INSTITUTO SUPERIOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS E POLÍTICAS – UNIVERSIDADE DE LISBOA
LICENCIATURA EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
ANO LECTIVO 2014/2015

PLANO DE CAMPANHA DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA

DISCENTES: ANA GONÇALVES, N.º 214530
ANA PENA, N.º 214546
MARINA COSTA, N.º 215125
MÓNICA FELICIDADE, N.º 215116
PATRÍCIA MENDES, N.º 214529
SOFIA COELHO, N.º 215119
VERA FORTUNA, N.º 214519

UNIDADE CURRICULAR: COMUNICAÇÃO INTEGRADA
DOCENTE: SÓNIA PEDRO SEBASTIÃO

LISBOA, 27 DE MAIO DE 2015

ÍNDICE

INTRODUÇÃO **3**

1. BRIEFING **4**

1.1. A Revista à Portuguesa 4

1.2. Análise SWOT 6

1.3. #GeraçãoRevista 10

1.3.1. Identidade Visual 11

2. CAMPANHA DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA **11**

2.1. *Copy Strategy* 12

2.2. *Storyboard* 14

2.3. Tácticas 17

2.3.1. Acção de Guerrilha 17

2.3.2. Cartaz 17

2.3.3. Marcadores 18

2.3.4. Passatempo *on-line* 19

2.3.6. *Social Media* 20

2.3.7. *Spot* Publicitário 20

2.4. Limitações financeiras e temporais 21

3. AVALIAÇÃO DA CAMPANHA **21**

CONSIDERAÇÕES FINAIS **21**

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS **23**

APÊNDICES **24**

ANEXOS **57**

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 – Análise SWOT 10

FIGURA 2 – Cartaz 17

FIGURA 3 – Marcador (Frente e Verso) 18

INTRODUÇÃO

A Comunicação Integrada é um conceito que está associado frequentemente à área da comunicação organizacional e tem como objectivo a cooperação e a integração entre as diversas áreas, ferramentas e necessidades comunicacionais de uma organização. Pressupõe um planeamento estratégico das técnicas a utilizar, requer um conhecimento alargado das necessidades de comunicação da empresa e cujo resultado final permite não só a construção, mas também a melhoria e consolidação da sua imagem interna e externa (Trevisan, 2003, p. 48).

Sobre a Cultura e Língua Portuguesa no Mundo, irá ser realizada uma campanha de Comunicação Integrada para a Revista à Portuguesa e que se destina aos jovens. A escolha deste género teatral está relacionada com o facto de ser um género teatral tipicamente português, que apresenta números musicais, de comédia, críticas sociais e políticas, mas que, apesar da sua popularidade a nível nacional, é pouco conhecida entre os jovens e considerada por muitos uma arte menor, antiquada e brejeira. Com o objectivo de alterar a situação descrita e romper com o preconceito veiculado pela opinião pública, irão ser realizadas algumas iniciativas com o intuito de dar a conhecer o género teatral em estudo aos jovens que não o conhecem e incentivá-los a ir à Revista à Portuguesa.

A estrutura do presente relatório organiza-se em três principais capítulos, nomeadamente o briefing, a campanha de Comunicação Integrada e a sua avaliação. No briefing é possível encontrar-se uma contextualização teórica sobre a Revista à Portuguesa, o seu diagnóstico com recurso à análise SWOT, a apresentação do conceito criativo da campanha e a descrição da sua identidade visual. No capítulo referente à campanha de Comunicação Integrada são apresentados os principais documentos que lhe deram origem – o *copy strategy* e o *storyboard* –, as tácticas utilizadas e as limitações financeiras e temporais que se registaram na sua concepção e execução. Por último, é sugerida uma possível avaliação da campanha.

1. BRIEFING

1.1. A Revista à Portuguesa

O teatro de revista é uma modalidade de teatro musical, que remonta à tradição dos teatros de feira [1] e à *commedia dell'arte*[2], dos quais herda a dimensão burlesca e de entretenimento. Afasta-se do teatro com base literária em que a encenação parte de um texto dramático que nela ocupa um lugar central. Os seus principais objectivos prendem-se com a revisão dos principais acontecimentos sociais, económicos, políticos e culturais do país, evocando as figuras centrais desses quadrantes, que devem ser representados de um modo o mais fidedigno possível, uma vez que o sucesso do espectáculo depende da sua identificação pelo público. O espectáculo de revista é composto por uma sequência de rábulas cuja única ligação é a ideia principal que lhe dá origem (Instituto Camões, 2015).

Em Portugal, o teatro de revista surgiu pela primeira vez no dia 11 de Janeiro de 1851, no Teatro do Ginásio, localizado na actual Rua Nova da Trindade, em Lisboa, com a peça *Lisboa em 1850*, que consistia numa retrospectiva do ano anterior, fazendo referência aos principais acontecimentos e figuras que haviam marcado o panorama nacional nesse período. Na noite de estreia o formato causou alguma estranheza na assistência, mas ao longo da temporada a natureza crítica e o tom cómico do espectáculo atraíram um público alargado e levaram ao aparecimento de vários espectáculos de revista nos anos seguintes, garantindo o sucesso de um género que se tornou incontornável no teatro português. O Ginásio foi demolido em 1952, tendo até à sua demolição apresentado teatro de revista (Instituto Camões, 2015).

Em 1922, junto à Avenida da Liberdade, foi inaugurado aquele que foi já considerado a Broadway de Lisboa ou a Catedral da Revista, o Parque Mayer – recinto de teatros de revista, implantado nos jardins do Palácio Mayer, dotado de restaurantes, esplanadas, casas de fado e outras atracções de carácter lúdico. Outrora um local de boémia, onde tanto acorria o povo folião, como a elite política e intelectual de Lisboa,

[1] O teatro de feira nasceu em Paris com a representação de espectáculos teatrais nas feiras populares.
[2] A *commedia dell'arte* nasceu em Itália com a apresentação em ruas e praças públicas de rábulas improvisadas por companhias itinerantes.

actualmente um espaço degradado e ao abandono, onde só o Teatro Maria Vitória, inaugurado em 1922 com a Revista *Lua Nova*, dos quatro construídos no passado – Teatro Variedades, em 1926, Teatro Capitólio, em 1931 e Teatro ABC, construído ilegalmente em 1956 – continua a apresentar ao público teatro de revista.

A Revista não se cingia, porém, ao Parque Mayer. O Teatro Avenida, o Monumental, o Apolo, o Coliseu e até o Teatro Nacional D. Maria II, apresentavam teatro de revista. Vivia-se a época de ouro da Revista à Portuguesa, com várias sessões diárias, artistas sem descanso semanal, canções trauteadas pela ruas lisboetas e o público a aplaudir a vida parodiada no palco, a crítica aos deputados e políticos, a chacota das modas e das grandes festas citadinas (Ferreira, 2014, p. 48).

O Teatro Maria Vitória, que recebeu o nome de uma importante actriz e fadista da época, viveu até à década de 80 um período áureo, quebrado em 1986, com um violento incêndio que destruiu todo o seu edifício e recheio. Recuperado por Hélder Freire Costa, reabriu em 1990 com a Revista *Vitória Vitória* e manteve-se, durante a primeira década do século XXI, como a única sala que apresentava espectáculo de revista com alguma regularidade, já que o Teatro Politeama só em 2012 exibiu, pela primeira vez, Revista à Portuguesa, com o espectáculo *Grande Revista à Portuguesa*, pela mão de Filipe La Féria, que, no decénio de 90, avançou para a recuperação deste teatro, há muito transformado num cinema pornográfico. Actualmente é o teatro com mais público de Lisboa.

Presentemente, e depois de cerca de dez anos de luta em tribunal entre a Câmara Municipal de Lisboa e a BragaParques pelos terrenos do Parque Mayer, existe um Plano de Pormenor, já aprovado pelas autoridades camarárias e que pretende devolver aos lisboetas este local mítico, criar novos espaços culturais, reabilitar o Capitólio (futuro Teatro Raúl Solnado), reconverter o Teatro Variedades, construir um novo auditório e revitalizar o conjunto patrimonial constituído pelo Jardim Botânico e os Museus da Escola Politécnica (Ferreira, 2014, p. 43).

Esquecida para quem considera o teatro de revista uma arte menor, bem viva no coração de quem vibra e aplaude efusivamente os espectáculos que tentam manter com vida a Revista à Portuguesa, apesar da falta de apoio e subsídios estatais. A sua

sobrevivência advém das receitas de bilheteira e de algumas entidades patrocinadoras. Na Revista à Portuguesa pode fazer-se "drama, alta comédia, farsa, caricaturar figuras, crítica social e política. Pode ainda dançar-se e cantar-se, sendo, por isso, o género teatral mais completo"[3].

No teatro Maria Vitória esteve em palco até 26 de Abril a Revista *Tudo Isto é Fardo,* onde, com ela, são já 120 espectáculos de Revista exibidos desde 1922. No Politeama, até ao dia 10 de Maio foi possível rir com *Portugal à Gargalhada,* a segunda Revista exibida nesta sala também emblemática. Os actores de Revista considerados "primeiras figuras" na actualidade são Marina Mota, Maria João Abreu, José Raposo, Joaquim Monchique, João Baião, Paulo Vasco, Vera Mónica, Fátima Severino e Paula Sá. Segundo Hélder Freire Costa, "a primeira figura é o público que a faz, não somos nós [empresários, produtores, encenadores]".

1.2. Análise SWOT

Forças: uma das principais forças da Revista à Portuguesa é o facto de ser um género tipicamente português, com características específicas e muito ligado à cultura nacional não se encontrando, por isso, em qualquer outra parte do Mundo. O elenco da maioria das peças é constituído por actores muito conhecidos no panorama nacional, como é o caso de Marina Mota, Maria João Abreu, Vera Mónica, Noémia Costa, José Raposo, Paulo Vaz, Carlos Cunha, Joaquim Monchique, João Baião, entre outros. Alguns destes actores, apesar de associados à Revista à Portuguesa, dedicam-se também a outras áreas, nomeadamente à televisão, podendo ser reconhecidos pelos mais jovens. Uma outra força é o facto de existir, no Teatro Politeama, um desconto de cerca de 15% para jovens e estudantes, mediante a apresentação do cartão jovem ou do cartão estudante, o que poderá motivar a adesão dos interessados.

Fraquezas: a inexistência de apoios do Estado à Revista à Portuguesa é uma das suas principais fraquezas, como referiram todos os entrevistados[4]. Esta situação leva a que os elevados custos de realização de uma peça impeçam a sua concretização com maior

[3] De acordo com Marina Mota – Consultar apêndice 4.
[4] Consultar apêndices 2, 3, 4 e 5.

regularidade. Possivelmente, e relacionado com os elevados custos de realização, os preços dos bilhetes tornam-se também uma das fraquezas, tendo em conta o público-alvo a que esta campanha se dirige. A grande parte dos jovens dos 16 aos 25 anos não trabalha e, por isso, não tem um rendimento próprio que possa disponibilizar para estas actividades. Os bilhetes, no Teatro Maria Vitória, situam-se entre os 12 euros e os 90 euros e, no Teatro Politeama, entre os 10 e os 30 euros, sendo que o lugar na sala influencia o valor dos ingressos. Acrescenta-se, ainda, a existência actual de outras actividades, que apresentam valores mais reduzidos e atractivos, acabando os jovens por optar por elas em detrimento de uma ida à Revista.

A comunicação da Revista à Portuguesa, que é realizada nos meios de comunicação social, é também uma das principais fraquezas deste género considerando o público a que esta campanha se dirige, dado que não é realizada nas plataformas de maior adesão por parte dos jovens. Esporadicamente são divulgados anúncios publicitários na televisão, contudo a sua promoção acontece essencialmente nos programas da manhã ou da tarde dos principais canais generalistas – cujo público-alvo não são os jovens. Acrescentam-se os cartazes ou *flyres* promocionais. No que concerne ao meio digital, ambos os teatros apresentam um *site* oficial onde divulgam as peças que têm em cena, e perfis no Facebook. No caso do Teatro Politeama, a página de Facebook funciona através de uma política de "*likes*", possuindo, à data[5], 9.654 "gostos". As publicações são regulares e baseiam-se unicamente na divulgação de fotografias dos espectáculos, que apela aos seus seguidores para que assistam às peças que encontram em cena e, ainda, na partilha das entrevistas que são dadas nos canais de televisão pelos actores ou pelo próprio Filipe La Féria. A página ostenta inúmeros problemas estéticos, uma vez que a imagem de perfil e algumas das imagens partilhadas apresentam pouca qualidade, a informação disponível é a cópia, na íntegra, do que se encontra no *site* e não se verifica interactividade com os seguidores (não respondem a questões colocadas nos comentários nem a mensagens). Actualmente, a promoção na página do Facebook é quase na totalidade à peça *Portugal à Gargalhada*. Relativamente ao Teatro Maria Vitória, existe uma página que também funciona através de "*likes*".

[5] Data de consulta das páginas de Facebook – 15/04/2015

Publica igualmente com regularidade e diversifica um pouco mais o tipo de publicações, comparativamente com o Teatro Politeama, não se baseando apenas na partilha de fotografias dos espectáculos, mas também através de montagens multimédia com o intuito de chamar a atenção para o teatro e para a Revista à Portuguesa em particular. Verifica-se uma interacção com os seguidores, nomeadamente através da resposta a perguntas e comentários. Em épocas como o Natal, Páscoa, Dia Mundial do Teatro, há sempre uma publicação específica para o efeito, apesar de, por vezes, a qualidade ser reduzida. Esta página tem 4.239 "gostos" e, actualmente, a maioria das publicações pretende promover o espectáculo em cena *Tudo isto é Fardo*.

Também pode ser apontada como uma fraqueza a falta de actores mais jovens neste género teatral. Efectivamente, hoje encontramos nomes na Revista à Portuguesa como a Vanessa Silva, Rui Andrade, Erika Mota ou Flávio Gil. No entanto, o grosso dos actores são mais velhos. Se os jovens actores não apostarem numa carreira na Revista será difícil garantir a sua continuidade futura, daí que seja tão importante dar a conhecê-la aos mais novos, porque quanto mais público a Revista tiver mais cativante será para os actores apostarem neste género.

Oportunidades: a Revista à Portuguesa beneficiaria se fossem organizadas visitas de estudo por parte das escolas secundárias e grupos de jovens de índole religioso, desportivo, teatral, entre outros – dado o público-alvo –, para que fossem assistir aos espectáculos. Os teatros, para além do desconto para jovens e estudantes (apenas o Teatro Politeama) possuem também descontos para grupos, o que se poderia constituir como uma mais-valia para o teatro e para os jovens.

Essa falta de conhecimento está concomitantemente relacionada com a questão da pouca divulgação em plataformas de maior uso por parte dos jovens, daí que se considera ser necessário apostar na promoção da Revista noutros suportes e programas. Os jovens não consomem os programas televisivos da manhã ou da tarde dos canais generalistas e, por isso, a solução passaria por divulgar o género teatral e os seus espectáculos em programas da televisão por cabo, em particular aqueles que estão dirigidos aos jovens, como a SIC Radical (é de destacar que a SIC é patrocinadora do Teatro Politeama). Para além disso, o mais importante seria realizar uma comunicação

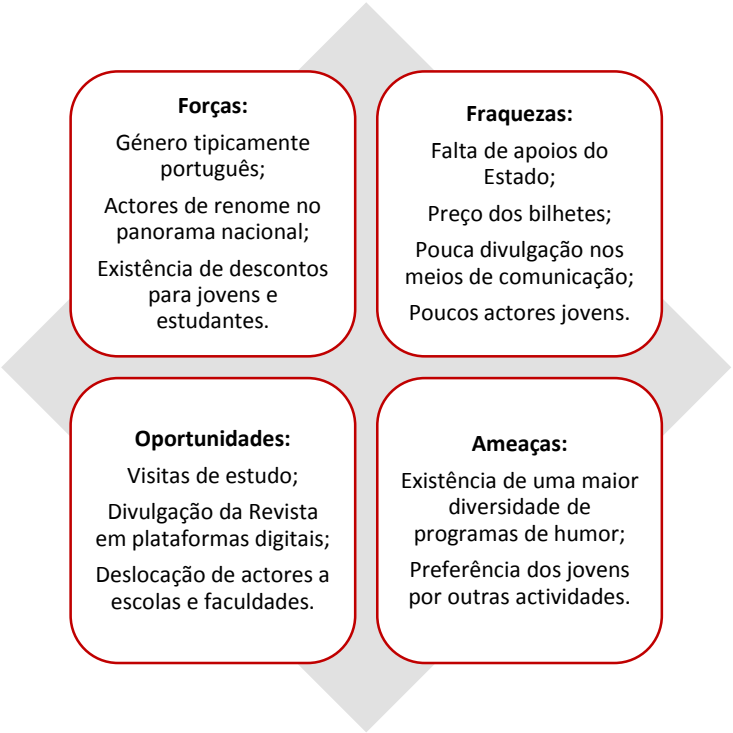
on-line mais eficaz, uma vez que ter um perfil no Facebook não é suficiente. Estas páginas sofrem de várias carências e, por isso, uma maior utilização e gestão da página, bem como uma maior diversidade nos conteúdos divulgados, seria aconselhável. Poderiam também ser criadas *hashtags* como #GeraçãoRevista ou #RiràPortuguesa, para que após o espectáculo os jovens divulgassem fotos ou colocassem *posts* com as *hashtags*, sendo possível posteriormente encontrar tudo o que foi partilhado através deles.

Por último, com o objectivo de dar a conhecer e despertar o interesse dos mais jovens na Revista à Portuguesa, seria benéfico se alguns actores realizassem actividades em escolas e faculdades, onde fizessem uma pequena representação do que são os espectáculos e de como pode ser do seu interesse, colmatando a falta de conhecimento sobre o género, como se verificou no *vox pop* realizado.

Ameaças: a emergência de humoristas em Portugal é cada vez maior, sendo que actualmente são vários os espectáculos de *stand-up comedy* ou outros géneros que se realizam a preços inferiores, ou nulos, ao da Revista à Portuguesa. Para além do preço, estes programas de humor apresentam uma maior popularidade entre este público, sendo que com a crescente aposta dos profissionais nas redes sociais – há até humoristas que surgiram nas redes sociais e que são hoje muito conhecidos no meio e que continuam a apostar no *on-line* –, a tendência tende a ser para a sua adesão e para que a Revista à Portuguesa seja encarada como algo para os mais velhos.

Por último, pode ainda ser apontada como uma das ameaças da Revista à Portuguesa o facto de o *target* desta campanha preferir outras actividades em detrimento desta, como é o caso dos supracitados espetáculos de humor, música, cinema ou discotecas e bares, mais associados aos jovens e que são, tradicionalmente, os seus programas de eleição.

FIGURA 1 – Análise SWOT



Fonte: elaboração própria

1.3. #GeraçãoRevista

No contexto de enaltecimento de um símbolo da cultura portuguesa, o teatro de revista afigurou-se como sendo o género teatral tipicamente português, único no Mundo e, por isso, merecedor de reconhecimento. A #GeraçãoRevista é uma campanha de Comunicação Integrada que pretende, por um lado, enaltecer a Revista à Portuguesa e, por outro, despertar nos jovens o interesse por este género teatral.

O conceito criativo #GeraçãoRevista surgiu do pressuposto de que os jovens não assistem habitualmente a teatro de revista. Por isso, o objectivo da campanha é estimular o interesse deste escalão etário, partindo de alguns elementos que fazem parte do seu quotidiano, nomeadamente as redes socias, onde utilizam a *hashtag* (#) para identificar actividades comuns a outros utilizadores ou locais frequentados. GeraçãoRevista por ser a geração dos jovens a que não frequenta espectáculos de Revista e que se pretende que passe a frequentar.

A #GeraçãoRevista não apresenta concorrentes directos nem indirectos, porque nunca foi concebida uma campanha de comunicação para a Revista à Portuguesa. Já relativamente ao teatro de revista, apresenta como concorrentes directos outros espectáculos de teatro, de comédia, música e cinema e como concorrente indirecto podem apontar-se os locais de diversão nocturna – bares e discotecas. O posicionamento da #GeraçãoRevista é *Unique Selling Proposition*, porque é a única campanha de comunicação que promove a Revista à Portuguesa.

1.3.1. Identidade Visual

A identidade visual da #GeraçãoRevista é constituída pelo logótipo e *slogan*, que surgiram de um *brainstorming* entre os elementos do grupo. A idealização do logótipo nasceu do tradicional símbolo do Teatro – as duas máscaras, que representam os dois principais géneros do teatro grego, a comédia e a tragédia – e da sua adequação às emoções que a Revista à Portuguesa desperta no público. Manteve-se a máscara alegre, sendo que a triste deu lugar a uma outra também alegre. As cores escolhidas para as máscaras foram o amarelo e o branco, uma vez que a elas têm associados os significados de alegria, felicidade, luz e optimismo. Por baixo das máscaras surge uma fita vermelha com o nome da campanha #GeraçãoRevista. O *lettring* escolhido pretende remeter para a jovialidade da campanha. O *slogan* "Rir à Portuguesa" emerge do jogo de palavras entre Revista à Portuguesa e as palavras que melhor descrevem um espectáculo de Revista, como sorrir, riso, gargalhada, alegria.

2. CAMPANHA DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA

A **missão** da #GeraçãoRevista é enaltecer o Teatro de Revista enquanto símbolo da cultura portuguesa e despertar nos jovens o interesse por este género teatral.

Os **objectivos** da campanha de comunicação da #GeraçãoRevista são:

- Dar a conhecer a Revista à Portuguesa aos jovens;
- Divulgar os espectáculos em cena e os respectivos teatros que os apresentam;

- Despertar o interesse dos jovens através de conteúdos que alterem a tradicional concepção de que a Revista é destinada aos mais velhos;
- Conseguir levar os jovens à Revista.

O ***target*** da comunicação da #GeraçãoRevista é constituído pelos jovens entre os 16 e os 25 anos, residentes, estudantes ou trabalhadores em Lisboa.

As **tácticas** a utilizar são:

- Acção de guerrilha;
- Cartaz;
- Marcadores;
- Passatempo *on-line*;
- Plataforma *on-line*;
- *Social Media*;
- *Spot* publicitário.

A **estratégia da campanha** é informativa, de utilidade e de envolvimento. É informativa porque pretende dar a conhecer aos jovens o que é o Teatro de Revista e em que locais podem assistir a espectáculos, de utilidade no âmbito de enriquecimento cultural dos jovens e de envolvimento devido à interacção com o público, através do passatempo *on-line* "Vai à Revista" e da acção de guerrilha.

2.1. *Copy Strategy*

1. Facto principal (CLAIM)

A #GeraçãoRevista é o conceito criativo de uma campanha de Comunicação Integrada que pretende, por um lado, enaltecer a Revista à Portuguesa e, por outro, despertar nos jovens o interesse por este género teatral. O conceito criativo #GeraçãoRevista surgiu do pressuposto de que os jovens não têm por hábito assistir a Teatro de Revista, por isso o objectivo de estimular o interesse neste escalão etário, partindo da existência de alguns elementos que fazem parte do seu quotidiano, nomeadamente as redes socias, onde utilizam a *hashtag* (#) para identificar actividades comuns a outros utilizadores ou locais frequentados.

2. Objectivos de comunicação

- Dar a conhecer a Revista à Portuguesa aos jovens;
- Divulgar os espectáculos em cena e os respectivos teatros que os apresentam;
- Despertar o interesse dos jovens para o Teatro de Revista através de conteúdos que alterem a tradicional concepção de que a Revista é destinada aos mais velhos;
- Conseguir levar os jovens à Revista.

3. Alvo da campanha

O público-alvo da comunicação da #GeraçãoRevista é constituído por jovens entre os 16 e os 25 anos, residentes, estudantes ou trabalhadores em Lisboa.

4. Promessa

A presente campanha promete proporcionar aos jovens uma noite diferente, mas igualmente divertida. Propõe a troca das opções tradicionais (bares e discotecas) por uma ida à Revista à Portuguesa.

5. Prova

São dadas ao público-alvo, pistas e dicas, quer no *spot* publicitário, quer na acção de guerrilha, que remetem para a promessa de uma noite diferente do habitual.

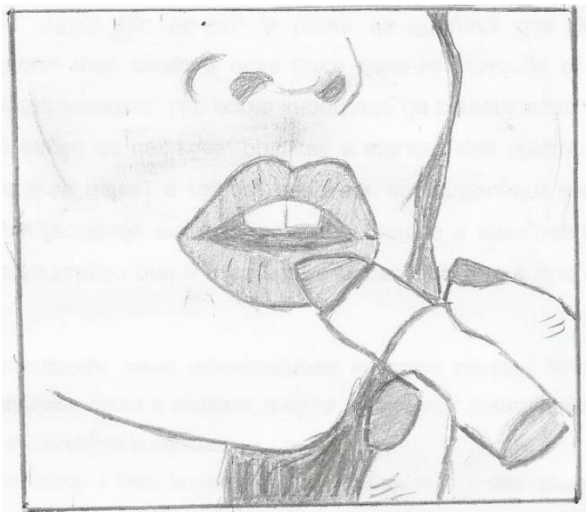
6. Tom da campanha e Personalidade da Marca

O tom da campanha é alegre e jovem e a personalidade da marca combina o tradicional (com elementos associados ao teatro de revista) com o divertido e irreverente (lado jovem da campanha).

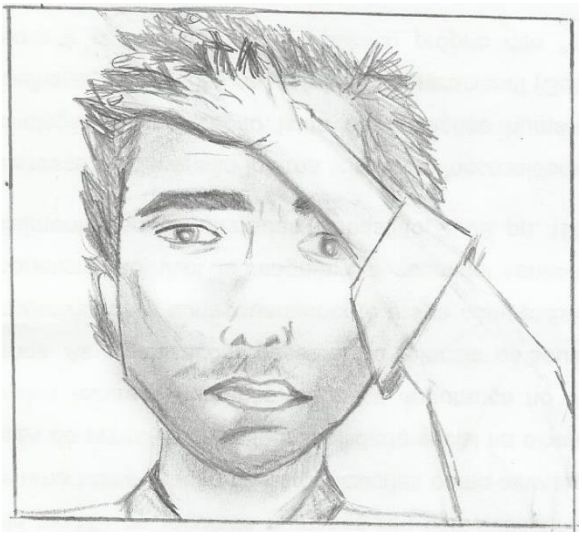
7. Instruções e limitações diversas

Instruções: as personagens principais do *spot* publicitário são um rapaz e duas raparigas jovens e os cenários são o interior de uma casa e a Rua das Portas de Santo Antão. Limitações de ordem orçamental e temporal.

2.2. *Storyboard*

Imagem	Draft	Som/Texto
Rapariga jovem arranja-se (põe batom) para sair à noite.		**Som:** Som marcação telefónica **Texto**: Não tem **Tempo:** 3 segundos
Rapaz jovem arranja-se (faz a barba) para sair à noite.		**Som:** Voz masculina ‘‘Pessoal onde é que vamos hoje à noite?’’ **Texto:** Não tem **Tempo:** 3 segundos
Rapariga jovem arranja-se (põe máscara nos olhos) para sair à noite.		**Som:** Voz feminina: ‘‘Epá logo se vê!’’ **Texto:** Não tem **Tempo**: 3 segundos

Rapaz jovem arranja-se (penteia-se) para sair à noite.

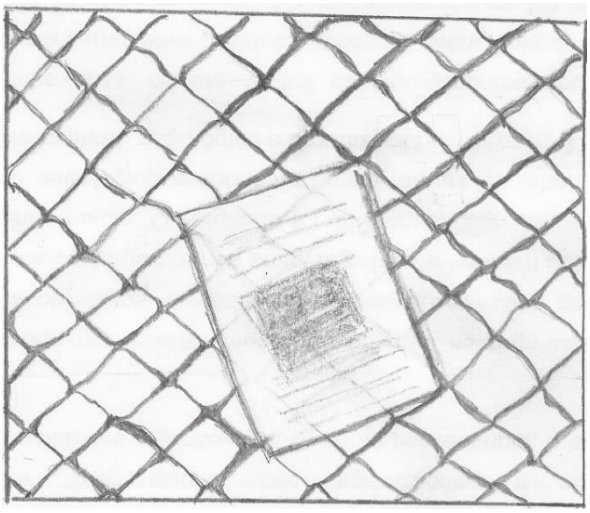


Som: Voz masculino: ''Às nove da noite no Rossio''

Texto: Não tem

Tempo: 3 segundos

Cartaz a promover a Revista à Portuguesa voa em direcção ao grupo de amigos.



Som: Música feliz

Texto: ''Trocarias uma ida à discoteca por uma noite na Revista?

Tempo: 4 segundos

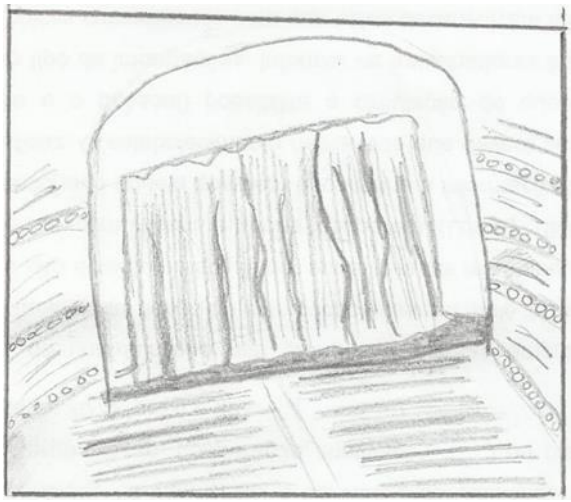
É filmado o Teatro Politeama para onde o grupo de amigos escolhe ir.

Som: Continuação música feliz

Texto: Não tem

Tempo: 3 segundos

É filmado o interior do teatro, chegada a peça ao fim e todos aplaudem com veemência e entusiasmo.

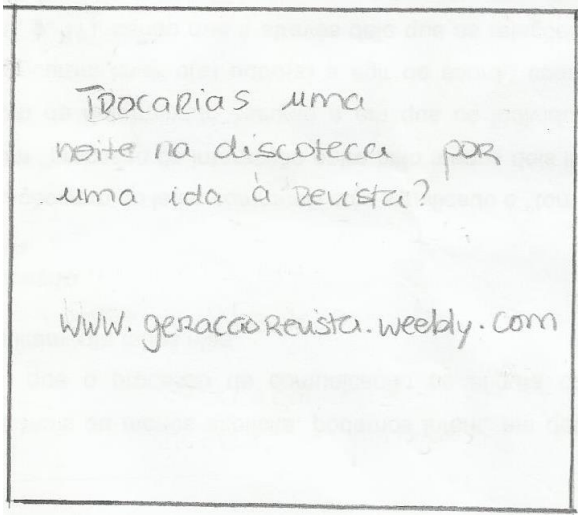


Som: Continuação da música feliz/início dos aplausos.

Texto: Não tem

Tempo: 3 segundos

Aparece a mensagem e *website* da campanha.

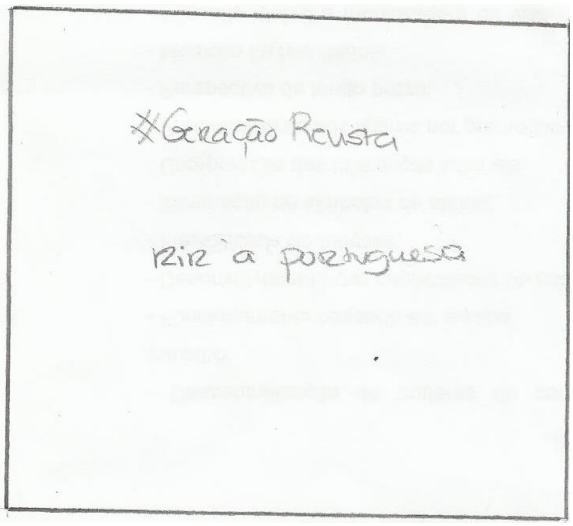


Som: Final música feliz/continuação e final dos aplausos

Texto: Não tem.

Tempo: 4 segundos.

Aparece o nome da campanha, o *slogan* e o logótipo.



Som: Não tem

Texto:
''#GeraçãoRevista

Rir à Portuguesa''

Tempo: 4 segundos

2.3. Tácticas

2.3.1. Acção de Guerrilha

Realizou-se no dia 14 de Maio, no Arco do Cego, pelas 17h00 a Geração das Maravilhas. Inspirada numa rábula do espectáculo de Revista *Portugal à Gargalhada*, a acção de guerrilha visou retratar o estereótipo dos jovens da sociedade portuguesa, captando a atenção dos presentes. Do Chunga, ao Universitário, da Campónia à Porquita, procurou satirizar-se ainda determinadas situações que marcam a actualidade nacional, nomeadamente as greves dos transportes públicos – o mote para toda a acção de guerrilha –, as praxes universitárias, a realidade desportiva, televisiva e política. Durante a actuação, os actores amadores interagiram com o público presente no local, através do cântico de algumas canções. Todo o material utilizado na acção foi produzido pela equipa responsável pela campanha #GeraçãoRevista, o guião e os adereços que a embelezaram. A sua preparação começou no início do mês de Abril, com a escrita do guião e terminou três dias antes da acção de guerrilha, depois de concluídos os adereços.

2.3.2. Cartaz

Foi elaborado um cartaz de divulgação *on-line* na plataforma www.geracaorevista.weebly.com, que, através de uma frase chamativa, tinha como objectivo despertar o interesse pela Revista à Portuguesa, nos jovens.

FIGURA 2 – Cartaz

Fonte: elaboração própria

Elementos da mensagem

Elementos verbais

- ***Headline:*** "Trocarias uma ida à discoteca por uma ida à Revista?" e "geraçãorevista.weebly.com";
- ***Baseline*:** "rir à portuguesa!".

Elementos visuais

- Imagem em tons de vermelho, cor das cortinas do teatro, e preto, que serve de fundo às letras amarelas e brancas que constituem a mensagem;
- No fundo é possível observar um palco de teatro com cortinas e público que aguarda o início do espectáculo;
- Na parte inferior do cartaz encontra-se o logótipo e o *slogan* "rir à portuguesa";
- Grande parte do cartaz é ocupado pela frase "Trocarias uma ida à discoteca por uma ida à Revista?", sendo que o tipo de letra utilizado apresenta um *design* mais jovem, para criar identificação com o *target* da campanha;
- Formato A3.

2.3.3. Marcadores

Elementos da mensagem

Frente

Elementos verbais

- ***Headline:*** "Uma pausa… vai à Revista";
- ***Subline:*** "rir à portuguesa!";
- ***Baseline***: "geracaorevista.weebly.com".

Elementos visuais

- Imagem em tons de vermelho, cor das cortinas do teatro;
- No fundo é possível observar um palco de teatro com cortinas;
- Na parte central do marcador encontra-se o logótipo e o *slogan* "rir à portuguesa";
- Formato 160px x 600px.

FIGURA 3 – Marcador
(Frente e Verso)

Fonte: elaboração própria

Verso

Elementos verbais

- ***Headline:*** "Quem somos? #GeraçãoRevista é o conceito criativo de uma campanha de Comunicação de Integrada criada por sete alunas do 3.º ano de licenciatura em Ciências da Comunicação do ISCSP-ULisboa. Queremos levar os jovens à Revista!";
- ***Subline:*** "A Revista é: Diversão, Muitas gargalhadas, Crítica e Interpretação de figuras da nossa sociedade";
- ***Baseline*:** "Onde ir à Revista? Teatro Maria Vitória, Teatro Politeama".

Elementos visuais

- Imagem em tons de vermelho, cor das cortinas do teatro;
- No fundo é possível observar um palco de teatro com cortinas.

2.3.4. Passatempo *on-line*

O passatempo "Vai à Revista" é uma iniciativa desenvolvida pela #GeraçãoRevista em parceria com o Teatro Politeama e teve como objectivo incentivar os jovens entre os 16 e os 25 anos, residentes, estudantes ou trabalhadores em Lisboa a ir ao teatro de revista. Foi oferecido um bilhete duplo para o espectáculo *Portugal à Gargalhada*, no dia 07 de Maio, sessão das 21h30m, em cena no Teatro Politeama, ao participante que, de forma criativa, apresentasse uma frase explicando porque gostaria de ir à Revista. A sua divulgação ocorreu no dia 03 de Maio, na página oficial da #GeraçãoRevista e terminou no dia 06 do mesmo mês, pelas 13h30m. Foram registadas 14 participações. O vencedor foi Sérgio Ferreira, com a frase "Se a sua vida é uma encruzilhada, faça como Portugal e ria à gargalhada!".

2.3.5. Plataforma *on-line*

Disponível em www.geracaorevista.weebly.com. Na *homepage* é apresentada a #GeraçãoRevista e os seus objectivos. No separador Revista à Portuguesa é contextualizado o género teatral, sendo possível aceder a duas subpáginas, a do Parque Mayer, a do Teatro Politeama, onde é apresentada a história dos dois teatros que

apresentam espectáculos de Revista e a das Conversas com… onde são divulgadas as entrevistas realizadas a Marina Mota, Maria João Abreu, Flávio Gil – actores de Revista – e a Hélder Freire Costa, o empresário do Teatro Maria Vitória. No separador Plano de Comunicação é possível encontrar também duas subpáginas, a dos Alvos e Objectivos e a da Campanha. O utilizador nesta página encontrará uma breve descrição da estratégia aplicada à campanha e poderá aceder às subpáginas das tácticas utilizadas: *Spot* Publicitário, Acção de Guerrilha, Passatempo, *Vox Pop*, Marcadores e Cartaz. São as subpáginas mais atractivas, uma vez que adicionalmente à descrição são apresentados conteúdos multimédia. No separador Equipa são dados a conhecer os rostos que personificam a campanha #GeraçãoRevista. Para contactar a equipa responsável pela campanha, o utilizador poderá clicar na imagem do envelope que se encontra no canto superior direito.

2.3.6. *Social Media*

Para tentar perceber junto dos jovens qual a sua percepção sobre a Revista à Portuguesa, foi realizado um *vox pop*, no Pólo Universitário da Ajuda, no dia 22 de Abril. Foram questionados 15 jovens com o objectivo de aferir se alguma vez assistiram a um espectáculo de Revista, se trocariam uma ida à discoteca por uma ida ao teatro, se identificam o nome de uma peça de teatro de revista e nomes de actores do género teatral.

2.3.7. *Spot* Publicitário

Pretende persuadir o público-alvo a alterar a sua percepção em relação ao teatro de revista e a optar por uma noite diferente e mais interessante que uma simples ida à discoteca. São apresentadas quatro personagens masculinas/femininas, que constituem um grupo de amigos e planeiam uma saída à noite, enquanto se arranjam. Sem ideias e procurando algo diferente, encontram no chão o cartaz promocional da campanha, onde lêem a mensagem ''Trocarias uma ida à discoteca por uma ida à Revista?'' e decidem arriscar e entrar no teatro. As personagens são jovens, com cerca de vinte anos, completamente desconhecidas, que representam o estereótipo do jovem comum que

gosta de sair à noite optando sempre pelos programas tradicionais e rotineiros: bares e discotecas.

2.4. Limitações financeiras e temporais

O orçamento financeiro disponível era limitado e destinou-se apenas a gastos em material indispensável à elaboração dos adereços usados na acção de guerrilha. Temporalmente, existia o prazo de entrega a cumprir, o dia 27 de Maio.

3. AVALIAÇÃO DA CAMPANHA

Depois da concepção da campanha e elaboração das mensagens, da escolha das plataformas para a sua divulgação e execução da mesma torna-se premente proceder à avaliação dos seus resultados. Assim sendo serão avaliados os seguintes elementos: cumprimento ou não dos objectivos definidos e a sua eficiência, o alcance e a influência das mensagens no público-alvo. Serão medidos através da assistência à acção de guerrilha concebida, do número de visitantes da plataforma digital, número de "*likes*" e o alcance das publicações da página oficial da campanha de Comunicação Integrada #GeraçãoRevista.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Aquilo que podia ser apenas mais um trabalho académico e cuja temática não abundava em potencialidades, a Revista à Portuguesa, tornou-se interesse comum aos elementos do grupo, tendo despertado diariamente a procura por novos conhecimentos sobre o género teatral e a vontade de contribuir para o seu enaltecimento. A motivação e o constante e crescente interesse não foram, no entanto, suficientes para o total sucesso da campanha de Comunicação Integrada, #GeraçãoRevista, que dependeu de factores externos e alheios ao controlo da equipa responsável pela sua concepção.

Importa primeiramente perceber se os objectivos propostos foram cumpridos e se o público-alvo definido foi, efectivamente, atingido. Relativamente aos objectivos a)

dar a conhecer a Revista à Portuguesa aos jovens, b) divulgar os espectáculos em cena e os respectivos teatros que os apresentam e c) despertar o interesse dos jovens através de conteúdos que alterem a tradicional concepção de que a Revista é destinada aos mais velhos, é possível afirmar que foram cumpridos considerando para o efeito as tácticas de comunicação levadas a cabo, nomeadamente a acção de guerrilha e a entrega de marcadores no seu decorrer. Quanto ao objectivo d) conseguir levar os jovens à Revista não é possível aferir a sua tangibilidade, dada a inexistência de condições que permitam a sua aferição. Aliada à formulação ambiciosa deste objectivo, junta-se a carência de estudos que avaliem a assistência a espectáculos de teatro de revista.

No que concerne às tácticas de comunicação desenvolvidas com o propósito de cumprir os objectivos estabelecidos, verifica-se uma adequação e coerência entre os objectivos, o público-alvo, as mensagens transmitidas e as plataformas seleccionadas para a sua divulgação. A utilização conjunta das diferentes tácticas contribuiu concomitantemente para a eficácia da campanha, na medida em que concorrem todas para o mesmo objectivo. A única táctica em que poderão ser apontadas algumas falhas é a acção de guerrilha. Não pela equipa, mas por factores que comprometeram o maior sucesso da actividade, como o local escolhido, a adesão ou não do público que se encontrava no local.

Após uma reflexão dos pontos fortes e fracos da campanha de Comunicação Integrada desenvolvida, é importante também retirar ilações sobre a importância da Revista à Portuguesa no panorama da cultura nacional. Apesar deste género teatral ser maltratado e alvo de preconceitos entre artistas e público, constitui um reflexo das crenças, dos valores, das atitudes, dos comportamentos e das decisões políticas característicos da sociedade portuguesa. Género teatral que outrora estava presente em várias salas de espectáculos, em horários simultâneos, com um público ávido da mística oferecida pela interacção entre os actores, a combinação de dança e canto, aliados ao guarda-roupa exuberante, actualmente apenas o Teatro Politeama e o debilitado Maria Vitória continuam a apresentar Revista à Portuguesa, apesar dos parcos incentivos e apoios, quer estatais, quer de entidades privadas. De notar que os

actores mais jovens lutam por manter vivo no coração dos portugueses aquele que é o género de teatro português mais completo.

Tal como o Fado e o Cante Alentejano, para destacar apenas dois símbolos representativos da cultura portuguesa, que inicialmente foram considerados artes menores e menosprezados pelo público, também a Revista à Portuguesa reúne condições e características que a possam elevar um dia mais tarde a Património Imaterial da Humanidade. O esplendor deste espectáculo merece reconhecimento.

Na perspectiva do grupo, é recomendável, num futuro próximo, a concepção de uma campanha de Comunicação Integrada, com o objectivo de enaltecer a Revista à Portuguesa, por uma entidade ou organização, com capacidade e conhecimentos de mercado e do contexto comunicacional que possa dar a conhecer a sua mensagem a um público mais abrangente. Realizada em moldes profissionais e, por isso, com outra dimensão, poderia ter o alcance que a campanha realizada não teve.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ferreira, H. (2014). *Ver não custa – O que custa é saber ver*. Lisboa: chiado Editora.

Instituto Camões. (2015). Consultado a 7 de Abril de 2015. Disponível em: http://www.instituto-camoes.pt.

Trevisan, N. (2010). O mito da comunicação integrada. *Comunicação & Inovação*, 47-57.

Imagem de capa do *website* #GeraçãoRevista:

Página Seats of Alvear Theater do website Wikipedia: www.wikipedia.org, consultado a 25 de Abril de 2015.

Imagem do separador "Revista à Portuguesa":

Página Theatro Circo do website Wikipedia: www.wikipedia.org, consultado a 25 de Abril de 2015.

APÊNDICES

APÊNDICE 1 – GUIÕES DE ENTREVISTAS

Flávio Gil

1. A Revista está viva no coração dos portugueses ou é considerada uma arte menor?
2. Que importância assume a Revista à Portuguesa na cultura nacional?
3. E para si, qual a importância do Teatro de Revista, considerando que é um actor jovem?
4. E quem são as suas referências no Teatro de Revista?
5. A continuidade do Teatro de Revista está assegurada?
6. Há muitos actores jovens que gostam e que estão a construir a sua carreira no Teatro de Revista?
7. A presença de actores jovens é, também, uma forma de revitalizar este género teatral e trazer mais público jovem à Revista?
8. Quem é o público do Teatro de Revista no Maria Vitória?
9. Quais são os apoios (patrocínios, subsídios, mecenato) de que dispõe o Teatro Maria Vitória?
10. Do nosso ponto de vista e do que averiguamos, consideramos que a comunicação é cada vez mais importante não só para divulgar, mas também para criar notoriedade, e que passa, actualmente, pela presença em canais digitais. Como é que justifica a fraca aposta em comunicação pelo Maria Vitória?
11. Três bons motivos para levar os jovens à Revista.

Hélder Freire Costa

1. Tudo isto é fardo? (a degradação do Parque Mayer, a falta de investimento, o esquecimento do público, a concorrência).
2. O Parque Mayer foi considerado a Catedral da Revista e a Broadway de Lisboa. Nos seus tempos áureos, os quatro teatros do Parque tinham casa cheia noite após noite. Como é que encarou o encerramento do Teatro ABC, do Variedades e do Capitólio, a degradação, o abandono e a falta de investimento no Parque?

3. Depois de cerca de 10 anos de lutas em tribunal entre a BragaParques e a Câmara Municipal de Lisboa, como é que vê a situação do Parque Mayer e da intervenção prevista no âmbito do Plano de Pormenor, que pretende revitalizar o Parque?
4. Como surgiu a sua paixão pelo Teatro de Revista e o que o faz continuar há 50 anos a produzir espectáculos de Revista?
5. Que importância assume a Revista à Portuguesa na cultura nacional?
6. E como é que sobrevive a Revista à Portuguesa, considerando os escassos apoios e falta de subsídios do Estado?
7. Quem é o público do Teatro de Revista no Maria Vitória?
8. Para si, a Revista está viva no coração do público português ou é considerada uma arte menor?
9. A aposta em jovens actores é uma forma de assegurar o Teatro de Revista?
10. Neste momento, quais são os grandes nomes da Revista à Portuguesa?
11. Do nosso ponto de vista e do que averiguamos, consideramos que a comunicação é cada vez mais importante não só para divulgar, mas também para criar notoriedade, e que passa, actualmente, pela presença em canais digitais. Como é que justifica a fraca aposta em comunicação pelo Maria Vitória?
12. Três bons motivos para levar os jovens à Revista.

Marina Mota

1. Como surgiu a sua paixão pelo Teatro de Revista?
2. À excepção do Teatro Politeama e do Teatro Maria Vitória, existem outras salas que apresentem Teatro de Revista?
3. O Parque Mayer foi considerado a Catedral da Revista e a Broadway de Lisboa. Nos seus tempos áureos, os quatro teatros do Parque tinham casa cheia noite após noite. Como é que encarou o encerramento do Teatro ABC, do Variedades e do Capitólio, a degradação, o abandono e a falta de investimento no Parque?
4. Como é que sobrevive a Revista à Portuguesa, considerando os escassos apoios e falta de subsídios do Estado?

5. Quais os principais motivos que a levam a continuar a participar em espectáculos de revista?
6. Que importância assume a Revista à Portuguesa na cultura nacional?
7. Quem é o público da Revista à Portuguesa?
8. Qual considera ser a opinião do público em relação ao Teatro de Revista?
9. Na sua opinião, qual a razão para que o público jovem não vá, ou não conheça a Revista?
10. Das nossas pesquisas, verificámos que existe uma pouca aposta em comunicação, especialmente na comunicação digital. Como é que justifica este facto?
11. Indique três bons motivos para levar os jovens à Revista.

Maria João Abreu

1. A Revista está viva no coração dos portugueses ou é considerada uma arte menor?
2. Quais as fases de criação/ idealização de uma Revista?
3. Como é que sobrevive a Revista à Portuguesa, considerando os escassos apoios e falta de subsídios do Estado?
4. Que importância assume a Revista à Portuguesa na cultura nacional?
5. Quem é o público da Revista à Portuguesa?
6. Na sua opinião, qual a razão para que o público jovem não vá, ou não conheça a Revista?
7. Das nossas pesquisas, verificámos que existe uma pouca aposta em comunicação, especialmente na comunicação digital. Como é que justifica este facto?
8. Quais os principais motivos que a levam a continuar a participar em espectáculos de revista?
9. Três bons motivos para levar os jovens à Revista.

APÊNDICE 2 – ENTREVISTA FLÁVIO GIL

1. A Revista está viva no coração dos portugueses ou é considerada uma arte menor?

Ela está definitivamente no coração dos portugueses que continuam a vir à Revista. Ou seja, nós continuamos a ter público, felizmente, apesar de nesta altura sentirmos uma menor afluência, também porque o momento que se vive é mais difícil, mas se não houvesse público nós não estaríamos aqui, por tanto continua a haver público. O que há, sobretudo por parte de actores que trabalharam noutros géneros de teatro e de expressão artística, são pessoas que olham para a Revista como algo menor, se calhar porque nunca fizeram ou porque não respeitam o género e acham que é demasiado simples, fácil. Não sei diagnosticar o porquê.

2. Que importância assume a Revista à Portuguesa na cultura nacional?

Eu acho que tem toda a importância. Se olharmos com atenção, os últimos programas de humor de maio êxito não faziam mais do que faz a Revista: faziam crítica à actualidade. Estou a lembrar-me dos "Contemporâneos", os programas em que a Ana Bola, o Herman, o Monchique, o Manuel Marques ou o Madeira participam, que têm feito muito crítica ao momento actual e a Revista faz exactamente isso. Por isso é que se chama Revista, pois passa em revista os factos mais marcantes do país e da situação que se vive, agora também um pouco mais da Europa.

3. E para si, qual a importância do Teatro de Revista, considerando que é um actor jovem?

Eu acho que, mais que não seja, tem o papel de ser uma expressão artística e um veículo de cultura e isso é muito útil sempre, seja na Revista ou noutro sítio qualquer. Depois assume a importância de dar voz a muitas situações que, por vezes, passam um bocadinho ao lado. Claro que agora já não há a necessidade de camuflar os assuntos, como antes do 25 de Abril, mas há a necessidade de reiterar alguns protestos e manifestos e nós tentamos fazer isso aqui. Não deixamos que as coisas fiquem esquecidas.

4. E quem são as suas referências no Teatro de Revista?

Inevitavelmente, aponto duas muitos rápidas que são a Marina Mota e o Carlos Cunha, sobretudo porque tive oportunidade de trabalhar com eles e, a partir desse momento, ainda se tornaram maiores referências para mim. Depois há aquelas que são transversais a todos os actores da minha geração, como o José Raposo, a Maria João Abreu, o Joaquim Monchique, o Herman, esse uma enorme referência, creio eu, para todos os actores na área do humor.

5. A continuidade do Teatro de Revista está assegurada?

Eu acho que sim porque, acima de tudo, o público gosta de Teatro de Revista e agora, se vermos bem, há cada vez mais Revistas, podem é não ter a estrutura convencional a que estamos habituados, mas os produtores têm tentado fazer Revista, seja em projectos itinerantes ou em grandes teatros em Lisboa. Já não é só o Maria Vitória a fazer Revista, há o Politeama, por exemplo. Claro que é uma Revista à La Féria, mas ele também tem que assinar o espectáculo e dar-lhe as suas características e o seu cunho pessoal, mas na sua essência cumpre o papel de estar ao lado da crítica social e política e, por isso, assenta na Revista, claro.

6. Há muitos actores jovens que gostam e que estão a construir a sua carreira no Teatro de Revista?

Eu acho que sim. Há muitos actores jovens a ver, gostar e depois querer fazer Revista. Prova disso é o facto de nós, todos os anos, vermos pessoas novas a fazer Teatro de Revista, caras que até aí não conhecíamos, e isso é um índice de que há interesse. Basta vermos os grupos amadores, onde há cada vez mais grupos de actores jovens e, normalmente, a sua primeira escolha recai sobre fazer Teatro de Revista, o que prova o interesse da população mais jovem pela Revista, mesmo dentro do grupo de actores.

7. A presença de actores jovens é, também, uma forma de revitalizar este género teatral e trazer mais público jovem à Revista?

Claro. É a forma de aproximar esses futuros actores do género e isso assegura, naturalmente, a sua continuidade.

8. **Quem é o público do Teatro de Revista no Maria Vitória?**

Eu não consigo definir isso, porque se há dias em que o público é visivelmente mais velho, há outros em que temos grupos de escolas secundárias ou até de terceiro ciclo, por isso não é justo estabelecer uma regra para isso, é redutor.

9. **Quais são os apoios (patrocínios, subsídios, mecenato) de que dispõe o Teatro Maria Vitória?**

Nenhum. Este (Tudo isto é Fardo) acho que teve o apoio da Câmara Municipal de Lisboa que, aliás, vai apoiando mais ou menos todos os espectáculos, mas de resto há muito poucos apoios, até porque os privados estão também com dificuldades e por isso não têm tanta disponibilidade para apoios os produtores de teatro, seja ele de Revista ou outro género.

10. **Indique três bons motivos para levar os jovens à Revista.**

São os motivos que eu diria a qualquer outra pessoa: nós apostamos sempre em fazer um espectáculo muito divertido, isso está mais do que assegurado; há a preocupação para que a linguagem dos nossos espectáculos seja transversal para todo o público, não só para pessoas mais velhas, pois quem vier ver este espectáculo, independentemente de ter 20 ou 60 anos revê-se nele em algum momento; em terceiro, porque tem que partir de nós apoiar a cultura, agora que ela está tão esquecida por quem devia ser mais responsável.

APÊNDICE 3 – ENTREVISTA HÉLDER FREIRE COSTA

1. **Tudo isto é fardo? (a degradação do Parque Mayer, a falta de investimento, o esquecimento do público).**

Tudo isto é fardo! Tudo isto é Fardo acabou no passado domingo, teve uma carreira com diversos incidentes, tendo sido um deles a falta de público e isso porque há falta de dinheiro e as pessoas, quando têm opções, uma ida ao teatro é penalizada. As pessoas hoje lidam com dificuldades para pagar os estudos dos filhos, as rendas de casa, os consumos de água, luz e gás e alguns pais ajudam os filhos quando estes já estão casados. Tudo isto penaliza as famílias e por isso procuram aquilo que é mais barato e o

mais barato é, de facto, o passeio ou uma ida à praia. Nós sabíamos que se prolongássemos a carreira da peça íamos ser penalizados assim que viesse o bom tempo porque as pessoas fogem todas para a praia, embora tenhamos tido um Inverno também muito rigoroso.

Mas aqui no Maria Vitória lutamos com essa degradação do Parque Mayer que referiu. É certo que derivado da nossa luta e persistência de continuar aqui e apresentar espectáculos com qualidade, tal como lançar jovens na actividade teatral, etc., tem contribuído para que o Parque seja encarado de uma outra forma e daí que se encontre agora em recuperação. Até aqui estava degradado e parado, mas agora estamos perto da inauguração do Capitólio, que também tem tido vários incidentes, tendo sido um deles a falência da empresa construtora e que abriu novo concurso para outros continuarem as obras, mas está a vias de ser inaugurado. Depois, os maldizentes vieram dizer que deitaram o Teatro ABC para fazer um parque de estacionamento, o que é mentira porque o ABC estava condenado desde 1991, quando era Presidente da Câmara o Sr. Jorge Sampaio. Aí, eu estava associado com o Vasco Morgado e nós combatemos isso com cartas, reuniões e entrevistas para todos os órgãos ligado à actividade cultural, incluindo a Câmara, a Secretaria de Estado da Cultura e às pessoas mais notáveis para que se aliassem a nós nesta luta de não deixar ir abaixo o ABC. Perdemos essa guerra e mais recentemente houve um concurso para a recuperação do Parque Mayer e aí fomos mais uma vez vencidos, mas ficámos com a promessa de termos uma recuperação do Variedades, do Maria Vitória e do Capitólio, ou seja, os três teatros a penalizar os cinco que haviam, pois havia um teatro ao livre, precisamente neste espaço onde se encontra o ABC. Assim, vamos ter pelo menos três teatros no Parque Mayer e agora decorrem as obras. Quando as pessoas dizem que nós somos os culpados de tudo isto, não, nós somos os vencedores, porque aqueles que abandonaram o Parque, que o utilizaram como degrau para ir para a Televisão, entre outros, esses é que perderam porque nunca acreditaram que o Parque Mayer iria realmente ser recuperado. Se calhar, eles queriam o Parque Mayer como ele era antigamente, com “tirinhos” e essas coisas, mas isso acabou. A vida muda e o vosso tempo é outro e por isso, desde que tenhamos o Parque Mayer com teatro, já estamos satisfeitos.

2. Como surgiu a sua paixão pelo Teatro de Revista e o que o faz continuar há 50 anos a produzir espectáculos de Revista?

É simples. Quando eu era miúdo estava ligado às colectividades da juventude, onde havia bailes e bares onde também se faziam bailes, ao domingo. Na minha área de nascimento, ao pé do Museu da Arte Antiga, frequentei a escola primária e a minha mãe da janela de casa via-me sair para o recreio e controlava-me. Aí estavam localizadas duas colectividades onde se faziam bailes e que eu frequentei. Ali aprendi a dançar e, como jovem que era, tínhamos os grupos de amigos e começámos a procurar outras actividades. Um dia, com 16 anos, fui para a colectividade e perguntei se poderia realizar lá bailes. Não queríamos receita nenhuma, a receita era a favor da colectividade, era apenas para juntarmos pessoas amigas. Lembro-me como se fosse hoje: na minha casa fazia com uma cartolina duas ranhuras, para entrar uma fitinha, onde nós tínhamos a publicidade, por exemplo, "bailes juventude" e a data e eram colocados ao pé das escolas. Como éramos conhecidos da malta nova, conseguimos atrair pessoas para fazer esses bailes. Um dia, fomos convidados para organizar um baile na Padaria do Povo de Campo de Ourique e a partir daí começámos a fazer em vários sítios. Ia muita gente, mas no meu sítio, por exemplo, as raparigas filhas de pessoas mais endinheiradas não saíam à rua sequer, e nós íamos falar com os pais delas e motivá-los a ir também aos bailes e trazes as filhas. Nós fizemos dessa colectividade um local muito frequentado por jovens e não deixávamos que nada perturbasse esse ambiente, pois se fosse preciso apresentava-se queixa à direcção quando apareciam alguns já enfrascados, até sermos nós a controlar todas as pessoas que entravam nos bailes. Nessas festas, chegaram a ir artistas como a Anita Guerreiro, o Max e o Vasco Santana, ainda ele não pensava ir para o teatro. Um dia, lembrei-me de pôr nessa colectividade teatro amador e chegámos a encenar uma peça, eu próprio era também actor, mas aquilo demorou muito tempo e acabou por não se fazer. Nós chegámos a organizar bailes na esplanada da praia de Paço de Arcos, que foi a primeira praia a ter sonoridade em toda a praia e por isso era muito fácil, pagávamos uns tostões e eles anunciavam e foi muito giro. Nós à meia-noite íamos para a praia, tomávamos banho, quando era Verão, claro. Entretanto eu trabalhava num banco mas perdi o trabalho porque andava sempre nos bailes e chegava sempre

atrasado. Nessa altura, comecei a escrever e enviei e, dias depois, cheguei a casa e a minha mãe disse-me que tinham ligado do cinema Capitólio e o Sr. Bastos, que foi sócio do Vasco Morgado, queria falar comigo. Ele tinha uma companhia em África e tinha regressado a Portugal e precisava de uma pessoa que preenchesse o lugar da sua antiga secretária. Ele gostava muito de mim, havia uma grande empatia, e eu era a pessoa ideia porque como trabalhava num banco mexia com cheques, letras. Depois, estive sempre de saída porque a minha vida não era esta, queria regressar a um banco, mas fui ficando e cada vez os artistas gostava mais de mim, tal como o Sr. Bastos, pois eu passei a ser para ele o filho que não tinha. A 11 de Abril de 1975 ele morre, de doença súbita, e eu sou chamado à responsabilidade, como braço direito dele, mas não podia porque para isso a pessoa tem que ter um crédito, dinheiro e eu não tinha nada disso. Mas eu aceitei o desafio, estávamos com um grande êxito em cena, o "Até parece mentira", com a Florbela Queirós, o Henrique Santana, o Salvador, o Manuel da Silva, que foi a primeira Revista livre do pós-25 de Abril e esteve quase um ano em cartaz e sempre com lotações esgotadas. Assim, eu só tinha que continuar com aquele sucesso e fazer uma Revista depois dessa, mas como o espectáculo estava em pleno êxito eu aventurei-me. Há sempre um momento na vida em que devemos tomar atitudes e se não tomarmos nesses momentos, não tomamos nunca mais e foi o que me aconteceu. Eu tive várias alturas para sair, mas não saí e fiquei com isto às costas, faz agora 40 anos. Durante este tempo, foram acontecendo várias coisas, tivemos o incêndio aqui no Maria Vitória, consegui que nos emprestassem o Maria Matos e fomos para lá para chamar a atenção das pessoas e como havia aquela onde de solidariedade devido ao incêndio fomos com a Revista "Isto é Maria Vitória". Depois fiquei sem teatro e associei-me ao Vasco Morgado e ele queria que eu fosse para o Capitólio mas eu disse que não ia, pois tinha más recordações, o José Pais perdeu ali muito dinheiro, e então fomos para o Variedades e ali fizemos a melhor Revista até hoje conseguida, batendo o recorde da Revista que estava aqui em cena na altura do incêndio, o "Não batam mais no Zezinho", onde eu trouxe o Mário Zambujal como co-autor. No Variedades fizemos ainda "A prova dos nove", que foi a Revista onde se lançou toda a juventudade que andava no teatro, que eram segundas, terceiras e quartas figuras ou, como no caso da Marina Mota, apenas

atracções, foram lançados todos como primeiras figuras e o êxito foi enorme. Fizemos um ovni que vinha do cimo do teatro com os actores, o que era muito perigoso, eu estava sempre com medo, mas o ovni era seguro, parava a pouca altura da cabeça dos espectadores.

3. Que importância assume a Revista à Portuguesa na cultura nacional?

Muita. A Revista é a forma de teatro mais completa, cabe tudo o que a imaginação do autor trouxer. Nós já tivemos na Revista patinadores, dançarinos, tivemos também duas cantoras japonesas. Já tivemos atracções internacionais e nacionais, no caso das nacionais tivemos uma de canção e outra de fado, que foram a Mónica Sintra e a Raquel Tavares. Mas sendo que este é um género que permite tudo aquilo que a imaginação do autor nos der, o actor também tem que ser completo. Representar, como eu costumo dizer, é apresentar o nosso dia-a-dia, o teatro é a representação da vida real. A Revista tem o problema de ter tons mais altos, o que não acontece na vida real, que vêm do antigamente, quando a Revista não tinha som, os teatros eram maiores e tinham mais público. Aliás, a Revista era o teatro do povo. E, nesse sentido, tinha que se falar mais alto, dizia-se "fala para que aquela velhinha, que está na última fila, de ouça", só que alguns exageram.

A Revista é o espectáculo das famílias. De forma divertida faz as críticas que o povo gostaria de fazer e não consegue e fala abertamente, porque lhe é desculpado. Se o cidadão comum disser alguma coisa na rua, provavelmente terá problemas, pode levar com um processo-crime porque ofendeu alguém. Aqui, se nós dissermos certas coisas, os políticos riem-se. Claro que "engolem os sapos", mas riem-se e o importante é que ouviram. Por isso, a Revista é o espectáculo do povo, é a porta-voz do povo.

Eu vinha aos espectáculos quando era miúdo, isto num tempo em que as famílias eram muito unidas, na pobreza e na riqueza. E as famílias vizinhas conheciam-se. Hoje as famílias vivem num prédio e não sabem quem mora no segundo andar, eu próprio estou nessa circunstância. Hoje há outras coisas e eu também convivo com elas, mas não há aquelas que houve no meu tempo e estás não me trazem amor como as outras me trouxeram.

Agora, porquê que o Teatro de Revista perdeu jovens: no meu tempo, havia bailes e o teatro e havia o hábito de os frequentar, tanto com a família como com os vizinhos, a primeira vez que fui à Revista foi com um vizinho. Antigamente, os lugares que se vendiam mais eram os camarotes, que dão para cinco pessoas, porque eram para as famílias. Hoje, são de três lugares e quase não se vende. Antes, a plateia era mais difícil de vender, precisamente porque ninguém vinha ao teatro sozinho. Agora, nas famílias, a mãe vai para uma reunião, o pai vai para outra, cada um no seu carro, os irmãos vão cada um para o seu sítio e antigamente não era assim, havia a saídas das famílias para a praia ou para o teatro. Também os jovens passarem a ter outros programas, como aconteceu com o meu filho, embora hoje seja actor de Revista, e muitas vezes eu fala com ele e com os amigos dele e dizia "a actividade perfeita é virem jantar ao Bibicas, virem à Revista ao Teatro Maria Vitória e depois sim ir para a 24 de Julho", são três atitudes diferentes e todas elas construtivas, porque têm o jantar que é a confraternização, tem o teatro que está ligado à parte da cultura e depois vão para a noite para se divertirem, "curtir", como eles costumavam dizer. Eles diziam que era caro ir à Revista, mas no fundo acabam também por gastar dinheiro na noite e muitas vezes têm chatices, enquanto aqui ficam mais sossegados. E nós podíamos fazer um preço especial, que fazemos muitas vezes. Mas, essencialmente, é isso, há falta de confraternização entre as famílias no gosto pelo teatro. Os meus filhos adoram e por isso tenho a garantia que as namoradas vem todas ao teatro, até o mais velho, que é casado, trás as minhas netas, de modo que isto tem a ver com a família. Isto não deixou de existe ou pode voltar a existir se cada um propuser aos pais ir ao teatro, por exemplo.

E é por estas coisas que os jovens deixaram de ir ao teatro, mas muitas vezes não vêm porque também não sabem, não conhecem. Mas a verdade é esta: em geral, depois dos espectáculos, o público vêm-me cumprimentar e quando tem gente jovem, eu pergunto se gostaram e dizem-me sempre que sim e depois pergunto se passam a gosta e o que me dizem é que, até aquele momento, só ouviam dizer mal e agora que vieram ver com os seus olhos, adoraram o espectáculo e que vão voltar. E a verdade é que se vocês foram às minhas páginas de Facebook vão ver que tenho lá muitas felicitações de gente jovem.

O José La Féria, que morreu há poucos anos, uma vez fez uma entrevista a mim e ao Filipe Morgado e no final mostrou uma entrevista que tinha feito na rua, às pessoas, muito extensa. Devo dizer-vos que 90% das pessoas, a primeira vez que vieram ao teatro foi à Revista e ao Parque Mayer e todos eles adoravam Revista. Eu combati o meu filho mais velho por causa do teatro, porque quando ele andava na escola levaram-no ao teatro e quando ele chegou a casa disse "pai, quando estiveres chateado comigo bate-me, mas não me leves ao teatro, aquilo é inconcebível para uma pessoa da minha idade, é tudo muito triste e muito sério" e eu disse-lhe que ele tinha que ver todas as formas de teatro e ele agora adora Revista, está aí sempre, tal como os meus outros filhos.

Quando o meu filho Diogo se estreou na Revista veio a minha família toda e agora muitos deles estão aí sempre. Vocês, jovens, necessitam criar grupos e, em vez de irem só para a 24 de Julho, vão também ao Teatro e vocês vão ver que é uma noite bem curtida.

Aqui no Maria Vitória, fui responsável por lançar primeiras figuras como a Marina Mota, Carlos Cunha e Fernando Mendes, mas agora, neste último espectáculo, tínhamos figuras como o Flávio Gil, que é muito bom, grande actor, com apenas 24 anos. Para além de actor é co-autor, canta, toca música e é um artista completo, em tudo ele é bom. Ele, neste momento, faz um número que era feito pela Vera Mónica, grande actriz que todos conhecemos e que se tivesse "juizinho" naquela cabeça era a melhor delas todas, só que nunca teve juízo e a Marina passou-lhe por cima. Ela era a primeira figura deste espectáculo e tinha aqui um número fantástico a propósito do filme A Rapariga de Roubava Livros, mas ela foi-se embora de repente, lá está, aquelas "maluqueiras" que lhe dá na cabeça, e eu tive vários problemas, até em tribunal, porque continuei a manter a fotografia dela nos cartazes, porque é uma coisa difícil de apagar depois dos cartazes já estarem expostos. Mas ela acabou por ser substituída por outra actriz, contudo foi o Flávio Gil quem fez esse número sério da Revista, o melhor número, antes feito pela Vera, passando a ser "o menino que roubava livros" e devo dizer que, com ele, alcançou um êxito que antes o número nunca havia tido com a Vera, que é actriz experiente e ele que é o principiante. Isto aconteceu porque ele o fez com sentimento. Eu, pela primeira vez, percebi o número, tal como muitos colegas e ele foi sempre

aplaudido de pé. Ainda ontem um jornalista me perguntava se ele não se estava a perder neste género teatral. Claro que eu sei que um dia vou perdê-lo, como já aconteceu quando ele foi para o Politeama, embora depois tenha vindo pedir humildemente para voltar para o Maria Vitória e agora está cá e está a ter muito sucesso. Também a Vanessa, que agora está no Politeama, o maior êxito da carreira artística dela foi aqui no Maria Vitória, num número em que ela fazia de miúdo. Já teve algum número igual? Alguém fala dela agora? Quando ela esteve aqui, toda a gente falava dela. É aqui que eles têm o sucesso e depois é daqui que vão para outros sítios e eu estou habituado a isso, as pessoas não são eternas. Um actor não é um empregado efectivo de uma empresa, está num projecto e depois pode querer ir para outros projectos e esse, um dia, vai ser o caso do Flávio. Quando ele saiu daqui eu zanguei-me porque ele estava indigitado para o elenco da Revista que vinha a seguir e ele resolveu não ir porque queria ir em tournée com a Marina Mota. Mas não foi por isso que fiquei chateado, foi porque ele não veio falar comigo a explicar a situação e perguntou-me o que tinha para lhe oferecer e eu não gostei. Mais tarde pediu desculpa, voltou e já está cá há três Revistas e a ter um enorme sucesso em cada uma delas. Então, esse tal jornalista perguntou-me se ele na próxima Revista já poderia ser primeira figura e eu perguntei-lhe o que entendia por primeira figura, porque essa não é uma pessoa que tem talento mas sim que leva pessoas ao teatro. E agora, as pessoas vêm cá e todas dizem que ele é muito bom e é isso que vai fazer com que, mais tarde ele se torne numa primeira figura, porque as pessoas vão começar a vir à Revista para o ver. A primeira figura é o público que a faz, não somos nós.

4. Na sequência daquilo que referiu, essa aposta em jovens actores é uma forma de assegurar o Teatro de Revista?

É exactamente isso. Eu hoje tenho o grande prazer de saber que pessoas foram lançadas aqui na Revista e que hoje são primeiras figuras no país e vou ter muito orgulho, um dia, de ouvir as pessoas a falarem do Flávio.

5. **E como é que sobrevive a Revista à Portuguesa, considerando os escassos apoios e falta de subsídios do Estado?**

Sobrevive com o dinheiro do público. Durante alguns anos, sobreviveu com o meu dinheiro e da minha família e agora com grandes dificuldades, nomeadamente em pagar os ordenados. Quando começou a crise, eles alteraram o IVA e o teatro e a cultura, que eram tributados em 6%, passaram para 13%, o que representa mais 115%, o que trouxe grandes problemas ao teatro. E nessa altura cometi o erro de assumir como minha responsabilidade a diferença do IVA, para o preço dos bilhetes não aumentar, e ainda baixei o preço porque comecei a ver que as pessoas não tinham 30€ para pagar. No entanto, as pessoas continuam a vir porque apesar de estar nos 30€ agora, há sempre descontos e por isso nunca pagam esse valor e também porque esses que pagam 30€ para assistir à Revista são aqueles que vêm porque gostam mesmo e por isso vão continuar a pagar.

6. **Quem é o público do Teatro de Revista no Maria Vitória?**

É todo o público. Se assistir a uma sessão, vai ver que o público era muito variado, desde jovens a pessoas muito idosas. Ao contrário do que as pessoas pensam, aqui no Maria Vitória, nós temos sessões com muita gente jovem, mesmo. Não temos é as famílias, que era a riqueza do Teatro.

7. **Para si, a Revista está viva no coração do público português ou é considerada uma arte menor?**

Está viva, ainda é o teatro do povo. Aliás, se o Teatro de Revista não é o teatro do povo, mais nenhum o é. Eu ouço muitas pessoas a dizer "nós esgotamos sessões", pois, não contam é porquê. Esgotam dando bilhetes "a torto e a direito", até a quem vai na rua, coisa que eu não faço aqui, isso é um crime! Havia pessoas que diziam que o Vasco Morgado fazia isso, mas nunca o fez.

8. **Neste momento, quais são os grandes nomes da Revista à Portuguesa?**

Continuam a ser os mesmos. O José Raposo, a Marina Mota, o Fernando Mendes, o João Baião, o Paulo Vasco, a Vera Mónica, todos esses que continuam a ser primeiras figuras. Claro que outros nomes vão chegar, estou agora a apostar nesta nova fornada,

onde vão surgir muito brevemente a Élia e o Flávio, com certeza, e vão aparecer mais porque temos aí gente com muito valor.

9. **Do nosso ponto de vista e do que averiguamos, consideramos que a comunicação é cada vez mais importante não só para divulgar, mas também para criar notoriedade, e que passa, actualmente, pela presença em canais digitais. Como é que justifica a fraca aposta em comunicação pelo Maria Vitória?**

Nós apostamos, apostamos em tudo. As pessoas não tomas conhecimento porque não querem. Eu, na minha família, tenho jovens e eles fazem essas buscas, temos também uma série de páginas no Facebook, temos site, temos tudo. E, para além disso, se calhar temos coisas que outros não têm, como cartazes nos comboios, nas linhas regionais, na rodoviária, temos muita coisa. O problema é que hoje a publicidade é tanta que as pessoas já não prestam atenção. Antigamente a publicidade era rara. Houve uma altura em que eu coloquei os elétricos, na cidade de Lisboa, pintados com publicidade do Maria Vitória, em três peças seguidas. O primeiro Correio da Manhã colorido, o primeiro jornal em Portugal a ser a cores, tinha publicidade nossa, fomos os primeiros anunciantes coloridos do Correio da Manhã. No Rossio, há um prédio com uma grande parede vazia onde eu consegui colocar o cartaz gigante, fiz um desfile de bandas e música também para anunciar as peças, que percorriam a cidade de Lisboa, entre muitas outras coisas que já fiz. Se há publicidade que se tenha feito, o Maria Vitória foi o número um, porque fez publicidade que nunca ninguém tinha feito antes nem fez depois. Fiz tudo o que podia e continuo a fazer, só que agora "pia fino", não há dinheiro.

Antes era diferente, nós oferecíamos quatro bilhetes diários ao Diário de Notícias, por exemplo, e eles enchiam uma página completa com publicidade nossa a um preço muito baratinho. Hoje as dificuldades são diferentes, há lobbies, há muito interesses em jogo. Não tenho sorte com os patrocínios, embora tivesse tido durante muitos anos a Carmim, mas agora houve uma reestruturação e "foi tudo à vida", tinha também apoio da TVI, mas também acabou com o apoio (faz gesto que indica dinheiro). Antes a publicidade era para fugir aos impostos, apostava-se na televisão que era uma coisa mais imediata, mas agora não há dinheiro.

10. Três bons motivos para levar os jovens à Revista.

Primeiro, a Revista é divertida e deixa as pessoas bem-dispostas. Segundo, as pessoas vão ouvir aqui coisas que muitas vezes não tinham chegado a tomar conhecimento. E terceiro porque a Revista é o espectáculo do povo. Poucos países no mundo têm uma tradição teatral e Portugal é um dos países que tem. E dos poucos que têm tradição teatral, são poucos os que têm teatro próprio e Portugal tem, isto é um espectáculo dirigido ao nosso povo, só ele é que entende. Um brasileiro vem cá, pode perceber a nossa língua, mas depois não entende o conteúdo. É uma forma teatral portuguesa e os portugueses devem apoiar o que é nosso e o Teatro de Revista é um teatro muito nosso. Tal como eu o herdei dos meus antecessores, eu vou transmiti-lo aos mais novos, embora lutando com as dificuldades. Mas há uma certeza que eu tenho, e fazemos uma aposta aqui consigo já, seja qual for o jovem que venha ver a minha Revista, posso garantir-lhe que fica fã porque todos eles gostam. Sempre que eu vejo jovens aqui, vou falar com eles e pergunto se gostaram e peço-lhes que sejam sinceros porque assim até me ajudam e eles dizem que não gostaram de um dado momento, por norma os mais chatos, mas no geral gostam muito. Todos nós temos gostos diferentes.

APÊNDICE 4 – ENTREVISTA MARINA MOTA

1. Como surgiu a sua paixão pelo Teatro de Revista? Sabemos que se estreou, em 1982, no Teatro ABC ao integrar o elenco da revista "Chá e Porradas".

Não surgiu, isso é tudo mentira (risos). Isto é uma história muito longa, eu comecei no Teatro ABC, em 1982, e não tinha nenhuma paixão pelo teatro. Estreei-me para cantar, como atracção nacional, por tanto a minha carreira remonta a 1973, quando gravei o primeiro disco, e fui convidada para integrar o elenco da Revista em 1982, mas como atracção nacional. Mas nessa Revista os autores e empresários acharam que eu tinha "gracinha" e puseram-me a representar e eu comecei assim, não escolhi ser actriz. Eu costumo dizer que foi o teatro e a profissão que me escolheram, não fui eu que escolhi nada.

2. **À excepção do Teatro Politeama e do Teatro Maria Vitória, existem outras salas que apresentem Teatro de Revista?**

Deve haver. Principalmente os grupos de teatro amador recorrem muito ao teatro de Revista por ser um género popular. O Politeama, aliás, é a segunda Revista que faz, exceptuando o "Passa por mim no Rossio", que remonta a 1988, não é um teatro com tradição de Revista nos últimos anos, porque não é um género que o Felipe La Feria costumava apresentar, ele é mais virado para os musicais e para outros géneros teatrais que não a Revista. Mas começou agora e acho que se apaixonou porque já fizemos a segunda e, pelos vistos, acho que vamos fazer a terceira. O Parque Mayer sim, esse era o berço e a catedral do Teatro de Revista e não era só o Teatro Maria Vitória, o Variedades e o Teatro ABC também. Tínhamos três a funcionar no mesmo espaço.

3. **Como referiu, o Parque Mayer foi considerado a Catedral da Revista e também a Broadway de Lisboa. Nos seus tempos áureos, os quatro teatros do Parque tinham casa cheia noite após noite. Como é que encarou o encerramento do Teatro ABC, do Variedades e do Capitólio, a degradação, o abandono e a falta de investimento no Parque?**

Bom, essa situação eu já conhecia quando me estreei, em 1982. Ou seja, já quando eu me estreei, com os três teatros a funcionar ainda na época, onde fazíamos dois espectáculos por dia e três ao Domingo e só tínhamos um dia de folga, à Segunda-Feira e foi por isso mesmo que eu me casei no dia 20 de Setembro de 1982, foi uma folga. Já nessa altura, em que nós conseguíamos esgotar as duas sessões diariamente, se falava na crise e na degradação do Parque. Ou seja, eu acho que o Parque Mayer, a determinada altura, foi o espelho da cidade: Lisboa estava degradada, o Parque Mayer estava degradado igualmente como a cidade. Agora, o que está a acontecer, ou o que passou a acontecer tardiamente, foi que morreram os empresários, os concessionários, dos teatros ABC e Variedades e só ficou o Hélder Costa a explorar o Teatro Maria Vitória. Sendo que o Teatro de Revista é o único género que não é, de facto, apoiado a nível governamental, talvez por ser o único verdadeiramente independente, uma vez que vivemos só do público, têm que gostar para nos vir ver, nenhum contribuinte paga impostos para o bem-estar dos actores do Teatro de Revista. Com o desaparecimento

desses empresários, o facto de este ser um género caro e das companhias terem de ser grandes, pois são necessários bailarinos, é suposto ter uma grande montagem e um grande guarda-roupa e ainda a falta de investimento e a não existência de teatros a funcionar, é difícil manter este género, pelo menos nesses espaços. Como é que eu encaro isso? Encaro como tudo na minha vida, com uma grande resignação, sendo que tenho a certeza que o Teatro de Revista não vai morrer por causa disso. Ou seja, só não está ali naquele espaço, no Parque Mayer, onde as pessoas conheciam bem, mas andamos por todos os lados.

4. Tendo em conta essa falta de apoios e subsídios do Estado, como sobrevive a Revista à Portuguesa?

Sobrevive, com muito mérito, do público, que é a única entidade que deveria manter o teatro vivo. Nós, actores, sobrevivemos porque o público gosta do género, porque nos vêm ver, de outra forma seria impossível manter, por exemplo, esta companhia do Politeama, que somos, entre produção, auxiliares de sala, técnicos, bailarinos, cantores, actores, músicos, porteiros, auxiliares de camarim, quase 70 pessoas. Não tendo apoio, só é possível esgotando salas, como acontece neste espectáculo, quando o espetáculo é bom e o público gosta de ver. O facto de a Revista ser um produto maltratado, eu acho que nós andamos sempre muito à frente e vai acontecer como aconteceu com o Fado. Quando me estreei, o Fado era "chunga", eu digo isso numa rábula, hoje é património, e acho que à Revista vai-lhe acontecer isso um dia, quando as pessoas não tiverem vergonha de assumir que é o único género verdadeiramente português, representado e escrito por portugueses.

5. E são também esses os motivos que a levam a continuar a participar em espetáculos de Revista?

Não são os únicos, há vários. Um dos motivos mais aliciantes que me leva a estar aqui é o facto de este ser o único género que abrange todos os outros. Quando se faz drama, só se faz drama, quando se faz uma comédia, só se faz uma comédia, quando se faz um concerto, só se canta. Na Revista, todos esses géneros são abrangidos, podemos fazer drama na Revista, alta comédia, farsa, caricaturar figuras, podemos fazer crítica

social e política, sendo esta um dos objectivos, ou deveria ser, de quem escreve Revista. Pode-se ainda dançar e cantar. Por isso, género mais completo que este, não conheço.

6. Quem é o público da Revista à Portuguesa?

Marina Mota: Todos. Quantos anos tem?

Entrevistadora: 21

Marina Mota: Por que razão me veio entrevistar?

Entrevistadora: Porque a Marina é uma das mais conceituadas actrizes de Revista.

Marina Mota: E porquê que não foi entrevistar uma actriz de outro género teatral?

Entrevistadora: Porque o grupo considerou que a Revista à Portuguesa é um género muito importante para a cultura nacional.

Marina Mota: Pronto, está respondido. O Teatro de Revista não é de ninguém, é de todos. É um género que abrange todas as faixas etárias, temos aqui público dos sete até… o Manuel de Oliveira não veio, mas pessoas com quase a sua idade com certeza que sim. Eu já tive aqui um grupo de meninos de uma escola que se chama Banana Salgada e tinham todos entre os oito e os doze anos e sentaram-se todos na fila da frente. Isto quer dizer que, até nisso, este género é abrangente e muito diversificado.

7. Nesse sentido, acredita que os jovens também valorizam o Teatro de Revista?

Acredito, porque nós temos o privilégio de olhar para esta plateia de 700 lugares, de Quarta a Domingo, duas vezes ao Sábado, e nota-se quão diversificada é esta audiência. Os espectadores vêm de todo o lado, de todas as idades e de todos os estratos sociais, por isso é um género que, quando é bom, pode chegar a toda a gente.

8. Das nossas pesquisas, verificámos que existe uma pouca aposta em comunicação, especialmente na comunicação digital. Como é que justifica este facto?

Isso acontece porque, para já, como disse, é um género ainda muito maltratado. Há pessoas que estão em cargos de poder extremamente elitistas que consideram este um género menor. Não sei porquê, nunca tivemos a prazer de conversar, porque

gostaria que me explicassem. E talvez seja só essa a razão, sempre houve uma grande má vontade sobre o género e para o género, por parte dos actores do género, nomeadamente. Mas tal como disse, assemelho muito a Revista ao Fado e, com o seu tempo, veremos que nós tínhamos razão.

9. Indique três bons motivos para levar os jovens à Revista.

Primeiro, é muito mais agradável vir à Revista do que ver televisão, principalmente com as grelhas que temos hoje é muito mais interessante vir aqui. Depois, por todas as razões que eu já disse, é um género que vos vai fazer rir de certeza absoluta, mas ao mesmo tempo também vos vai chamar à atenção para algumas coisas em Portugal e no mundo que são importantes criticar e alertar para aquilo que está certo ou errado. Para além disso, é um espectáculo muito atraente visualmente e depois porque nós somos muito simpáticos. E já disse mais de três motivos!

APÊNDICE 5 – ENTREVISTA MARIA JOÃO ABREU

(A entrevista foi realizada a 15 minutos da actriz entrar em cena, daí a necessidade de reduzir o número de perguntas)

1. A Revista está viva no coração dos portugueses ou é considerada uma arte menor?

Talvez seja meio por meio. Obviamente que a Revista está viva no coração dos portugueses e a prova é que estamos no décimo mês de representações com salas esgotadas. Desde que eu me estreei em teatro e em Revista que ouço falar do preconceito da Revista, há pessoas que têm muito esse preconceito. Há pessoas que dizem ”tu és atriz de Revista” e eu digo “o quê?”, eu sou actriz, um actor faz tudo. Aqueles que dizem que eu sou actriz de Revista, esses têm preconceito e para esses está morta a Revista.

2. Que importância assume a Revista à Portuguesa na cultura nacional?

Para começar, é um espectáculo de entretenimento puro, feito para o povo português, com um texto muito simples, de crítica social e política e antigamente tinha

uma força ainda maior devido à ditadura, pois era dito nas entrelinhas as coisas que não se podiam dizer na rua. Há muita gente que diz que depois do 25 de Abril a Revista deixou de ter a sua função. Claro que tem e a prova são os muitos programas de humor que temos na televisão e, neste momento, nunca tanta coisa esteve tão mal e tem que se "chamar os bois pelos nomes". Cabe também à Revista alertar através do humor, esta consegue alertar melhor e consciencializar as pessoas. Isto não é o teatro de autor, ninguém vem aqui para receber formação teatral ou para receber uma mensagem profunda, mas vem para simplesmente se divertir e, às vezes, tomas consciência do que se passa no país, ou não, apenas por coisas simples e singelas e, por vezes, as coisas mais simples são as que mais nos fazem rir.

3. Quais os motivos que a levam a continuar a participar em espectáculos de Revista?

Eu adoro musicais e acho que a Revista é o nosso genuíno musical à portuguesa e eu adora cantar, dançar e representar e adoro estar num palco cheio com o elenco, bailarinos, com plumas, com correria nos bastidores e com uma sala inteira a aplaudir, número após número. É fascinante.

4. Indique três bons motivos para lavar os jovens à Revista.

Para aqueles que nunca viram, vão ficar surpreendidos de certeza e se calhar vão contrariar a ideia pré-concebida de que a Revista foi feita para algumas pessoas. Outro motivo é porque se vão divertir imenso e o terceiro é porque vão divertir-se mesmo muito muito e vão sair daqui bem-dispostos porque, acima de tudo, é essa a função da Revista. Nestes momentos de crise, em que andamos todos a pensar em coisas negativas, faz-nos bem durante duas horas e meia abstrair-nos um bocadinho e o humor é o melhor remédio.

APÊNDICE 6 - REVISTAS À PORTUGUESA EXIBIDAS NO TEATRO MARIA VITÓRIA

ENTRE 1922-2014

	Data	Nome da Revista
1	1992	Lua Nova
2	1923	Ano Novo
3	1923	Fado Corrido
4	1923	Coisas da Vida
5	1925	Foot-ball
6	1925	Rataplan
7	1926	Ás de Espadas
8	1927	Reviravolta
9	1927	Olé!
10	1928	A Rambóia
11	1929	Ricócó
12	1929	Pé de vento
13	1930	A Rapioca
14	1930	A ginjinha
15	1931	A Nau Catrineta
16	1931	Dança da Bica
17	1931	Viva o Jazz!
18	1932	Pim-pam-pum
19	1933	Mãos no ar
20	1933	Feijão Verde
21	1934	Ché-ché
22	1934	Viva a folia
23	1934	Vista alegre/ Revista alegre
24	1935	Anima-te Zé
25	1936	À vara larga
26	1936	A feira de Agosto
27	1936	Arca de Noé
28	1938	Bailarico saloio
29	1938	Cigarro forte
30	1940	O banzé
31	1940	Ora vai tu!
32	1941	A tendinha
33	1941	Ribeira nova
34	1941	A desgarrada
35	1941	Boa vai ela
36	1942	Voz do povo
37	1942	O Senhor da Pedra
38	1942	Bichas de rabiar
39	1942	Estás a ver, ó viroscas?

40	1942	Essa é que é essa!
41	1943	Cantiga da rua
42	1944	Baile de máscaras
43	1945	A mulher do padeiro
44	1945	A invasão
45	1945	A vitória!
46	1946	A Travessa da Espera
47	1946	Banhos de sol
48	1946	As canções unidas
49	1947	Ó ai ó linda
50	1948	Disto é que eu gosto
51	1948	Tico-tico
52	1948	O pirata da perna de pau
53	1949	Esquimó fresquinho
54	1949	O que se leva desta vida
55	1950	Fogo de vistas
56	1950	Fogueiras de S. João
57	1950	O disco voador
58	1951	Parada da alegria
59	1952	Rebola a bola
60	1952	Tudo isto é fado
61	1953	Cantigas ó Rosa
62	1953	Saias curtas
63	1954	Cala o bico!
64	1954	Como é o tempero?
65	1955	Festa é festa
66	1955	Ó Zé aperta o laço
67	1956	Sebentas de violência
68	1956	O reboliço
69	1957	Curvas perigosas
70	1957	Toca a música!
71	1959	Arraial de Lisboa
72	1959	Tudo na lua
73	1960	Chá-chá-chá
74	1962	Põe-te a pau!
75	1963	Bate certo
76	1963	Ó pá, não fiques calado
77	1964	Todos ao mesmo
78	1965	E viva o velho!
79	1967	Pão, pão... queijo, queijo
80	1968	Grande poeta é o Zé
81	1969	Mãos à obra
82	1969	Esperteza saloia
83	1970	O prato do dia

84	1970	Pimenta na língua!
85	1971	Pimenta na língua!
86	1971	Cala-te boca!...
87	1971	Ó Zé, aperta o cinto!
88	1972	Cá vamos pagando e rindo
89	1973	Ver, ouvir...e calar / Ver, ouvir ... e falar!!!
90	1974	Ver, ouvir...e calar / Ver, ouvir ... e falar!!!
91	1974	Até parece mentira
92	1975	Força, força, camarada Zé / Vota, vota camarada Zé!
93	1976	Força, força, camarada Zé / Vota, vota camarada Zé!
94	1976	O bombo da festa
95	1977	Alto e pára o baile
96	1977	O bombo da festa
97	1978	E tudo São Bento levou
98	1979	Rei capitão soldado ladrão
99	1981	Ó patêgo, olha o balão
100	1984	O bem-tramado
101	1991	Vitória, Vitória!
102	1992	Fomos a votos
103	1994	De pernas para o ar
104	1997	Todos ao parque
105	2000	Tem a palavra a revista
106	2002	Lisboa regressa ao parque
107	2003	Vá para fora... ou vai dentro
108	2004	Arre Potter, qu'é demais
109	2005	A revista é liiiinda!
110	2005	Isto é parque Mayer
111	2006	Já viram isto?!...
112	2007	Hip hop´arque!
113	2008	Piratada à portuguesa!
114	2009	Agarra, que é Honesto!
115	2010	Vai de em@il a Pior!
116	2011	Ora vira € troika o Passos!
118	2012	Humor com humor se paga
119	2013	Lisboa amor perfeito
120	2014	Tudo isto é fardo

APÊNDICE 7 – GUIÃO ACÇÃO DE GUERRILHA

Personagens:

Chunga – Ana Pena

Dux – Luís

Porquita – Vera Califórnia

Campónia – Ana Gonçalves

Motorista – Patrícia Mendes

Guião

Revista: "Geração das Maravilhas"

	O autocarro da Carris (742) vai do Pólo Universitário da Ajuda ao Arco do Cego com alguns jovens estudantes.
Motorista pára o autocarro **Chunga entra no autocarro**	
	Motorista – Então e o passe jovem?
	Chunga – Meu, eu não sou rico! Os transportes devem ser um direito dos cidadãos, nem vale a pena mandares vir. Queres que chame a tropa aí?
Motorista irritado	
	Motorista – Peço que se acalmem. Temos uma avaria no motor. Por favor evacuem o veículo.
Saem todos do autocarro	**Campónia –** Engraçado… minha mãe diz o mesmo. Parece que o "mê" pai tem um problema no motor, ela está sempre a dizer "Zé, vou só ali buscar combustível ao Sr. Jequim Manel, volto já para ti"! Depois volta quando eu já durmo e o "mê" pai ressona…
	Chunga – Xeué! O teu cota já deve ter cá umas hastes… vão de casa dele ao "Sr. Jequim Manel".
Cantarolando olhando para o horizonte.	**Campónia –** "Ai destino, ai destino, destino que Deus me deu"
Entra a música "Controla" do Badoxa.	**Chunga –** Dama, "vamo(s)" "controla(r)" o mambo aí?

Chunga dança com a Porquita (30/20 seg.).	
Fala sempre com postura superior para o Chunga	**Porquita –** Tu é que podias controlar esse teu mambo e deixar-me em paz**.**
	Chunga – Que agressiva nina… és muito… como se diz? Light…
Irritada	**Porquita –** Claro que sou! É para isso que faço exercício todos os dias.
	Chunga – Não dama… és muito insonsa topas? Sem sal, sem pimenta, sem tempero, sem... "UAUUU QUE GOSTOSA"!! Pelos vistos o teu exercício não é com o damo certo!
	Porquita – Mas qual damo? Pára de ser asqueroso. Topas?
No início mostra-se com ar intelectual e no fim algo apaixonado	**Chunga –** Xeué! Asque… quê? Isso é algum vegetal novo? Tipo daqueles detox? Se gostas de coisas coloridas podes ser minha dama babe…
Com ar enfadado e superior	**Porquita –** Deve ser isso. Não gosto de coisas desvitaminadas… como tu.
Revoltado **Vai para junto do público e põe uns quantos a fazer bomba.**	**Dux –** BOMBA! Eu sou o Dux mais conhecido de Portugal.
Todos se atiram para o chão	
Emocionada e no final com um ligeiro ar apaixonado pelo Dux	**Campónia –** Ai… A-do-ro! A minha primeira aula de natação. Nunca mandei uma bomba na piscina. Estou tão emocionada! Lá na minha terra só há uma ribeira e nunca molhei mais do que o calcanhar. Vou já buscar a bóia, para não me afogar. Vamos nadar juntos jeitoso, é quando quiseres.
A Campónia obedece ao Dux	**Dux –** Olhos no chão! Já!
Piscando o olho ao Dux com ar provocador	**Porquita –** Mas tu não devias estar a apanhar banhos de sol no Meco?
Galã e irritado com o atraso do autocarro	**Dux –** Por si tirava a minha capa e íamos. Mas para isso era preciso que o autocarro se mexesse!

Motorista irritado

Campónia –
Portugal é muito diversificado,
temos do mais burro ao mais letrado.
Num dia, temos a certeza que vamos estudar
No outro "olha filho vais ter de emigrar".
Não é só a nossa geração que está à rasca,
É todo um país.
Num dia tens autocarro,
No outro "Que é da Carris?"
Ó, Sr. Passos Coelho,
tenha mas é juízo!
Ainda acha que feriados cortar
leva Portugal ao paraíso?
Quer nos pôr a trabalhar?
Então tenha em atenção.
Há benefícios a dar.
Não é tempo de escravidão!

Motorista irritado

No meio disto tudo,
quem se lixa é o mexilhão.
Paga passe para um mês
e é greve dia sim, dia não!

Porquita –
Portugal é como os Domingos da televisão nacional,
Não passa disto.
"Somos Portugal", "Portugal em Festa",
E é isto que nos resta.
Dizem ao povo que está tudo numa boa,
Emprego e escolaridade a aumentar.
O que é certo, é que até agora
Não vi a divida a acabar.
Em escolaridade só vejo uma coisa crescer,

Com ar enfadado

Essas mesmo!
As propinas… podem crer!!
A cultura era uma vez,
Filmes à tarde…
Bem, para o ano talvez!
Eu bem queria ir trabalhar,
mas com a sorte que tenho
acho que ao *Secret Story* me vou candidatar!

Com ar "iluminado", de quem teve uma brilhante ideia; **Entra o genérico da Casa dos Segredos**	Ora, porque não? Assim, tenho dinheiro e diversão. Até quem sabe, encontre a minha cara-metade nessa casa IKEA. Sim, IKEA! Elas costumam ter umas grandes prateleiras Tal como, como podem observar.
Mexe "ilusoriamente" no seu peito;	E eles são uns armários… prontos a montar.
Diz isso com postura "atiradiça", a piscar o olho	
Entra a música "A garagem da Vizinha" do Quim Barreiros; **Chunga tenta puxar o público a cantar com ele (Bis)**	**Chunga –** "Ponho o carro, tiro o carro, há hora que eu quiser Que garagem apertadinha, que doçura de mulher Tiro cedo e ponho à noite, e às vezes à tardinha Estou até mudando o óleo na garagem da vizinha!"
Com ar de quem não percebeu o que disse o chunga interrompe a conversa	**Campónia –** Meus filhos despachem-me mas é isto, que eu tenho de ir apanhar a carreira para Fátima. Quero pôr uma velinha pelo Sr. Sócrates que está agora a passar férias em Évora.
	Dux – Esse não precisa de velas. Ora, se eu me safei com a justiça, se o Relvas continua licenciado e se o Governo perdoou parte da divida ao Novo Banco, tudo neste país é possível. Claro que o Sócrates também se vai safar!
	Campónia – Ora por falar em safar, eu é que já safava uma bela sandes de courato.
	Chunga - Xeué! 'Tá aqui o meu belo courato.
Dando uma palmada na Porquita	**Porquita –** Já te disse que eu gosto de coisas saudáveis e tu tens gordura a mais para o meu *cabriolet*. Até pinga azeite!
Com postura de "tia"	
Entra a música "Carocha do Amor" (o primeiro verso sozinha); **A gozar**	**Campónia –** "Quem quiser entrar! Ponha o dedo no ar Quem quiser sair vai-se divertir é no meu carocha." **Dux –** Caloiro!! Não tem maneiras? Esta Doutora não é para você molhar o bico.

Com ar de gozão	**Chunga –** Claro que não, no que toca a molhar nós sabemos que és sempre o primeiro a querer refrescar…
Muito irritado; **O Chunga e todos fazem cinco pulos de galo**	**Dux –** Cinco pulos de galo!
Apaixonada	**Porquita –** Uau Dux! Que virilidade.
Surpreendido e gozão; Fala para o público como se estivesse a segredar	**Chunga –** Olha, afinal esta é que está todaaa molhadinhaaa! Tirou o lugar ao Dux e foi refrescar-se primeiro!
Fala apaixonado para a Porquita	**Dux –** Gosta? A capa dá para os dois.
Motorista irritado	**Porquita –** Talvez um dia, hoje tenho de me apressar para estudar. Tenho exame amanhã. Isto caso o motorista decida andar com o autocarro.
Envolve a Porquita na sua capa; Entra o "Bo tem Mel"	**Dux –** Debaixo desta capa já se fizeram vários exames. Deixe-me examiná-la também.
	Porquita – Hoje não. Não posso baixar a minha média.
Com ar inocente	**Campónia –** A minha média é quase 20. Mês pais "andem" tão orgulhosos.
Com uma cerveja na mão	**Dux –** os meus pais também andam a pagar para eu ter média de 20… mas comigo é sempre 20 copos à hora.
O Dux faz um ar de irritado	**Chunga –** Mano, não queres dizer "corpos" em vez de copos? É que dado o teu historial lá pelos mares do Meco…
	Campónia – Vim de tão longe, para uma grande cidade. Iludem-nos! Dizem que a faculdade é para ensinar. Até agora só vi festas E o canudo lá foi ao ar!
Enquanto canta isto vai-se "atirando" ao Dux	**Todos –** "Dói a propina, dói, a propina dói, dói a propina, dói…"
	Dux – Olhem que a Lusófona anda com promoções.
	Chunga – Olha, olha estas agora acham que sabem rappar.

	A faculdade,
Em Rap	Uma eterna piada.
	Acham eles que é só estudo,
	Não passa de fachada.
	Eu é que fui esperto,
	Fiquei em casa da mãe.
	Vivo à pala, gasto à pala,
	Mesmo quando ela não tem.
Referência com as mãos ao dinheiro	Não estudo.
	Para quê ser doutor?
	Mesmo sem diploma,
	Elas caem de amor.
	Trabalhar?
	Eu cá não vou ser escravizado!
	Tenho 10 filhos e assunto arrumado.
	Em Portugal,
	É hábito viver de rendimentos.
	Não é quando chegar a cota
	Que vou ter divertimentos.
	Para nós,
	Se chegarmos lá,
	Queremos descansar
	E nem reformas há.
	"Má niga",
	Isto aqui é só *swag*.
	Calça Armani da "feiruncha",
	Por isso, *respect*.
	Cap com pala ao lado,
	Meias por cima das calças,
	É um *style* "bué" adequado.
	"Bro", isto é assim
	'Tá visto o que estuda aquela ali.
Aponta para a Porquita	Coitados é dos pais…
	Pagam curso p'ra dama ser toda Relações Internacionais.
	A campónia gosta dos pastos,
Aponta para a Campónia	Mas não percebe que o campo
	Não dá para os gastos.
	Contigo também não é difícil.
	Até já estou a entender,
	Um sabichão como tu
	Engenheiro tem que ser.

Campónia –

Fala directamente para o Dux

O Dux diz que é engenheiro informático.
Mas não foi isso que o ajudou,
Graças a Deus que o *bodyboard* o salvou!
Para mim devia ser nadador salvador.
Com a queda que ele tem para onda
Daria um óptimo mergulhador.
Vai-se a ver e também conduz barco à vela,
Quando der por ele
Está a pô-la na capela!

Campónia avança para junto do Chunga

Chunga – Yo manos! Têm acompanhado as últimas do fut?
O meu JC ficou magoado com o Lopes.

Avançam todos para junto do Chunga

Todos – Lopetegui!

Chunga – Isso. Com o Lope… Lote… locopegue… Lotopegui!

Todos – Lopetegui!

Chunga – Oh! Não percebo o Lopes. Aquela revolta toda para quê? Lopes, se me estás a ouvir, senta aqui "frô" "vamo(s)" "conversa(r)". Se eu com aquele plantel fizesse esta época, até agradecia que esquecessem o meu nome.

Dux – Mas você sabe mesmo o que aconteceu? Ele não ficou magoado. O caliro está a baralhar tudo.

Chunga – Claro que sei. O Lopetegui dirigiu-se ao JC desolado, deu-lhe a notícia que o Derek morria na "Anatomia de Grey".

Campónia – Pois, assim é natural que qualquer um se "rebolte".

Chunga – Aí o JC passou-se, começou a gritar "Tu não me estragas assim a minha série preferida bro. O bonzarrão do Derek não pode morrer. Nunca! Ele é meu. Spoiler do c******!".

Campónia – "Inacarditábel"!

Porquita – Boa dica. Ganhaste uma chicla.

Diz isto enquanto masca pastilha

Chunga – O Jesus disse que o Lopetegui subiu muito na sua cotação no Domingo.

Dux – Bem, depois da forma como o Porto jogou na Luz, eu diria que Lopetegui ficou com a cotação em alta entre todos os benfiquistas.

Com postura de gozão	**Chunga –** És “meme” “engraçade” tu aí.
	Campónia – O meu Jesus deve ficar no Benfica para o ano, que orgulho.
	Porquita – Excepto se for para o Real Madrid.
	Dux – Nem para o Real Madrid deve ir! Com as dificuldades que tem em decorar nomes espaholitos o melhor é ficar por cá….
	Campónia – é melhor é, antes que vá parar ao ca…
Olham todos com ar de espanto como se a campónia fosse dizer uma asneira;	
O Dux não a deixa terminar	**Dux –** Cara…
Não termina a palavra; Gritando como se tivesse a praxar	
	Campónia – Então Sr. Dux!! Caracas, Futebol Clube Caracas! Este ano “num” se vai fazer bolo-rei no porto, que acabou-se a fruta!
Chateada	
	Chunga – Ganda estiga ya?! Olha lá, isso são calças de astronauta?
	Campónia – Claro que não, que disparate. Porquê?
	Chunga - É que tens um cu doutro mundo! Mas claro que vai haver fruta este ano. Vocês sabem… os “coises” do Pinto da Costa são Dragonballs.
Aponta para baixo; mexendo “ilusoriamente”	
	Porquita – Ajudem-me meninos, por favooor! Eu meti…
Triste	**Chunga –** Ai meteste? O quê e aonde dama? Também posso entrar?
	Porquita – meti a música do Anselmo no telemóvel… e agora já não toca.
Triste;	
Entra a música “Não me toca” do Anselmo	**Dux –** Claro, a conversa do tuga tinha de ir parar ao futebol. Quando não é ao futebol é à bilha da Cátia Palhinha. Vai tudo atrás para pôr a mão, quando não é a mão é o bitaite. Logo dessa que já perdemos a conta a quantas palhinhas chupou.
Entra a música “Rapaz da Bilha”	

Motorista – Tem toda a razão Dux. Neste país das maravilhas, dizem todos que *Secret Story* não, mas depois vê-se as audiências e mandam os outros programas ao chão.

Dux – Devia apostar-se mais no que realmente é cultura em Portugal.

Campónia – Eu bem que aposto. Minha rica chouriça e como dizia "mê" tio Quim:

Entra a música "O Peixe" do Quim Barreiros.

"O peixe é um alimento que todos devemos comer,
Ao almoço e ao jantar, ajuda a emagrecer.
(…) O rei é o bacalhau para mim é fabuloso,
É o peixe do português, cheira mal mas é gostoso.

Campónia tenta puxar o público a cantar com ela (Bis)

Há quem lhe chupe a cabeça,
outros preferem a posta,
eu adoro comer rabo
seja cozido ou grelhado
cada um come o que gosta".

Todos para o Dux

Todos excepto o Dux –
"Anda cá ao Zé
Não percas a calma
Olha que um bom copo
Aquece-te a alma
Não sejas teimoso
Não digas que não
Esquece o canudo
Leva o garrafão"

PAUSA

Porquita –
"Oh gente da minha terra
Agora é que eu percebi
Esta tristeza que trago
Foi de vós que a recebi

Oh tugas da minha terra
Assim não sou feliz
A pimbalhada é cultura
A marca no nosso país!!"

PAUSA - Aplausos

Todos –
A Revista é mais que uma geração,

Aparece o *like* com a nossa página de facebook	Tu também podes entrar. Tu és importante, Vai ao *Face,* E faz *like* para começar. A Revista representa-te, Representa-a também. Tu sabes que nela todos entram, Seja o Passos ou o Zé-ninguém!

ANEXOS