes sociais para manterem a relevância. Esta proximidade com os seguidores é frequentemente criticada por Joana Marques, que utiliza o humor para expor a superficialidade e a mercantilização da vida pessoal partilhada por estas figuras.

Em síntese, o programa de Joana Marques não só apresenta uma visão satírica do mundo das celebridades, como também funciona como um espelho da forma como a fama é vivida e construída na era digital. O seu humor, embora leve e divertido, levanta questões sobre o impacto das redes sociais na perceção pública das figuras mediáticas e a pressão para manter uma imagem idealizada perante os seguidores.

## Conclusão

A presente dissertação teve como objetivo analisar a intersecção entre humor, liberdade de expressão e o ‘politicamente correto’, utilizando como estudo de caso o programa *Extremamente Desagradável*, da Rádio Renascença, apresentado por Joana Marques. A investigação baseou-se na caracterização do humor na rádio portuguesa contemporânea e na análise crítica dos conteúdos humorísticos do programa, tendo em vista a forma como estes desafiam ou interagem com as normas do ‘politicamente correto’ e da ‘liberdade de expressão’. Além disso, o foco central foi examinar como o humor de Joana Marques se relaciona com a cultura mediática e o papel das celebridades no espaço público.

Um dos principais objetivos da investigação foi caracterizar o humor na rádio portuguesa atual, explorando como ele tem evoluído em resposta às transformações dos media e da sociedade. No contexto de *Extremamente Desagradável*, verificou-se que Joana Marques utiliza um humor crítico, baseado em observações incisivas sobre figuras públicas e celebridades mediáticas. O humor como teoria académica tem uma longa tradição de uso como ferramenta de crítica social e, no caso de Joana Marques, essa tradição manifesta-se numa sátira perspicaz que através do seu programa analisa o comportamento e as declarações de celebridades. *Extremamente Desagradável* não se limita a ser um mero entretenimento, mas funciona como um meio de reflexão sobre os excessos e as falhas da cultura mediática contemporânea.

Além disso, foi possível correlacionar as práticas humorísticas de Joana Marques com as teorias clássicas do humor, como a teoria da incongruência, a teoria da superioridade e a teoria do alívio. Nos programas, Joana aplica esses princípios ao desconstruir narrativas exageradas de figuras mediáticas, expondo as contradições e o absurdo que muitas vezes caracterizam o comportamento público dessas celebridades. O humor opera como uma forma de trazer à luz a superficialidade de muitos discursos e comportamentos públicos destas celebridades mediáticas.

Outro objetivo da tese foi analisar o modo como o *Extremamente Desagradável* desafia o ‘politicamente correto’. Através da sátira, Joana Marques toca em temas delicados, criticando de forma subversiva as normas que regem o comportamento público, sem, no entanto, promover uma ‘cultura do cancelamento’. Ao contrário de outros humoristas que podem ser acusados de promover discursos ofensivos, Joana Marques utiliza o humor para

criticar sem recorrer a ataques diretos, mas sim expondo contradições e hipocrisias de figuras públicas. Episódios como “Sopinha de Letras Kármica” e “O Meu Parto foi Top” exemplificam como o programa desafia o politicamente correto, abordando temas relacionados com espiritualidade e maternidade de uma forma crítica, mas bem-humorada.

Um aspeto igualmente relevante foi a análise dos conteúdos de *Extremamente Desagradável* no contexto da liberdade de expressão. Joana Marques utiliza o humor como um veículo de expressão livre, exercendo a sua capacidade de criticar publicamente figuras com destaque nos media e na política, sem medo de represálias ou censura. O programa mantém-se dentro dos limites aceitáveis do debate público, mas levanta questões sobre os limites do humor e até onde o humor pode ir sem ferir as normas vigentes. Joana Marques contribui para o debate sobre a liberdade de expressão, utilizando o seu programa como uma plataforma para discutir temas relevantes numa sociedade democrática.

A análise empírica também teve como foco identificar e categorizar as celebridades visadas pelo humor de Joana Marques, analisando como estas figuras são escolhidas e representadas. A autora do programa mostra um claro interesse em explorar a noção de celebridade, focando-se muitas vezes em figuras que fazem parte da cultura digital e da esfera mediática contemporânea. Celebridades como Catarina Gouveia, Tiago Paiva e Bárbara Corby representam a nova geração de *influencers* e figuras públicas que constroem a sua fama através das redes sociais. Joana Marques utiliza o humor para questionar o impacto dessas figuras e as narrativas idealizadas que promovem, revelando as fragilidades e incongruências do mundo digital.

Por outro lado, figuras mais tradicionais, como José Cid e Maria Vieira, também são alvo da sátira de Joana Marques, evidenciando como o programa aborda de forma transversal tanto as celebridades da era digital quanto as tradicionais. No entanto, o foco nas celebridades mediáticas reflete a preocupação da humorista em discutir as noções de fama, poder mediático e espaço público na atualidade. Ao escolher estas figuras, Joana Marques promove um debate sobre a forma como os media constroem e perpetuam a imagem de determinadas celebridades, explorando como estas utilizam os media para se promoverem e influenciar a opinião pública.

O papel de *Extremamente Desagradável* no debate público é, portanto, multifacetado. Ao promover uma sátira das figuras públicas, Joana Marques não só contribui para o debate sobre a liberdade de expressão e do ‘politicamente correto’, como também

coloca em discussão a relevância das celebridades mediáticas e o seu impacto na sociedade. O programa de Joana Marques enriquece o espaço público ao criticar as formas como as celebridades usam os media, enquanto reflete sobre o papel dos *influencers* e da cultura digital no panorama nacional.

Esta investigação permitiu concluir que *Extremamente Desagradável* desempenha um papel significativo na paisagem mediática portuguesa, utilizando o humor como uma poderosa ferramenta crítica e reflexiva. O programa vai além de um simples entretenimento, posicionando-se como um espaço onde questões sociais e culturais são abordadas de forma humorística, mas com profundidade. Joana Marques, através de uma abordagem satírica, consegue desafiar, de forma subtil e eficaz, as normas do 'politicamente correto', levantando questões relevantes sobre a liberdade de expressão sem, no entanto, recorrer ao discurso polarizador da 'cancel culture'. Este equilíbrio entre crítica e respeito pelos limites do aceitável é o que distingue o seu trabalho no panorama radiofónico.

Além disso, *Extremamente Desagradável* desempenha um papel fundamental ao promover um debate público sobre o papel das celebridades mediáticas e o impacto dos media na sociedade. Ao concentrar a sua sátira em figuras públicas, tanto tradicionais quanto digitais, Joana Marques explora o poder que estas personalidades exercem na moldagem da opinião pública. Através da desconstrução dos discursos e comportamentos destas celebridades, o programa convida os ouvintes a refletirem criticamente sobre como os media, as redes sociais e as figuras mediáticas influenciam a perceção da realidade e da cultura contemporânea. Ao fazer isso, Joana Marques não só entretém o seu público, mas também o desafia a questionar as construções mediáticas que consomem, promovendo um espaço de reflexão sobre o impacto e o papel dos media no nosso quotidiano.

## Bibliografia

- Abidin, C. (2018). *Internet celebrity: Understanding fame online*, Leeds: Emerald Publishing Limited.
- Apte, M. L. (1985). *Humor and laughter: An anthropological approach*, Michigan: Cornell University Press.
- Araújo, A. (1985). «História da rádio: Aparecimento da rádio oficial Informação Rádio» (9), pp.19-20.
- Ash, G, T. (2017) *Liberdade de expressão*. Lisboa: Circulo de Leitores.
- Badenoch, A. (2013), «Between Rock and Roll and a Hard Place: ‘Pirate’ Radio and the Problems of Territory in Cold War Europe», in Christian Henrich-Franke, Andreas Fickers e Alexander Badenoch (eds), *Airy Curtains in the European Ether: Broadcasting and the Cold War*, Baden-Baden: Nomos, pp. 295-320
- Barbabela, E. (2019). «Liberdade de expressão na teoria democrática: conceitos e perspectivas» *Mediações-Revista de Ciências Sociais*,2, Rio de Janeiro,pp. 83-107.
- Bergen, V. (2023). «Promessas e impasses do wokismo» *Electra Magazine*, 21, Disponível em <https://electramagazine.fundacaoedp.pt/editions/edicao-21/promessas-e-impasses-do-wokismo>
- Bergson, H. (2019), *O Riso: Ensaio sobre o Significado do Cômico*, Lisboa: Almedina, pp. 15-21.
- Bonixe, L. (2012), «As rádios locais em Portugal – da génese do movimento à legalização», *Estudos em Jornalismo e Mídia*, Vol. 9, n.º 2, Curitiba
- Bourdieu, P. (1986). «The Forms of Capital. In J. Richardson (Ed.)», *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood, pp. 241-258
- Cambridge Dictionary. (s.d.). Politically correct. Recuperado de <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/politically-correct>
- Canavilhas, J. (2011), «El nuevo ecosistema mediático», *Revista Index Comunicación*, nº. 1, Madrid: Universidad Rey Juan Carlos, pp. 13-24.
- Carlyle, T. (1869). «Sir Walter Scott». *In Carlyle’s Works*, Vols. 15-16, New York: International Book Company. pp. 407
- Carr, J., & Greeves, L. (2006), *Only Joking: What's So Funny About Making People Laugh?*, Penguin, Londres, pp. 23-124.

Herreros, C M. (2001), *La rádio en la convergência multimédia*, Barcelona: Gedisa, pp. 184-185.

Choe, H. (2019) «Eating together multimodally: Collaborative eating in mukbang, a Korean livestream of eating». *Language in Society*, Vol. 48 (2), Cambridge, pp. 171-172.

Clark, M. D. (2020). «DRAG THEM: A brief etymology of so-called “cancel culture”». *Communication and the Public*, 5(3-4), pp. 88-92.

Cordeiro, P. (2004). «A rádio em Portugal: Um pouco de história e perspectivas de evolução» *Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação*, Lisboa, pp. 1-5.

Creswell, J. (2013), *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods*, Sage Publications p. 44.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016), *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Londres: Sage Publications, pp. 44-154.

Cundall Jr, M. K. (2021) «Got IT?: Introducing incongruity theory» In W. Irwin & D. Kyle Johnson (Eds.), *It's funny 'cause it's true: The Lighthearted Philosophers'* Society's introduction to philosophy through humor: Wiley-Blackwell, pp. 45

Da Silva, C. R. M., & Tessarolo, F. M. (2016). «Influenciadores digitais e as redes sociais enquanto plataformas de mídia». XXXIX Intercom, São Paulo–SP.

Dadlez, E. M. (2011). «Truly funny: Humor, irony, and satire as moral criticism». *Journal of Aesthetic Education*, 45(1), 1-17. <https://doi.org/10.5406/jaesteduc.45.1.0001>

de Oliveira Weinmann, A., & Culau, F. V. (2014). «Notas sobre o politicamente correto». *Estudos e Pesquisas em Psicologia*, 14(2), pp. 628-645.

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011), *The Sage Handbook of Qualitative Research*, Sage, pp. 3.

Dossey, B., & Keegan, L. (2008). *Holistic nursing: A handbook for practice*. Jones & Bartlett Learning.

Duarte, A. M. M. (2012). «O humor na rádio em Portugal: Modos e finalidades do humor radiofónico» Master's thesis, Universidade da Beira Interior, Portugal, pp. 38-40.

Dudarenok, A. G., & Hallanan, L. (2018). *Digital China: Working with bloggers, influencers and KOLs*. Alarice international Lim, pp.5

Duncan, W. J., & Feisal, J. P. (1989). «No laughing matter: Patterns of humor in the workplace» *Organizational Dynamics*, 17(4), pp. 18-30.

Eagleton, T. (2021). *Humor*. Londres: Taurus.

- Feinberg, J. (1984). *The moral limits of the criminal law*, Vol. 1, Londres: Oxford University Press. pp 24-33
- Fernandes, J. M. (2016). *Liberdade e informação*. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos. pp. 31-32
- Franciscato, C. E. (2007), «A participação dos leitores na construção de experiências temporais no jornalismo online», *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, pp. 13.
- Garton Ash, T. (2016). *Free speech: Ten principles for a connected world*. Connecticut: Yale University Press. pp. 12-209
- Girão, L. (2021). *A liberdade de expressão no jornalismo e na comunicação: Um direito a ofender?*. Coimbra: Temas Originais, pp.24
- Gorgula, M. (2016). «Oh, It's a Lovely War: The Aims and importance of humour» *Histories of Laughter and Laughter in History: HistoRisus*, pp 33.
- Grupo Marktest. (2024). Bareme Rádio - 1ª vaga de 2024. Disponível em <https://www.marktest.com/wap/a/n/id~2a9a.aspx>.
- Guardian News. (2019, 30 de outubro). Barack Obama criticises call-out culture: 'That's not activism'. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=qaHLd8de6nM>
- Habermas, J. (2015). *Between facts and norms: Contributions to a discourse theory of law and democracy*. John Wiley & Sons. pp. 323
- Hatch, M. J., & Erlich, S. B. (1993). «Spontaneous humour as an indicator of paradox and ambiguity in organizations». *Organization studies*, 14(4), pp. 505-526.
- Hughes, G. (2011). *Political correctness: A history of semantics and culture*. John Wiley & Sons, pp.100
- Hume, M. (2016). *Direito a ofender: A liberdade de expressão e o politicamente correto*, Lisboa: Tinta da China. pp. 33-282
- Jerónimo, N. A., Alexandre, J. C., & Tamulevičiūtė-Šekštelienė, A. (2021). «O riso infeccioso da pestilência: a comédia em tempos de pandemia» Lisboa: Universidade Autónoma de Lisboa, pp.187
- Karhawi, I. (2020). «Notas teóricas sobre influenciadores digitais e Big Brother Brasil: visibilidade, autenticidade e motivações.» *E-Compós*, 24 São Paulo: Universidade de São Paulo, pp.48

Kuiper, N. A., & Martin, R. A. (1998). «Is sense of humor a positive personality characteristic?» *The sense of humor: Explorations of a personality characteristic*, Gruyter Mouton. pp. 159–178

Kyi, A. S. S. (2012). «Word power» *Index on Censorship*, 41, pp. 28-31.

Levinson, J. (1998). «Humor», *Routledge Encyclopedia of Philosophy*, 4, Routledge, pp. 562-567

Lincoln, J. (2016). *Digital Influencer: a guide to achieving influencer status online*. USA: CreateSpace Independent Publishing Platform,

Lintott, S. (2016), «Superiority in Humor Theory», *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 74(4), pp. 347-358.

Long, C. R., & Greenwood, D. N. (2013), «Joking in the Face of Death: A Terror Management Approach to Humor Production», *Humor*, 26(4), pp. 493-509.

Macquarie Dictionary. (2019). Cancel culture. Em Macquarie Dictionary online. Recuperado de

<https://www.macquariedictionary.com.au/features/word/search/cancel%20culture>

Magnani, L. (2016), «Political Correctness Between Wise Stoicism and Violent Hypocrisy», *Philosophies*, 1(3), pp. 261-274

Maia, M. (1995). *Telefonia*. Lisboa: Círculo de Leitores.

Marsh, H. (2022), *Cancel Culture Conundrum*, Honors Thesis, University of Maine, pp. 6

Marwick, A. E. (2013), *Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age*, New Haven: Yale University Press.

McGhee, P. E., & Goldstein, J. H. (Eds.) (1983), *Handbook of Humor Research* (Vol. 1), New York: Springer-Verlag, pp.45

McGraw, P., & Warner, J. (2014), *The Humor Code: A Global Search for What Makes Things Funny*, New York: Simon and Schuster, pp. 10

Meiklejohn, A. (2011), *Free Speech and Its Relation to Self-Government*, Port Washington, NY: Kennikat Press, pp. 26-27.

MEO (2011, Julho 26). MEO - Sai da frente que o Hélio é Fora da Box! [<https://www.youtube.com/watch?v=UahziYXoKEE>] YouTube.

Meraz, S., & Papacharissi, Z. (2013), «Networked Gatekeeping and Networked Framing on #Egypt», *The International Journal of Press/Politics*, 18(2), pp. 138–166.

Merriam-Webster. (n.d.). Cancel culture. Em Merriam-Webster.com dictionary. Recuperado de <https://www.merriam-webster.com/dictionary/cancel%20culture>

Mishan, L. (2020), «The Long and Tortured History of Cancel Culture», *The New York Times*, Nova Iorque, p. 3. Disponível em: [<https://www.nytimes.com/2020/12/03/t-magazine/cancel-culture-history.html>]

Mitchell, M. (2003), «Gallows Humour», em Howarth, G., & Leaman, O. (eds.), *Encyclopedia of Death and Dying*, Londres: Routledge, pp.103

Monro, D. H. (1988), «Teorias do Humor», em Behrens, L. & Rosen, L. J. (eds.), *Writing and Reading Across the Curriculum* (3ª ed.), Glenview, IL: Scott, Foresman and Company, pp. 349-355.

Mullany, L. (2004), «Gender, Politeness and Institutional Power Roles: Humour as a Tactic to Gain Compliance in Workplace Business Meetings», *Journal of Pragmatics*, vol. 23, pp. 21

Mustafá, I. (2013), «Estado Novo: O Uso Político do Rádio no Brasil e em Portugal na Década de 1940», *SOPCOM: Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação\**, pp.

Neves, F., & Espanha, R. (2020), «A Evolução da Rádio em Portugal: Um Estudo de Caso sobre a Rádio Comercial (“Sempre no Ar, Sempre Consigo”)», p. 39

Norris, P. (2021), «Cancel Culture: Myth or Reality?», *Political Research Quarterly*, 74(3), pp. 620-632.

Nunes, N. (2020), *Com o Humor Não Se Brinca: O Que os Melhores Humoristas Portugueses Têm a Dizer Sobre a Comédia*, Lisboa: Vogais, pp. 80-304.

Obama, B. (2019, 29 de outubro). Obama on call-out culture and being 'woke'. The Obama Foundation. [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=qaHLd8de6nM>

Oliveira, M. (2011), «Na Frequência do Riso: Dos Programas de Humor nas Rádios Portuguesas à Sociedade do Espetáculo», IX Congresso Lusocom, UNIP – São Paulo, 4 a 6 de agosto de 2011, pp. 6.

Paine, T. (1877), *The Age of Reason* (1ª ed.), Nova Iorque: Citadel Press, pp.

Pew Research Center. (2021, 19 de maio), «Americans and ‘Cancel Culture’: Where Some See Calls for Accountability, Others See Censorship, Punishment», Pew Research Center. Disponível em:

[<https://www.pewresearch.org/internet/2021/05/19/americans-and-cancel-culture-where-some-see-calls-for-accountability-others-see-censorship-punishment/>]

Reis, I. (2011). A reconfiguração da temporalidade da rádio na era da Internet. *Comunicação e Sociedade*, 20, 13-28.

Renascença (2022), «Extremamente Desagradável apresentado na Renascença por Joana Marques é o podcast mais ouvido em Portugal no Spotify», Grupo Renascença Multimédia, disponível em:

[<https://gruporenascencamultimedia.com/2022/12/06/extremamente-desagradavel-apresentado-na-renascenca-por-joana-marques-e-o-podcast-mais-ouvido-em-portugal-no-spotify/>] (Acedido em 17 Julho 2023).

Ribeiro, N. C (2007). «A Emissora Nacional: Das emissões experimentais à oficialização (1933-1936)». *Comunicação & Cultura*, 3, 175-199.

Ribeiro, N. C. (2000). «A Rádio Renascença na transição de regime: Do 25 de Abril ao 25 de Novembro». *Lusitania Sacra*, 2ª Série, 12, 267-314.

Rodden, J. (2010), «The Perversity of “Diversity” », *Society*, 47, pp. 3-5.

Samson, A. C., & Gross, J. J. (2012), «Humour as Emotion Regulation: The Differential Consequences of Negative Versus Positive Humour», *Cognition & Emotion*, 26(2), pp. 375-384.

Santos, R. (2015). *As vozes da rádio (1924-1939)*, Caminho, pp. 23-45

Santos, R. (2017). *Estudos da rádio em Portugal*. Universidade católica editora, pp. 23

Scanlon, T. M. (1972). *A theory of freedom of expression*. *Philosophy and Public Affairs*, 1(2), 204–226.

Schnurr, S. (2010), «Humour», em Locher, M. A. & Graham, S. L. (eds.), *Interpersonal Pragmatics*, Berlim: De Gruyter Mouton, pp. 307–328.

Senft, T. M. (2008), «Camgirls: Celebrity and Community in the Age of Social Networks» (Vol. 4), Nova Iorque: Peter Lang, pp. 25-26

Eekert, G. (2017), «Freedom of Speech, Freedom of Self-Expression, and Kant's Public Use of Reason», *Diametros: An Online Journal of Philosophy*, 54, pp. 118-137.

Vásquez, C. (2014), *The Discourse of Online Consumer Reviews*, pp. 1-224.

Venkatesan, S. (2022), «A Short Compilation on Theories of Humor and Laughter», *Paripex - Indian Journal of Research*, 11(6), pp. 1-3.

Warburton, N. (2009), *Free Speech: A Very Short Introduction* (Vol. 200), Oxford: Oxford University Press, pp. 22-23.

Weigel, M. (2016, 30 de novembro), «Political Correctness: How the Right Invented a Phantom Enemy», *The Guardian*. Disponível em:  
[<https://www.theguardian.com/us-news/2016/nov/30/political-correctness-how-the-right-invented-phantom-enemy-donald-trump>]

Wilkins, J., & Eisenbraun, A. J. (2009), «Humor Theories and the Physiological Benefits of Laughter», *Holistic Nursing Practice*, 23(6), pp. 349-354.

Yin, R. K. (2018), *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6<sup>a</sup> ed.), Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

## Anexo A: Total Episódios *Extremamente Desagradável* 2022

Nome	Data	Link do Episódio
Passou-se Alguma Coisa?	2 fevereiro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=CGIKHPgVMZM">https://www.youtube.com/watch?v=CGIKHPgVMZM</a>
O Shampoo do Leandro	3 fevereiro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=IbVuMy2S4KI">https://www.youtube.com/watch?v=IbVuMy2S4KI</a>
Marco Paulo é bebé	4 fevereiro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=YWbzYznt1C4">https://www.youtube.com/watch?v=YWbzYznt1C4</a>
Helena Laureano no Elevador	7 fevereiro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=gTWkEEg139A">https://www.youtube.com/watch?v=gTWkEEg139A</a>
Os Rebeldes do Mac	8 fevereiro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=7fKuMyM2KYU">https://www.youtube.com/watch?v=7fKuMyM2KYU</a>
Soy Georgina	9 fevereiro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=DiSfja3J6v0">https://www.youtube.com/watch?v=DiSfja3J6v0</a>
Soy Paula Brito	10 fevereiro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=_yND8D0zGrE">https://www.youtube.com/watch?v=_yND8D0zGrE</a>
Café da Manhã	11 fevereiro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=9ELwS_quFzk">https://www.youtube.com/watch?v=9ELwS_quFzk</a>
Dia dos Namorados a Evitar	14 fevereiro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=LUEjJEEvFwx">https://www.youtube.com/watch?v=LUEjJEEvFwx</a>
O Casal Areia	15 fevereiro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=GdmFhe-qtyA">https://www.youtube.com/watch?v=GdmFhe-qtyA</a>
Tufos de Pêlo	16 fevereiro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=o1FuIREraYA">https://www.youtube.com/watch?v=o1FuIREraYA</a>
Comunidade Cultura e Tarte	17 fevereiro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=obXePFnU5QA">https://www.youtube.com/watch?v=obXePFnU5QA</a>
Não sabe/ Não responde	18 fevereiro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=HmVz9HswhiE&amp;t=263s">https://www.youtube.com/watch?v=HmVz9HswhiE&amp;t=263s</a>
A Família TVI	21 fevereiro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=rdt_Jjgpii8">https://www.youtube.com/watch?v=rdt_Jjgpii8</a>
A Família do Jingle Lee	22 fevereiro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=-kU8QsapmhU">https://www.youtube.com/watch?v=-kU8QsapmhU</a>
Happy Birthday TVI	23 fevereiro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=UQhEuQQFtdg">https://www.youtube.com/watch?v=UQhEuQQFtdg</a>

Em Defesa de Bruno	24 fevereiro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=mAgcXcVhON8">https://www.youtube.com/watch?v=mAgcXcVhON8</a>
Negacionistas da Guerra	25 fevereiro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=1Ez8X7dUPI0">https://www.youtube.com/watch?v=1Ez8X7dUPI0</a>
BB Nada Famosos 2	28 fevereiro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=ra0Drx-oUu0">https://www.youtube.com/watch?v=ra0Drx-oUu0</a>
Latina Girl & Tio Careca	4 março	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=-TQUu3ENTd8">https://www.youtube.com/watch?v=-TQUu3ENTd8</a>
Treino para o Ídolos	7 março	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=fj6Pn7-h4wA">https://www.youtube.com/watch?v=fj6Pn7-h4wA</a>
O Confinamento do Unas	8 março	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=1gOW-BiCYso">https://www.youtube.com/watch?v=1gOW-BiCYso</a>
Festival da Canção 2022	9 março	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=_ZTLyB1qz8Y">https://www.youtube.com/watch?v=_ZTLyB1qz8Y</a>
Pepperoni e Peter Pan	10 março	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=9i7Kf7DqMNM">https://www.youtube.com/watch?v=9i7Kf7DqMNM</a>
O Resgaste do Soldado Penim	11 março	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=7fE90LwvqGc">https://www.youtube.com/watch?v=7fE90LwvqGc</a>
José Cid processa CNN	14 março	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=DOPBJgW1Z-A">https://www.youtube.com/watch?v=DOPBJgW1Z-A</a>
A Agenteterapeuta de Sara Aleixo	16 março	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=U1n_dBSWnOA">https://www.youtube.com/watch?v=U1n_dBSWnOA</a>
Quem quer casar com Bruno de Carvalho	17 março	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=9BqqJVY2x6o">https://www.youtube.com/watch?v=9BqqJVY2x6o</a>
Tiago Paiva é genial	18 março	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=ICRbmrTKkJs">https://www.youtube.com/watch?v=ICRbmrTKkJs</a>
Dia do pai da Bárbara Norton de Matos	21 março	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=PUqm_amduGE">https://www.youtube.com/watch?v=PUqm_amduGE</a>
O futuro do influencing	22 março	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=RuQi1Aft5Tc">https://www.youtube.com/watch?v=RuQi1Aft5Tc</a>
Papi Flawless	23 março	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=psCVGuGajow">https://www.youtube.com/watch?v=psCVGuGajow</a>
Trisal	25 março	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=dBuKjTHJIjg">https://www.youtube.com/watch?v=dBuKjTHJIjg</a>
Casados à Terceira Vista	28 março	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=rxaj0wGEplM">https://www.youtube.com/watch?v=rxaj0wGEplM</a>
Quem vê Caras de Cavalo não vê Corações	29 março	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=DRmahceDwag">https://www.youtube.com/watch?v=DRmahceDwag</a>
Este ou Aquele?	30 de março	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=6IeDutXEhQE">https://www.youtube.com/watch?v=6IeDutXEhQE</a>
Óscares das Amoreiras	31 março	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=KU2A8sJ9Ajg">https://www.youtube.com/watch?v=KU2A8sJ9Ajg</a>
A baftada dos Óscares	1 abril	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=tblrQiOtfEI">https://www.youtube.com/watch?v=tblrQiOtfEI</a>
O departamento da Namorada	4 abril	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=nqQ7YwNocRk">https://www.youtube.com/watch?v=nqQ7YwNocRk</a>
Crónica Criminal	5 de abril	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=KOHk5GDWJcU">https://www.youtube.com/watch?v=KOHk5GDWJcU</a>

O Fim das Tayti	6 abril	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=YG8TWS_L5DI">https://www.youtube.com/watch?v=YG8TWS_L5DI</a>
Léo Caeiro vs Duarte Siopa	7 abril	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=4Du6BRYc_8I">https://www.youtube.com/watch?v=4Du6BRYc_8I</a>
Gustavo fez um Amigo	8 abril	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=cT15JxZqkdo">https://www.youtube.com/watch?v=cT15JxZqkdo</a>
Deviamos estar em Casa	11 abril	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=kqeL_62uQyE">https://www.youtube.com/watch?v=kqeL_62uQyE</a>
Fanático pela Ovelha Choné	12 abril	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=8DxCiCuN0Ow">https://www.youtube.com/watch?v=8DxCiCuN0Ow</a>
Amor na pastelaria Rebuçado	13 abril	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=mylKH9-0SVw">https://www.youtube.com/watch?v=mylKH9-0SVw</a>
Relato do parto de Sandra Silva	18 abril	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=2ZOgXqpJAdI">https://www.youtube.com/watch?v=2ZOgXqpJAdI</a>
Sopinha de Letras Kármica	19 abril	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=FnjSJFQ6-cc">https://www.youtube.com/watch?v=FnjSJFQ6-cc</a>
Salvem as nossas crianças II	20 abril	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=W3i0tfaAZG8">https://www.youtube.com/watch?v=W3i0tfaAZG8</a>
O Tio Careca está diferente	21 abril	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=QXfEWELs3Xk">https://www.youtube.com/watch?v=QXfEWELs3Xk</a>
Elogio a Carlos Costa	22 abril	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=UQBw2q9cZjY">https://www.youtube.com/watch?v=UQBw2q9cZjY</a>
Grande Entrevista no Cordes flix	26 abril	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=uZxlbcC6ztM">https://www.youtube.com/watch?v=uZxlbcC6ztM</a>
Alberta e Einstein	27 abril	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Hntjn9I8o9s">https://www.youtube.com/watch?v=Hntjn9I8o9s</a>
Sebastião, o Grande	28 abril	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=S0hPhn2d98I">https://www.youtube.com/watch?v=S0hPhn2d98I</a>
O Meu parto foi Top	29 abril	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=GuSIUbN_aDA">https://www.youtube.com/watch?v=GuSIUbN_aDA</a>
O Último a Trair	02 maio	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=wUXsBQpcA34">https://www.youtube.com/watch?v=wUXsBQpcA34</a>
O Famoso caso das Cuecas	03 maio	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=QlrHL209SBc">https://www.youtube.com/watch?v=QlrHL209SBc</a>
Rúben Semedo é Alerta CM	04 maio	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=snMWIaOYSlo">https://www.youtube.com/watch?v=snMWIaOYSlo</a>
Querida, Mudei a Fralda	5 maio	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=uKGHDymJNCM">https://www.youtube.com/watch?v=uKGHDymJNCM</a>
Eu já devia saber	6 maio	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=UiClOtG4HKQ">https://www.youtube.com/watch?v=UiClOtG4HKQ</a>
Filomena Façam Barulho Cautela	9 maio	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=dWm79a3s_Bs&amp;t=272s">https://www.youtube.com/watch?v=dWm79a3s_Bs&amp;t=272s</a>
Carolina Torres do Tombo	10 maio	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=ibwHKKaU9PM">https://www.youtube.com/watch?v=ibwHKKaU9PM</a>
Judite, Pioneira da Globalização	11 maio	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=gSy8xbKqQBs">https://www.youtube.com/watch?v=gSy8xbKqQBs</a>
Betclíc Mano a Mano	12 maio	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=D3UHybms7Rk">https://www.youtube.com/watch?v=D3UHybms7Rk</a>
Respeitinho pela Fanny é muito bonito	13 maio	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=_pJCMDItGMc">https://www.youtube.com/watch?v=_pJCMDItGMc</a>
A Guloseima do Artista	16 maio	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=1dFCQ_RNv34">https://www.youtube.com/watch?v=1dFCQ_RNv34</a>
Sítios Assim Assim	17 maio	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=dIoDXBrM4UY">https://www.youtube.com/watch?v=dIoDXBrM4UY</a>

Futebol de Verdade	18 maio	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=BBkHpCqYCPM">https://www.youtube.com/watch?v=BBkHpCqYCPM</a>
O próximo idolo de portugal	19 maio	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=LrA7NG3f66E">https://www.youtube.com/watch?v=LrA7NG3f66E</a>
De Pequenino se agarra o Destino	20 maio	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=1AaAW4bOkts">https://www.youtube.com/watch?v=1AaAW4bOkts</a>
Quem quer ser Mulher-a-Dias	23 maio	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=07HCRljYpg">https://www.youtube.com/watch?v=07HCRljYpg</a>
Só mesmo a FCT	24 maio	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=CuGa20cAB3w">https://www.youtube.com/watch?v=CuGa20cAB3w</a>
José Cid não fez favas com chouriço	30 maio	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=9hN8vKDFnro">https://www.youtube.com/watch?v=9hN8vKDFnro</a>
Três por todos, Marido Procura-se	31 maio	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=OmZ8D1xCJSM">https://www.youtube.com/watch?v=OmZ8D1xCJSM</a>
A filha de Júlio Isidro	1 junho	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=rmFdk3rP_P8">https://www.youtube.com/watch?v=rmFdk3rP_P8</a>
O cavaleiro do Azeite	02 junho	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=O6MHsk1VBAU">https://www.youtube.com/watch?v=O6MHsk1VBAU</a>
Parabéns, Vanessa!	03 junho	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=-gFcLOQdSpQ">https://www.youtube.com/watch?v=-gFcLOQdSpQ</a>
O Pós-parto de Cate Gouveia	06 junho	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=5BIPZ0BQdws">https://www.youtube.com/watch?v=5BIPZ0BQdws</a>
BB Cream, disse ela	07 junho	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Ugo8m6nP4SA">https://www.youtube.com/watch?v=Ugo8m6nP4SA</a>
BB Famosos Traficantes	8 junho	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=oHU7aVe_GGk">https://www.youtube.com/watch?v=oHU7aVe_GGk</a>
Strada & Elma LDA	9 junho	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=SmeNZqieaBY">https://www.youtube.com/watch?v=SmeNZqieaBY</a>
Direito de Resposta	13 junho	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=vqBTA1XSWR0">https://www.youtube.com/watch?v=vqBTA1XSWR0</a>
Curva da Vida	14 junho	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=EFpSftM0Ths">https://www.youtube.com/watch?v=EFpSftM0Ths</a>
Casamentos de Santo António	15 junho	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=WijJ2Im5VIQ">https://www.youtube.com/watch?v=WijJ2Im5VIQ</a>
Mafalda Rodiles salva o SNS	17 junho	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=14rz5lzMfLI">https://www.youtube.com/watch?v=14rz5lzMfLI</a>
Uma colonoscopia para Maria Vieira	20 junho	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=ifkNmvUsJoM">https://www.youtube.com/watch?v=ifkNmvUsJoM</a>
Maria Vieira ama Putin	21 junho	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=JuQW7RwvWd4">https://www.youtube.com/watch?v=JuQW7RwvWd4</a>
Mário do Céu Santo e Chouriço Proibido	22 junho	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=giJ4VO_GAXo">https://www.youtube.com/watch?v=giJ4VO_GAXo</a>
Sic (pouco) radical no RiR	23 junho	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=z-CPvTD3TDw">https://www.youtube.com/watch?v=z-CPvTD3TDw</a>
Leituras de Liliana Aguiar	24 junho	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=y6Ki-iX4feY">https://www.youtube.com/watch?v=y6Ki-iX4feY</a>
Incendio no Colombo	27 junho	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=D7DUOliqiEPs">https://www.youtube.com/watch?v=D7DUOliqiEPs</a>

Rock in Crispim	28 junho	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=7AK6c2Xfwp0">https://www.youtube.com/watch?v=7AK6c2Xfwp0</a>
Muesli de Beterraba	29 junho	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=H6Zb84QF3_w">https://www.youtube.com/watch?v=H6Zb84QF3_w</a>
Liliana e o Profeta	30 junho	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Q7scDFC27kE">https://www.youtube.com/watch?v=Q7scDFC27kE</a>
Los sebaceos	1 julho	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=GA6Fho6fNnI">https://www.youtube.com/watch?v=GA6Fho6fNnI</a>
Casamento Reality	5 setembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=kSYqJYfoMAA">https://www.youtube.com/watch?v=kSYqJYfoMAA</a>
Amo-te bué	6 setembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=JVmUldnGmy4">https://www.youtube.com/watch?v=JVmUldnGmy4</a>
Festa de Verão	7 setembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=JVmUldnGmy4">https://www.youtube.com/watch?v=JVmUldnGmy4</a>
Jingle Lee, dono disto tudo	8 setembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=YMkU3fefdXc">https://www.youtube.com/watch?v=YMkU3fefdXc</a>
Sic não sabe festejar	9 setembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=e_LgVFog1F0">https://www.youtube.com/watch?v=e_LgVFog1F0</a>
Big Brother Repetentes	12 setembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=XfEpVLwVXWw">https://www.youtube.com/watch?v=XfEpVLwVXWw</a>
Joana Taful e Diana Tá Vazia	13 setembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=k_NGVXtp-kM">https://www.youtube.com/watch?v=k_NGVXtp-kM</a>
Sancha vai ao Chiado	14 setembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=CuY09nWy4Dw">https://www.youtube.com/watch?v=CuY09nWy4Dw</a>
Despedida de solteira de Joana Amaral Dias	15 setembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=GYl8K1iWqtg">https://www.youtube.com/watch?v=GYl8K1iWqtg</a>
Os últimos bilhetes no Porto	16 setembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=aNe-BVYVpAo">https://www.youtube.com/watch?v=aNe-BVYVpAo</a>
As Pilulas de Gustavo	19 setembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Y54qCBWdDPU">https://www.youtube.com/watch?v=Y54qCBWdDPU</a>
O Funeral da Rainha	20 setembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=55pNk53Y7rk">https://www.youtube.com/watch?v=55pNk53Y7rk</a>
Sangue Oculto	21 setembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Y-cmbdvnEC0">https://www.youtube.com/watch?v=Y-cmbdvnEC0</a>
O monge que vendeu o seu Porsche	22 setembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=nSnwQYzTwuc">https://www.youtube.com/watch?v=nSnwQYzTwuc</a>
Os últimos bilhetes para o espetáculo de Lisboa	23 setembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=RWxF1JcGOiY">https://www.youtube.com/watch?v=RWxF1JcGOiY</a>

Quinas de Ouro	26 setembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=0gWqteSufDo">https://www.youtube.com/watch?v=0gWqteSufDo</a>
Carga do Cris	27 setembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=WdDtNWQ5TTs">https://www.youtube.com/watch?v=WdDtNWQ5TTs</a>
Pois	28 setembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=TQUj2v43KU8">https://www.youtube.com/watch?v=TQUj2v43KU8</a>
Pergunta para milhão	29 setembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=v5fdr0IyyNM">https://www.youtube.com/watch?v=v5fdr0IyyNM</a>
Xeque Mate	30 setembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=IbzwZxzKj6w">https://www.youtube.com/watch?v=IbzwZxzKj6w</a>
Lourenço Muito Querido Ortigão	4 outubro	<a href="https://youtube.com/watch?v=GIQo4kUg3Z8">https://youtube.com/watch?v=GIQo4kUg3Z8</a>
Globos de Ouro 2022	6 outubro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=nrBVT93R65U">https://www.youtube.com/watch?v=nrBVT93R65U</a>
Ivo de Casais Novos	7 outubro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=hDzOkOeenw4">https://www.youtube.com/watch?v=hDzOkOeenw4</a>
Sérgio, fã de Bolsonaro	10 outubro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=-Iiy2OM8IN8">https://www.youtube.com/watch?v=-Iiy2OM8IN8</a>
O Rapto de Isabel	11 outubro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=dIBmI73CnFs">https://www.youtube.com/watch?v=dIBmI73CnFs</a>
Os mails da Isabel	12 outubro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=arQpqzLxhGU">https://www.youtube.com/watch?v=arQpqzLxhGU</a>
Rita Pereira conquistou o Mundo	13 outubro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=0gOsbv4U7xc">https://www.youtube.com/watch?v=0gOsbv4U7xc</a>
Sandra Felgueiras é Jornalista, é a maior	14 outubro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=X53EGHb9m1M">https://www.youtube.com/watch?v=X53EGHb9m1M</a>
A biblioteca de Fábio Teles	17 outubro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=w02quU9DTVc">https://www.youtube.com/watch?v=w02quU9DTVc</a>
Fábio Teles e as Mulheres	18 outubro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=OnJDbsSN9I4">https://www.youtube.com/watch?v=OnJDbsSN9I4</a>
As T-shirts do Gustavo	19 outubro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=y15649ojWsg">https://www.youtube.com/watch?v=y15649ojWsg</a>
Gustavo e os Testes Falsos	21 outubro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=wUxXbT5VbwA">https://www.youtube.com/watch?v=wUxXbT5VbwA</a>
A Mental Coach do Éder	24 outubro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=niRkNOJHf40">https://www.youtube.com/watch?v=niRkNOJHf40</a>
Susana Torres e os Pobres	26 outubro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=XGyap8l4jeY">https://www.youtube.com/watch?v=XGyap8l4jeY</a>
Vamo que Vamo	27 outubro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=4N4IJnV4CJ0">https://www.youtube.com/watch?v=4N4IJnV4CJ0</a>
A Mecha do Mickael	28 outubro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=H7qczUDsKY">https://www.youtube.com/watch?v=H7qczUDsKY</a>
Luís Forinho e os Tapetes Persas	31 outubro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=TEwWywMsKds">https://www.youtube.com/watch?v=TEwWywMsKds</a>
Pomada Luís Forinho	2 novembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=xILsBI_KcDU">https://www.youtube.com/watch?v=xILsBI_KcDU</a>

O Guna Espiritual	03 novembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=NCzQrMcgw8E">https://www.youtube.com/watch?v=NCzQrMcgw8E</a>
Alexandre Santos e o Universo	4 novembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Jc0x8W-Jt5w">https://www.youtube.com/watch?v=Jc0x8W-Jt5w</a>
To Be Cristina Or Not To Be	7 novembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=sTxs_SCMAHI">https://www.youtube.com/watch?v=sTxs_SCMAHI</a>
Cristina Talks na FIL	8 novembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=I4HqCaZ12x4">https://www.youtube.com/watch?v=I4HqCaZ12x4</a>
José Castelo Branco Vem Vestido Por	9 novembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=r10NQDNpt8A">https://www.youtube.com/watch?v=r10NQDNpt8A</a>
O Segredo da vida, por Quimbé	10 novembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Q0ASy43jmvI">https://www.youtube.com/watch?v=Q0ASy43jmvI</a>
David GYT é um Homem Novo	11 novembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=HmjMop9bORg">https://www.youtube.com/watch?v=HmjMop9bORg</a>
Adelaidinha Ferreira	14 novembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=D6KM11FTLjY">https://www.youtube.com/watch?v=D6KM11FTLjY</a>
O Ativista Ideal	15 novembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=1KIS4xSNpUA">https://www.youtube.com/watch?v=1KIS4xSNpUA</a>
Elma Lacónica Aveiro	16 novembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=frhMU7WRa4c">https://www.youtube.com/watch?v=frhMU7WRa4c</a>
Prós e Contras Ronaldo	17 novembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Ay1A64K0GEE">https://www.youtube.com/watch?v=Ay1A64K0GEE</a>
Appetite Fruit	18 novembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=XilLg-kQr-8">https://www.youtube.com/watch?v=XilLg-kQr-8</a>
A Fada dos Bebés	21 novembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=ztz_M2zPhYI">https://www.youtube.com/watch?v=ztz_M2zPhYI</a>
O maior fã de Pedro Crispim	22 novembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=LKDGcozJXTA">https://www.youtube.com/watch?v=LKDGcozJXTA</a>
Marta Gautier é Muita Fruta	23 novembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=pnraBCyjeqo">https://www.youtube.com/watch?v=pnraBCyjeqo</a>
Retiro " o que disse"	24 novembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=kAHeiLj4kjw">https://www.youtube.com/watch?v=kAHeiLj4kjw</a>
Futebol Espetáculo é na TVI	25 novembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=sCbRIIH_pxU">https://www.youtube.com/watch?v=sCbRIIH_pxU</a>

Nuno Luz em direto do Qatar	28 novembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=4Ds2r0pFrHI">https://www.youtube.com/watch?v=4Ds2r0pFrHI</a>
Nuno luz Loves the Peoples	29 novembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=r3zsgaICypU">https://www.youtube.com/watch?v=r3zsgaICypU</a>
Mulheres à beira de um ataque de nervos no Qatar	30 novembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Ob1zdyAhDto">https://www.youtube.com/watch?v=Ob1zdyAhDto</a>
O currículo de Pedro Soá	02 dezembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=GOqo0f57Xfk">https://www.youtube.com/watch?v=GOqo0f57Xfk</a>
A Verdade de António Pedro Cerdeira	5 dezembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=x0CiyN9RYek">https://www.youtube.com/watch?v=x0CiyN9RYek</a>
Era uma vez um Copo de Poncha	6 dezembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=pynd_FmDthk&amp;t=9s">https://www.youtube.com/watch?v=pynd_FmDthk&amp;t=9s</a>
A irmã de Leandro	7 dezembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=y09RV15ntoQ">https://www.youtube.com/watch?v=y09RV15ntoQ</a>
César Aveiro dos Santos Mourão	9 dezembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=FYGikuBoA0c">https://www.youtube.com/watch?v=FYGikuBoA0c</a>
Georgina atira-se a Santos	12 dezembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=z-x2TznXRH0">https://www.youtube.com/watch?v=z-x2TznXRH0</a>
Ana Pronto Moura	14 dezembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=bQtpTss8RLg">https://www.youtube.com/watch?v=bQtpTss8RLg</a>
O sargento da Siria	15 dezembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=jiFn5w4pHtA">https://www.youtube.com/watch?v=jiFn5w4pHtA</a>
The Sergeant From Syria, Season 2	16 novembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=T4ybQyMrtjI">https://www.youtube.com/watch?v=T4ybQyMrtjI</a>
Figuras (Tristes) do ano #1 Soy Georgina	19 dezembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=RbFfvPZpBEw">https://www.youtube.com/watch?v=RbFfvPZpBEw</a>
Figuras (Tristes) do ano #2 Fanático pela Ovelha Choné	20 dezembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=0ExWuh8ncK4">https://www.youtube.com/watch?v=0ExWuh8ncK4</a>
Figuras (Tristes) do ano #3 Maria do Céu Santo e o Chouriço Proibido	21 dezembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=vDct26Iggys">https://www.youtube.com/watch?v=vDct26Iggys</a>
Figuras (Tristes) do ano #4 A Festa do Jingle Lee	22 dezembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=AROQOYDjzB4">https://www.youtube.com/watch?v=AROQOYDjzB4</a>

Figuras (Tristes) do ano #5 Prémio Revelação - A Filha do Júlio Isidro	23 dezembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=hcjlv84geOc">https://www.youtube.com/watch?v=hcjlv84geOc</a>
Figuras (Tristes) do ano #6 Maria Vieira ama Putin	26 dezembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=TlC0pfVdBJo">https://www.youtube.com/watch?v=TlC0pfVdBJo</a>
Figuras (Tristes) do ano #7 Marco Paulo é Bebé	27 dezembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=TlC0pfVdBJo">https://www.youtube.com/watch?v=TlC0pfVdBJo</a>
Figuras (Tristes) do ano #8 Incendio no Colombo	28 dezembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=TwpMn28HdlM">https://www.youtube.com/watch?v=TwpMn28HdlM</a>
Figuras (Tristes) do ano #9 To Be Cristina or Not to Be?	29 dezembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=N9dEzQYB_Kg">https://www.youtube.com/watch?v=N9dEzQYB_Kg</a>
Figuras (Tristes) do ano #10 Fábio Teles e as Mulheres	30 dezembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=RswavVE8LYM">https://www.youtube.com/watch?v=RswavVE8LYM</a>

## Anexo B: Episódios *Extremamente Desagradável* sobre celebridades

<b>Nome</b>	<b>Mês</b>	<b>Tema</b>	<b>Link para Episódio</b>
O Shampoo de Leandro	Fevereiro	Relação entre Leandro e a sua Ex-Mulher	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=IbVuMy2S4KI">https://www.youtube.com/watch?v=IbVuMy2S4KI</a>
Rita Matias, A Antifeminista	Fevereiro	Declarações de Rita Matias à CNN, sobre Feminismo	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=fpsj4eVsZIs">https://www.youtube.com/watch?v=fpsj4eVsZIs</a>
Marco Paulo é bebé	Fevereiro	Aniversário de Marco Paulo	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=YWbzYznt1C4">https://www.youtube.com/watch?v=YWbzYznt1C4</a>
Helena Laureano no Elevador	Fevereiro	Nova comentadora do Passadeira Vermelha é Helena Laureano	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=gTWkEEg139A">https://www.youtube.com/watch?v=gTWkEEg139A</a>
Os Rebeldes do Mac	Fevereiro	Joana Amaral Dias e o Certificado Digital Covid	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=7fKuMyM2KYU">https://www.youtube.com/watch?v=7fKuMyM2KYU</a>
Dia dos Namorados a Evitar	Fevereiro	Declarações Amorasas de Bruno de Carvalho no Big Brother	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=LUEjJEEvFxxw">https://www.youtube.com/watch?v=LUEjJEEvFxxw</a>
Tufos de Pelo	Fevereiro	Programa da Sic convida pessoa com fobia de pelos de Animais.	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=o1FuIREraYA">https://www.youtube.com/watch?v=o1FuIREraYA</a>

Comunidade Cultura e Tarte	Fevereiro	Entrevista do fundador da Comunidade Cultura e Arte	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=obXePFnU5QA">https://www.youtube.com/watch?v=obXePFnU5QA</a>
A Família TVI	Fevereiro	Gala de Aniversário dos 29 Anos da TVI	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=rdt_Jjgpii8">https://www.youtube.com/watch?v=rdt_Jjgpii8</a>
Soy Paula Brito	Fevereiro	Documentário Soy Georgina	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=_yND8D0zGrE">https://www.youtube.com/watch?v=_yND8D0zGrE</a>
Negacionistas da Guerra	Fevereiro	Declarações Antigo Juiz Rui Fonseca e Castro sobre o Certificado Covid	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=1Ez8X7dUPI0">https://www.youtube.com/watch?v=1Ez8X7dUPI0</a>
Latina Girl & Tio Careca	Março	Declarações de Nuno Graciano no Big Brother	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=-TQUu3ENTd8">https://www.youtube.com/watch?v=-TQUu3ENTd8</a>
O Confinamento do Unas	Março	Declarações de Rui Unas no seu direto do instagram	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=1gOW-BiCYso">https://www.youtube.com/watch?v=1gOW-BiCYso</a>
O Resgate do Soldado Penim	Março	Entrevista a Francisco Penim	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=7fE90LwvqGc">https://www.youtube.com/watch?v=7fE90LwvqGc</a>
José Cid processa CNN	Março	Joana Marques fala de um escândalo que teve lugar na CNN Portugal.	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=DOPBJgW1Z-A">https://www.youtube.com/watch?v=DOPBJgW1Z-A</a>
Tiago Paiva é Genial	Março	O egocentrismo de Tiago Paiva	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=ICRbmrTKkJs">https://www.youtube.com/watch?v=ICRbmrTKkJs</a>
O futuro do influencing	Março	Análise à reportagem sobre Influencers	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=RuQi1Aft5Tc">https://www.youtube.com/watch?v=RuQi1Aft5Tc</a>

Quem quer casar com Bruno de Carvalho	Março	Pedido de Casamento de Bruno Cavalho a Liliana	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=9BqqJVY2x6o">https://www.youtube.com/watch?v=9BqqJVY2x6o</a>
A Agenteterapeuta de Sara Aleixo	Março	Acessora de Concorrente de Reality Show analisa a prestação da sua agenciada	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=U1n_dBSWnOA">https://www.youtube.com/watch?v=U1n_dBSWnOA</a>
Este ou Aquele?	Março	Análise ao programa "Este ou Aquele" na rádio Cidade FM	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=6leDutXEhQE">https://www.youtube.com/watch?v=6leDutXEhQE</a>
Dia do Pai de Bárbara Norton de Matos	Março	Entrevista de Bárbara Norton de Matos ao seu Pai	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=PUqm_amduGE">https://www.youtube.com/watch?v=PUqm_amduGE</a>
O Departamento da Namorada	Abril	Crónico de "o Arrumadinho" sobre o Estalo de Will Smith	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=nqQ7YwNocRk">https://www.youtube.com/watch?v=nqQ7YwNocRk</a>
Gustavo fez um Amigo	Abril	Presença de Gustavo Santos no Podcast de Abdel Camara	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=cT15JxZqkdo">https://www.youtube.com/watch?v=cT15JxZqkdo</a>
Relato do parte de Sandra Silva	Abril	Relato do Parto de Sandra Silva	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=2ZOgXqpJAdI">https://www.youtube.com/watch?v=2ZOgXqpJAdI</a>
Sopinha de letras Kármica	Abril	Entrevista de Alexandra Solnado e a sua opinião sobre a auto-cura	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=FnjSJFQ6-cc">https://www.youtube.com/watch?v=FnjSJFQ6-cc</a>
O Tio Careca está diferente	Abril	Entrevista a Nuno Graciano e	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=QXfEWelS3Xk">https://www.youtube.com/watch?v=QXfEWelS3Xk</a>

		a sua prestação no Big Brother.	
Elogio a Carlos Costa	Abril	Entrevista de Carlos Costa a Manuel Luís Goucha	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=UQBw2q9cZjY">https://www.youtube.com/watch?v=UQBw2q9cZjY</a>
Alberta e Einstein	Abril	Entrevista de Alberta Marques Fernandes a Rui Sinel de Cordes	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Hntjn9I8o9s">https://www.youtube.com/watch?v=Hntjn9I8o9s</a>
Sebastião, o Grande	Abril	Entrevista de Manuel Luis Goucha a Sebastião Bugalho	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=S0hPhn2d98I">https://www.youtube.com/watch?v=S0hPhn2d98I</a>
O meu parto foi Top	Abril	Podcast "Oh Mãe" de Mafalda Rodiles sobre ser mãe	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=GuSIUbN_aDA">https://www.youtube.com/watch?v=GuSIUbN_aDA</a>
Léo Caeiro vs Duarte Siopa	Abril	Análise a vários Programas da CMTV "Manhãs CM"	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=4Du6BRYc_8I">https://www.youtube.com/watch?v=4Du6BRYc_8I</a>
Querida, mudei a Fralda	Maio	Análise o podcast "Querida Mudeia a Fralda" sobre Paternidade.	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=uKGHDymJNCM">https://www.youtube.com/watch?v=uKGHDymJNCM</a>
Eu já devia saber	Maio	Livro de Bárbara Corby	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=UiClOtG4HKQ">https://www.youtube.com/watch?v=UiClOtG4HKQ</a>
Betclíc Mano a Mano	Maio	Análise aos programas "Betclíc Mano a Mano"	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=D3UHybms7Rk">https://www.youtube.com/watch?v=D3UHybms7Rk</a>

O Guloseima do Artista	Maio	Entrevista de Cristina Ferreira a Kasha	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=1dFCQ_RNv34">https://www.youtube.com/watch?v=1dFCQ_RNv34</a>
Futebol de Verdade	Maio	Podcast "Futebol de Verdade"	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=BBkHpCqYCPM">https://www.youtube.com/watch?v=BBkHpCqYCPM</a>
Rúben Semedo é Alerta CM	Maio	Polémica de Rúben Semedo	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=snMWIaOYSlo">https://www.youtube.com/watch?v=snMWIaOYSlo</a>
Filomena Façam Barulho Cautela	Maio	Filomena Cautela nos Prémios Play	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=dWm79a3s_Bs">https://www.youtube.com/watch?v=dWm79a3s_Bs</a>
Judite, Pioneira da Globalização	Maio	Entrevista a Judite de Sousa por Manuel Luis Goucha	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=gSy8xbKqQBs">https://www.youtube.com/watch?v=gSy8xbKqQBs</a>
Quem quer ser Mulher-a-Dias?	Maio	Desabafo de Débora Monteiro sobre a necessidade de uma empregada da limpeza	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=07HCRIjbYpg">https://www.youtube.com/watch?v=07HCRIjbYpg</a>
José CID não fez Favas com Chouriço	Maio	Egocentrismos de José Cid em Entrevista	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=9hN8vKDFnro">https://www.youtube.com/watch?v=9hN8vKDFnro</a>
BB Cream, disse ela	Junho	Análise ao Pós Parto Cate Gouveia	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Ugo8m6nP4SA">https://www.youtube.com/watch?v=Ugo8m6nP4SA</a>
Strada & Elma LDA	Junho	Podcast de Hugo Strada a Elma Aveiro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=SmeNZqicaBY">https://www.youtube.com/watch?v=SmeNZqicaBY</a>
Muesli de Beterraba	Junho	Análise ao Fundador da Prozis - Miguel Milhão	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=H6Zb84QF3_w">https://www.youtube.com/watch?v=H6Zb84QF3_w</a>

Parabéns, Vanessa!	Junho	Festa de Aniversário de Vanessa Martins	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=-gFcLOQdSpQ">https://www.youtube.com/watch?v=-gFcLOQdSpQ</a>
O Pós-Parto de Cate Gouveia	Junho	Fotografia de Pós Parto de Cate Gouveia	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=5BIPZ0BQdws">https://www.youtube.com/watch?v=5BIPZ0BQdws</a>
Curva da Vida	Junho	Cristina Ferreira e a sua vida depois do Big Brother	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=EFpSftM0Ths">https://www.youtube.com/watch?v=EFpSftM0Ths</a>
Uma colonoscopia para Maria Vieira	Junho	Podcast de Sérgio Tavares com Maria Vieira	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=ifkNmvUsJoM">https://www.youtube.com/watch?v=ifkNmvUsJoM</a>
Maria Vieira ama Putin	Junho	Maria Vieira e a sua posição sobre a Ucrânia	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=JuQW7RwvWd4">https://www.youtube.com/watch?v=JuQW7RwvWd4</a>
Mafalda Rodeiles salva o SNS	Junho	Podcast de Gustavo Santos e Mafalda Rodiles	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=14rz5lzMfLI">https://www.youtube.com/watch?v=14rz5lzMfLI</a>
Leituras de Liliana Aguiar	Junho	Declarações polémicas e retrógradas de Liliana Aguiar	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=y6Ki-iX4feY">https://www.youtube.com/watch?v=y6Ki-iX4feY</a>
Amo-te bué	Setembro	Casamento de Bruno Carvalho e Liliana	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=JvUldnGmy4">https://www.youtube.com/watch?v=JvUldnGmy4</a>
Festa de Verão	Setembro	Festa de Verão da TVI	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=xAYDYCyXSOU">https://www.youtube.com/watch?v=xAYDYCyXSOU</a>
Jingle Lee, o dono disto tudo	Setembro	Festa de Verão da TVI	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=YMkU3fefdXc">https://www.youtube.com/watch?v=YMkU3fefdXc</a>
Sancha vai ao Chiado	Setembro	Novas Lojas no Chiado	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=CuY09nWy4Dw">https://www.youtube.com/watch?v=CuY09nWy4Dw</a>

Despedida de solteira de Joana Amaral Dias	Setembro	Despedida de Joana Amaral Dias	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=GYl8K1iWqtg">https://www.youtube.com/watch?v=GYl8K1iWqtg</a>
O monge que vendeu o seu porsche	Setembro	Gustavo Santos e as suas lições	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=nSnwQYzTwuc">https://www.youtube.com/watch?v=nSnwQYzTwuc</a>
Pergunta para o Milhão	Setembro	Entrevista de Rui Neves a Miguel Milhão	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=v5fdr0IyyNM">https://www.youtube.com/watch?v=v5fdr0IyyNM</a>
Xeque Mate	Setembro	Declarações de Miguel Milhão sobre Prozis.	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=IbzwZxzKj6w">https://www.youtube.com/watch?v=IbzwZxzKj6w</a>
Sérgio, fã de Bolsonaro	Outubro	Reportagem de Sérgio Tavares no Brasil sobre Bolsonaro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=-liy2OM8IN8">https://www.youtube.com/watch?v=-liy2OM8IN8</a>
Rita Pereira conquistou o Mundo	Outubro	Entrevista a Rita Pereira por Cláudio Ramos e Maria Botelho Moniz	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=0gOsbv4U7xc">https://www.youtube.com/watch?v=0gOsbv4U7xc</a>
Sandra Felgueiras é Jornalista, é a maior	Outubro	O Ego Robusto de Sandra Felgueiras.	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=X53EGHb9m1M">https://www.youtube.com/watch?v=X53EGHb9m1M</a>
A Biblioteca de Fábio Teles	Outubro	Conselhos do <i>influencer</i> Fábio Teles	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=w02quU9DTVc">https://www.youtube.com/watch?v=w02quU9DTVc</a>
Fábio Teles e as Mulheres	Outubro	Vídeo de Fábio Teles sobre encontros	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=OnJDbsSN9l4">https://www.youtube.com/watch?v=OnJDbsSN9l4</a>
O Guna Espiritual	Outubro	Desabafos de Alexandre Santos	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=NCzQrMcgw8E">https://www.youtube.com/watch?v=NCzQrMcgw8E</a>

Luís Forinho e os Tapetes Persas	Outubro	Declarações de Luís Forinho	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=TEwWywMsKds">https://www.youtube.com/watch?v=TEwWywMsKds</a>
A Mental Coach do Éder	Outubro	Conselhos de Susana Torres	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=niRkNOJHf40">https://www.youtube.com/watch?v=niRkNOJHf40</a>
Pomada Luís Forinho	Outubro	Declarações Homofóbicas de Luís Forinho	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=xILsBI_KcDU">https://www.youtube.com/watch?v=xILsBI_KcDU</a>
Alexandre Santos e o Universo	Novembro	Comentários de Alexandre Santos sobre a vida	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Jc0x8W-Jt5w">https://www.youtube.com/watch?v=Jc0x8W-Jt5w</a>
To Be Cristina or Not to Be	Novembro	Presença de Cristina Ferreira na Websummit	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=sTxs_SCMAHI">https://www.youtube.com/watch?v=sTxs_SCMAHI</a>
Cristina Talks na FIL	Novembro	Presença de Cristina Ferreira na Websummit	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=I4HqCaZ12x4">https://www.youtube.com/watch?v=I4HqCaZ12x4</a>
José Castelo Branco Vem Vestido Por	Novembro	As Roupas de José Castelo Branco	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=r10NQDNpt8A">https://www.youtube.com/watch?v=r10NQDNpt8A</a>
David GYT é um Homem Novo	Novembro	O regresso do Youtuber David GYT	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=HmjMop9bORg">https://www.youtube.com/watch?v=HmjMop9bORg</a>
O Maior Fã de Pedro Crispim	Novembro	O ego de Pedro Crispim	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=LKDGcozJXTA">https://www.youtube.com/watch?v=LKDGcozJXTA</a>
Retiro "O que disse"	Novembro	Os retiros espirituais de Marta Gautier.	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=kAHeiLj4kjjw">https://www.youtube.com/watch?v=kAHeiLj4kjjw</a>
Marta Gautier é muita fruta	Novembro	Episódio de Podcast de Marta Gautier	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=pnraBCyjeqo">https://www.youtube.com/watch?v=pnraBCyjeqo</a>
Futebol Espectáculo é na TVI	Novembro	Os relatos de Paulo Frute	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=sCbRIIH_pxU">https://www.youtube.com/watch?v=sCbRIIH_pxU</a>

Nuno Luz loves the Peoples	Novembro	Nuno Luz e os adeptos no Qatar	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=r3zsgaICypU">https://www.youtube.com/watch?v=r3zsgaICypU</a>
O currículo de Pedro Soá	Dezembro	Entrevista a Pedro Soá a Manuel Luís Goucha	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=GOqo0f57Xfk">https://www.youtube.com/watch?v=GOqo0f57Xfk</a>
A verdade de António Pedro Cerdeira	Dezembro	Entrevista a António Pedro Cerdeira	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=x0CiyN9RYek">https://www.youtube.com/watch?v=x0CiyN9RYek</a>
Era uma vez um copo de poncha	Dezembro	Joana Marques retoma a atribulada história de António Pedro Cerdeira e a sua ex-mulher.	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=pynd_FmDthk">https://www.youtube.com/watch?v=pynd_FmDthk</a>
A irmã do Leandro	Dezembro	Conversa entre Leandro (Concorrente <i>Big Brother</i> ) e a sua Irmã	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=y09RV15ntoQ">https://www.youtube.com/watch?v=y09RV15ntoQ</a>
César Aveiro dos Santos Morão	Dezembro	Conferência de Imprensa sobre Cristiano Ronaldo a Otávio Machado	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=FYGikuBoA0c">https://www.youtube.com/watch?v=FYGikuBoA0c</a>
Georgina atira-se a Santos	Dezembro	Comentários de vários Comentadores sobre Cristiano Ronaldo	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=z-x2TznXRH0">https://www.youtube.com/watch?v=z-x2TznXRH0</a>
Ana Pronto Moura	Dezembro	O problema de Ana Moura	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=bQtptSs8RLg">https://www.youtube.com/watch?v=bQtptSs8RLg</a>
O Sargento da Síria	Dezembro	Burlas no Instagram	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=jiFn5w4pHtA">https://www.youtube.com/watch?v=jiFn5w4pHtA</a>

The Sergeant T from Syria, Season 2	Dezembro	Burlas no Instagram	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=T4ybQyMrtjI">https://www.youtube.com/watch?v=T4ybQyMrtjI</a>
---	----------	------------------------	---

## Anexo C: Episódios sobre celebridades analisados

Nº	Nome do Episódio	Data	Link do Episódio
1	Comunidade Cultura e Tarte	17 fevereiro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=obXePFnU5QA">https://www.youtube.com/watch?v=obXePFnU5QA</a>
2	Tiago Paiva é Genial	18 março	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=ICRbmrTKkJs">https://www.youtube.com/watch?v=ICRbmrTKkJs</a>
3	O confinamento de Rui Unas	8 março	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=1gOW-BiCYso">https://www.youtube.com/watch?v=1gOW-BiCYso</a>
4	O meu parto foi Top	29 abril	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=GuSIUbN_aDA">https://www.youtube.com/watch?v=GuSIUbN_aDA</a>
5	Sopinha de letras Kármica	19 abril	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=FnjSJFQ6-cc">https://www.youtube.com/watch?v=FnjSJFQ6-cc</a>
6	José Cid Não Fez Favas com Chouriço	30 maio	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=9hN8vKdfNro">https://www.youtube.com/watch?v=9hN8vKdfNro</a>
7	Eu já devia saber	6 maio	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Uic1OtG4HKQ">https://www.youtube.com/watch?v=Uic1OtG4HKQ</a>
8	O Pós-Parto de Cate Gouveia	6 junho	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=5BIPZ0BQdws">https://www.youtube.com/watch?v=5BIPZ0BQdws</a>
9	Uma Colonoscopia para Maria Vieira	20 junho	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=ifkNmvUsJoM">https://www.youtube.com/watch?v=ifkNmvUsJoM</a>
10	O monge que vendeu o seu Porsche	22 setembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=nSnwQYZTwuc">https://www.youtube.com/watch?v=nSnwQYZTwuc</a>
11	Pergunta para Milhão	29 setembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=v5fdr0IyyNM">https://www.youtube.com/watch?v=v5fdr0IyyNM</a>
12	O Guna Espiritual	3 novembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=NCzQrMcgw8E">https://www.youtube.com/watch?v=NCzQrMcgw8E</a>
13	David GYT é um homem novo	11 novembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=HmjMop9bORg">https://www.youtube.com/watch?v=HmjMop9bORg</a>
14	Nuno Luz, Loves the People	29 novembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=r3zsgaICypU">https://www.youtube.com/watch?v=r3zsgaICypU</a>
15	Ana Pronto Moura	14 dezembro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=bQtptSs8RLg">https://www.youtube.com/watch?v=bQtptSs8RLg</a>