



INSTITUTO  
UNIVERSITÁRIO  
DE LISBOA

---

Humor na rede: a influência das comunidades online nos produtos humorísticos –  
Um estudo da página de Facebook *Jovem Conservador de Direita*

Inês Isabel Sousa Vieira

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientador:

Prof. Doutor Emanuel Cameira

Professor Auxiliar Convidado

ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

outubro, 2020

Humor na rede: a influência das comunidades online nos produtos humorísticos –  
Um estudo da página de Facebook *Jovem Conservador de Direita*

Inês Isabel Sousa Vieira

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientador:

Prof. Doutor Emanuel Cameira

Professor Auxiliar Convidado

ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

outubro, 2020

*À minha família*



## Agradecimentos

Uma primeira palavra de agradecimento ao meu orientador, o Professor Emanuel Cameira, pelos conselhos, acompanhamento e ajuda na estruturação das ideias ao longo de todo o processo de investigação.

Naturalmente, gostaria também de agradecer ao Bruno Henriques e Sérgio Duarte que, com a maior simpatia, recetividade e disponibilidade, me ajudaram com informações valiosas para a delineação e conclusão da presente dissertação.

Aos meus pais e irmã, pelos ensinamentos, apoio e incentivo a persistir.

Aos meus amigos, pela paciência e motivação: à Casa Mardel, onde tudo começou; à Leonor, Madalena, Morgado, Mariana e Bernardo, por serem um núcleo forte; ao Rui, Minês, Soraia e Marisa, pela companhia nas tardes de trabalho; à Sara, pela amizade nascida em sala de aula; ao Ricardo Gonçalves, pelos cafés e passeios de troca de ideias.

E à Telles, que me ajudou a manter presente que *a gente tem de comer isto a rir*.



## Resumo

A presente dissertação propõe-se a analisar, partindo de uma revisão da literatura que enquadra teoricamente o discurso humorístico, as funções do humor e a sua relação com a liberdade de expressão, a adequação desse género discursivo à esfera online e às redes sociais digitais. Para isso, foca-se no estudo de caso da página satírica de Facebook *Jovem Conservador de Direita*. Fazendo uso de uma metodologia mista, trata de refletir em que medida as comunidades online, mais interativas, podem condicionar o discurso e produtos humorísticos criados na supracitada plataforma online.

Palavras-chave: produto humorístico, sátira, ironia, comunidade online, Facebook, Portugal



## Abstract

Starting from a literature review that frames the humorous discourse within its functions and relationship to freedom of speech, the following research aims to analyse how this genre adapts itself to the online sphere and social media. To do so, the investigation is focused on the satirical Portuguese Facebook page called *Jovem Conservador de Direita* as well as its community. Using a mixed methodology, it proposes a thought on how the online communities can condition the humorous products on this online platform.

Keywords: humorous product, satire, irony, online community, Facebook, Portugal



# Índice geral

Agradecimentos	iii
Resumo	v
Abstract	vii
Introdução	1
Capítulo 1. Humor e sociedade	3
1.1. <i>Onde está a piada?: Uma reflexão sobre o discurso humorístico</i>	3
1.1.1. O riso como causa e efeito do humor: os processos cómicos	4
1.1.2. As funções do humor e a sua viragem pós-moderna	5
1.1.3. Ser humorista: da produção à receção dos produtos humorísticos	7
1.2. Conteúdo sensível: O direito à ofensa	8
1.2.1. Os novos censores da liberdade de expressão	8
1.2.2. O policiamento do discurso humorístico	9
1.3. Humor na rede: possibilidades, limitações e novas questões	11
1.3.1. Características do humor nas redes sociais digitais	11
1.3.2. Liberdade de expressão no domínio online	13
Capítulo 2. Enquadramento metodológico	15
2.1. Problemática e objetivos de estudo	15
2.2. Objeto de estudo e hipóteses	16
2.2.1. A página de Facebook <i>Jovem Conservador de Direita</i>	16
2.3. Métodos e técnicas de investigação	18
2.3.1. Metodologia qualitativa	19
2.3.2. Metodologia quantitativa	20
2.3.3. Limitações e contributos	21
Capítulo 3. Análise de Resultados	25
3.1. Intenções dos autores da página JCD	25
3.2. Receção da comunidade online inquirida da página JCD	27
3.2.1. A comunidade online inquirida da página de Facebook JCD	29
3.3. Análise dos textos selecionados da página JCD	32
3.3.1. O texto inicial e a sua intenção por parte dos autores	32
3.3.2. A contra-resposta crítica e o <i>pedido de desculpas público</i> da página JCD	34
3.3.3. A segunda contra-resposta e o último texto considerado da página JCD	36
Capítulo 4. Reflexões Finais	41

Referências Bibliográficas	45
Bibliografia	45
Fontes	47
Anexos	48
Anexo A. Guião da entrevista	49
Anexo B. Inquérito por questionário online	49
Anexo C. Textos analisados da página JCD	54
Anexo C.1. Primeiro texto considerado	54
Anexo C.2. Segundo texto considerado	55
Anexo C.3. Terceiro texto considerado	58
Anexo D. Interações registadas nos textos considerados	61
Anexo D.1. Interações registadas no primeiro texto considerado da página JCD	61
Anexo D.2. Interações registadas no segundo texto considerado da página JCD	62
Anexo D.3. Interações registadas no terceiro texto considerado da página JCD	62

## Índice de Figuras

Figura 3.1.	
Hábitos de consumo de humor nas redes sociais da comunidade online respondente ao inquérito	27
Figura 3.2.	
Motivações da comunidade online respondente ao inquérito no consumo de humor nas redes sociais	28
Figura 3.3.	
Perceções da comunidade online respondente ao inquérito face à receção do humor nas redes sociais	29
Figura 3.4.	
Comunidade online respondente ao inquérito que conhece a página de Facebook JCD	29
Figura 3.5.	
Preferência de temáticas da comunidade online respondente ao inquérito na página de Facebook JCD	30
Figura 3.6.	
Motivações da comunidade online respondente ao inquérito para comentar na página de Facebook JCD	30
Figura 3.7.	
Características associadas ao discurso da página JCD pela comunidade online respondente ao inquérito	31
Figura 3.8.	
Perceções da comunidade online respondente ao inquérito face à página de Facebook JCD	31
Figura 3.9.	
Perceções da comunidade online respondente ao inquérito face às razões que motivam a receção negativa dos textos da página de Facebook JCD	32

## Índice de Quadros

Quadro 3.1.	
Análise temática de comentários ao primeiro texto considerado da página JCD	33
Quadro 3.2.	
Análise temática de comentários ao segundo texto considerado da página JCD	36
Quadro 3.3.	
Análise temática de comentários ao terceiro texto considerado da página JCD	37



## Introdução

O pensamento sobre o humor conta já com séculos de reflexão, ao longo dos quais múltiplas teorias têm vindo a ser formuladas nas mais variadas áreas, desde a Psicologia, Neurologia à Filosofia, passando pela Sociologia, Linguística e Comunicação. Conclusão comum em todas elas é a de que o riso e o humor são uma forma de o ser humano se relacionar socialmente, sendo o primeiro resultado de um impulso nervoso e o segundo um processo acabado e consagrado no discurso. Assim, conclui-se que o riso físico é espoletado por mecanismos que, entre outros, passam por formas discursivas que encontram na piada o seu enunciado narrativo. Ao distinguirem-se das opiniões – de facto, as piadas, enquanto formas textuais, procuram uma inversão de sentidos recorrendo a variados recursos estilísticos que retiram a carga séria da opinião –, sublinha-se o detalhe de que nem todas seguem o mesmo padrão. Nesse sentido, para a sua correta interpretação, é necessário que os intervenientes partilhem e tenham presente um conjunto de referentes que lhes permitam descodificar o enunciado enquanto humorístico. A ofensa provocada pela piada fica, assim, do lado do recetor.

Como forma de minimizar o dano causado pela desordem da piada, assistiu-se à incorporação do discurso humorístico nas estruturas que o mesmo se propunha criticar. Condicionado pelas regras das mesmas, foi perdendo o seu carácter corrosivo, desabitando as audiências a um tipo de humor mais crítico. O advento da Internet e de múltiplas plataformas digitais que permitem a livre criação e partilha de conteúdos veio dar uma nova visibilidade e permitir a reinvenção dos géneros humorísticos, impulsionando não só novos autores como também a criação de novos públicos. Levanta-se a questão de se o livre discurso humorístico no domínio online veio aumentar a sensibilidade para a ofensa face ao mesmo. Da mesma forma, reflete-se sobre em que medida podem as redes sociais digitais, como o Facebook (plataforma privada de venda de espaço público), pelas suas características, moldar novos tipos de produtos humorísticos. De facto, se nos *media* tradicionais o ónus da decisão está na independência (ou não) da respetiva administração, nas rede sociais digitais as condicionantes multiplicam-se. Para além de partirem dos critérios próprios das plataformas – como é o caso das políticas, termos e condições de cada uma –, são ainda causa e efeito da intensidade das interações entre comunidades online, influenciadas pelo próprio algoritmo.

Face às novas dinâmicas das comunidades online – por vezes, autênticos tribunais digitais –, a presente dissertação propõe avaliar em que medida podem as mesmas condicionar o discurso humorístico e, em última análise, o produto humorístico final.

Para isso, a investigação orienta-se mediante uma revisão da literatura em torno do humor e da sociedade. Partindo de uma reflexão sobre o discurso humorístico e as suas funções, o enquadramento teórico passa também pela definição da liberdade de expressão nas sociedades contemporâneas e no seu reflexo no humor, terminando numa análise das possibilidades, limitações e questões levantadas pela criação de novos produtos humorísticos na esfera online.

Passado o enquadramento metodológico da presente pesquisa, e recorrendo a uma metodologia propositadamente mista, procede-se à análise de um estudo de caso focado na página de Facebook de humor satírico *Jovem Conservador de Direita*, que, pelos seus contornos, permitirá dar resposta à questão de partida “Em que medida pode uma comunidade online condicionar um produto humorístico?”. A análise foca-se não só nas características da personagem, como também nas intenções dos autores na sua criação. Analisam-se ainda as perceções de parte da comunidade online da página de Facebook em causa, contrapondo-as a uma crítica concreta prestada à personagem por uma figura pública. No final, reflete-se sobre o impacto – positivo ou negativo – que a comunidade online tem nos textos humorísticos da página e, em última análise, na determinação do produto humorístico no seu todo.

## Humor e sociedade

### 1.1. *Onde está a piada?: Uma reflexão sobre o discurso humorístico*

Existe uma relação indissociável entre a linguagem humana e a experiência: é pela linguagem que a experiência se constitui e revela o seu sentido. A linguagem humana estrutura-se em forma de discurso, um instrumento de comunicação com função expressiva e representativa que produz significados, cultura e subjetividade. Esse discurso manifesta-se de várias maneiras, comunicando vários sentidos e significações conforme o contexto onde se insere (e é produzido) e a ideologia de quem o vincula. Através da sua análise consegue-se analisar os efeitos e sentidos produzidos pelos artifícios da linguagem e as relações que a mesma estabelece com os contextos (Gruda, 2011, p. 748). Consegue-se ainda entender que a linguagem, enquanto produção social, parte de relações de poder e atua como instrumento de dominação dentro de um certo convencionalismo.

Mas como é que funciona a análise do discurso? Para Mikhail Bakhtin (como citado em Furtado, 2016, p. 15), “o estudo da língua apenas pode acontecer na análise do enunciado, pois é neste que sucede a verdadeira interação entre o *eu* e o *outro*”. Para que essa interação seja bem-sucedida, é necessário que os falantes dominem os géneros discursivos. Estes, para além de determinadas características ao nível da estruturação textual (forma, extensão e linguagem), são detentores de uma função ou finalidade comunicativa, emergindo de situações sociais e, por isso, contendo variações. Valentin Voloshinov diz-nos que “o entendimento recíproco entre interlocutores” é apenas possível “se os intervenientes partilharem as mesmas experiências, pois [...] qualquer enunciado nasce da interação entre dois ou mais indivíduos num determinado contexto social e cultural” (como citado em Furtado, 2016, p. 16). Assim, comunicamos sempre sob a forma de géneros que escolhemos e aplicamos ao contexto comunicativo no qual nos encontramos (*idem*, p. 24), podendo identificar-se géneros primários (relações do dia a dia) e géneros secundários (onde se insere o discurso humorístico).

O discurso humorístico surge como uma forma de contornar convenções causa e efeito da linguagem, tornando possível uma produção de sentido contra-hegemónico ou diferenciada dos discursos dominantes. Com afirma Rui Zink (2013, p. 236), o discurso humorístico é contracorrente porque é contra a linguagem, requerendo uma lógica e um sentido, onde o interlocutor tem de percorrer um caminho mental e estabelecer relações entre enunciados. Podemos assim entender o humor como “um discurso à deriva caracterizado pela busca de inversão e deformação do que é sério e/ou instituído” (Gruda, 2011, p. 749).

O humor, enquanto género discursivo, encontra na piada o seu enunciado narrativo, ou seja, é pela identificação da mesma que o leitor reconhece um texto como humorístico. A piada, enquanto género textual, implica personagens, espaço e tempo – fazendo uso de variados recursos estilísticos, como o trocadilho, o sarcasmo ou ainda a ironia – e tem como principal objetivo espoletar o riso. Desta forma, para ser interpretada e identificada como tal, é necessário que os interlocutores partilhem um quadro comum de referências. De facto, em qualquer situação de interação oral, os intervenientes “procuram identificar ativamente sinais que lhes permitam contextualizar os enunciados, para poderem fornecer uma resposta adequada à situação comunicativa em que se encontram” (Furtado, 2016, p. 13). Desta forma, “o humor nasce também da referência cultural – e perde-se rapidamente se os referentes não estiverem todos em presença” (Zink, 2013, p. 233). É, por isso, essencial manter presente o conceito de *frame* – introduzido por Gregory Bateson em 1954 e desenvolvido por Erving Goffman em 1974 –, onde se confere ao interlocutor a função de contextualizar o enunciado narrativo mediante as pistas fornecidas pelo locutor. É ainda importante ter presente que “assumir que o tipo de texto que geralmente classificamos como piada [...] constitui um género, não significa dizer que é fácil classificar piadas, nem que todas as piadas obedecem exatamente ao mesmo padrão” (Possenti como citado em Freitas, 2011, p. 14). De facto, o humor implica uma negociação da alteração de um enunciado sério para um enunciado humorístico, o que requer a aceitação por parte dos interlocutores.

#### **1.1.1. O riso como causa e efeito do humor: os processos cómicos**

O riso e o humor (doravante também designado por cómico) desempenham um papel importante no estabelecimento das relações entre seres humanos. Se o riso pode ser considerado “a grande metalinguagem do homem” (Pires, 2013, p. 228), o humor é o “riso elevado a arte” (Zink, 2013, p. 231), não havendo cómico fora daquilo que é propriamente humano (Bergson, 2019, p.14).

“O riso promove uma suspensão dos códigos éticos, morais, sociais e inverte todas as ordens estabelecidas, mas a sua ambição não é fundar uma nova ordem ou um novo código, antes esclarecer as estruturas sobre as quais a inteligência, a sensibilidade e a imaginação erguem as suas construções conceptuais, artísticas ou teóricas.” (Crespo, 2013, p.13)

Para Henri Bergson, para compreendermos o riso temos primeiro de o repor no seu meio natural – a sociedade – de forma a determinar a utilidade da sua função social. Por isso se fala em processos cómicos ou humorísticos, ou seja, nos “mecanismos que podem levar o homem a rir” (Bernardo, 2017, p.13). Com base nos mesmos, delinearam-se as teorias do humor, que

refletem sobre as causas do riso e devem por isso ser encaradas como complementares e não contraditórias.

A primeira é a da superioridade, na qual se defende que encontramos humor na desgraça dos outros e onde o riso é um “sudden outburst that makes tendential jokes so irresistible” (Freud como citado Watson, 2015, p. 409). Esta forma de interpretar a causa do riso pode ser encarada como uma forma de ridicularização, o que levanta questões éticas. No entanto, defende-se que a teoria da superioridade é mais complexa do que a simples interpretação do riso como uma resposta ao infortúnio dos outros.

“Such laughter may arise out of identification, through a process in which we are confronted with the materialization of the human condition, so that we end up laughing at precisely the absurdity of it all (...). What the superiority theory points to is the recognition of the fragility of humanity’s intervention of itself, revealing the constraints, both social and cultural, that humanity imposes on itself.” (Watson, 2015, p. 410)

A segunda teoria é a do alívio. De fundamentação freudiana, afirma que o riso é uma forma de libertar tensão emocional e/ou física através do prazer conseguido com os processos do cómico. É a partir da ideia de *prazer do humor* que se estabelece a ponte para a última teoria: a da incongruência. Associada a Immanuel Kant e Arthur Schopenhauer, funciona dentro dos dispositivos retóricos da ironia, que Søren Kierkegaard aponta como a forma mais séria de humor. De facto, a ironia é “a figura de retórica mediante a qual se diz o contrário do que se diz” (Duarte, 1994, p. 55), implicando, por isso, o reconhecimento de uma mentira implícita na linguagem. Nesse sentido, a estratégia da ironia é a de se falar por antífrases como forma de expressar algo além do aparente. No entanto, “nada pode ser considerado irónico se não for proposto e visto como tal” (Duarte, 1994, p. 55) e, portanto, a ironia que existe nos enunciados deve ser consagrada na sua receção, onde a multiplicidade de sentidos dos mesmos será interpretada.

### **1.1.2. As funções do humor e a sua viragem pós-moderna**

O humor tem consequências para o ser humano a nível físico e mental, influenciando positivamente os sistemas endócrino, cardiovascular e imunológico. De facto, o ser humano, mediante o desenvolvimento de processos humorísticos, foi capaz de criar mecanismos eficazes para atenuar situações causadoras de tensão e stresse (como as relações de poder das autoridades morais, políticas e sociais), inventando uma forma para chegar ao riso e, consequentemente, ao alívio.

Para Bergson (2019, p. 50), “é cômico qualquer arranjo de atos e acontecimentos que nos dá, inseridas uma na outra, a ilusão da vida e a sensação nítida de uma combinação mecânica”. Já Joana Furtado (2016, p. 2) acrescenta a esta ideia a de que o humor se encontra “intimamente associado à suspensão de códigos éticos, morais e sociais”, invertendo os estabelecidos – sem, no entanto, ter o objetivo de criar novos –, ao mesmo tempo que aproxima afetivamente os interlocutores. Desde a Antiguidade Clássica que o humor tem vindo a ser associado à comédia – género que carrega o seu discurso – e, portanto, cunhado não só com termos negativos (em oposição à nobreza da tragédia) como também por associações diretas ao seu carácter popular e, em última análise, marginal. É já na Modernidade que o humor vai perdendo essa conceção e sendo “lentamente incorporado pela cultura e artes” (Justo como citado em Gruda, 2011, p. 752). Este reconhecimento no campo estético será consagrado na pós-Modernidade, onde o discurso humorístico transforma-se numa das principais formas de mediação com o mundo. Para Gilles Lipovetsky (como citado em Tomazi, 2011, p. 141), apenas a sociedade pós-moderna, devido ao enfraquecimento do poder combativo e refutador do humor, pode ser considerada humorística, suplantando a comicidade corrosiva da sátira. Para Mateus Gruda (2011, p. 754), o humor enquanto género mordaz foi enfraquecido e neutralizado não só pelas estruturas de poder como também pela superficialidade do discurso do politicamente correto. Micheline Tomazi (2011, p. 144) acrescenta a esta ideia a de que os *media* atuam de forma unilateral na sociedade do espetáculo<sup>1</sup>, dominando-a ideologicamente e contribuindo para uma “anestesia momentânea do coração”, responsável pela indiferença ao efeito da comicidade. Assim, o humor transforma-se num instrumento descomprometido e descontraído. Em suma, num mero produto para consumo individual.

Quando falamos em humor político, referimo-nos aos produtos humorísticos onde a linguagem é sobretudo subversiva, operando dentro de um determinado contexto social e político, questionando-o e expondo-o ao pensamento crítico (Bernardo, 2017, p. 27). Devido a isto, pode temer-se a sua influência na modelação da opinião pública, sobretudo num contexto onde os programas de entretenimento – cujo principal objetivo é entreter e não informar – cada vez mais incorporam este discurso. Neste sentido, apraz-se clarificar que o humor político pode ter duas distinções: pode ser sobre política e pode ser político, no sentido em que propaga uma mensagem política (Bernardo, 2017, p. 39). Não obstante, é transversal a estas duas caracterizações a ideia de que o discurso humorístico político deve ser útil na medida em que

---

<sup>1</sup> Conceito introduzido por Guy Debord em 1967 referente a uma forma de sociedade onde os indivíduos contemplam e consomem passivamente as imagens de tudo o que lhes falta na existência real.

cativa o ouvinte e enfraquece o adversário: aqui uma figura ou o sistema no seu todo. O que o distingue do ato provocatório passa a ser a verdade da premissa.

“(…) quando a premissa parte de uma não-verdade, o humor político deixa de ser humor, porque a premissa é o contexto, é aquele que o ouvinte toma como certo, que conhece e é a partir dessa verdade que se pode criar o processo humorístico.” (Bernardo, 2017, p. 29-30)

Tendo em conta a ideia destacada por Gruda de enfraquecimento do caráter corrosivo do humor pelos *media* tradicionais e consequente desabitação ao género por parte das audiências, talvez não seja de espantar a fragilidade das suscetibilidades dos públicos relativamente ao humor sobre política, sobretudo quando feito na Internet.

### **1.1.3. Ser humorista: da produção à receção dos produtos humorísticos**

Do processo humorístico resulta o produto humorístico, ou seja, a obra em si difundida em diversos meios, criada pelo humorista. Para além das qualificações informais sobre as quais a habilidade humorística se constrói, a profissão de *guionista de humor* implica alguns artifícios técnicos e um trabalho de acompanhamento da realidade, matéria-prima do seu trabalho.

“Na chamada sociedade do conhecimento, na qual o exercício de uma profissão é quase sempre associado à habilitação que o possibilita e ao domínio de um conjunto de saberes técnicos, ser guionista de humor significa, aparentemente, trabalhar numa atividade que não é trabalho, ou seja, depende mais da descontraída capacidade natural para fazer rir, do que do esforço tecnicamente alicerçado que visa atingir uma reação emocional.” (Cantante, 2007, p. 6)

Como vimos, a relação entre o humor e o riso é vista como um meio essencial no estabelecimento de relações. Para alguns humoristas, a empatia criada pelo riso, já assinalada anteriormente, é um fenómeno que ultrapassa a relação de amizade ou simpatia, porque parte da identificação com as ideias. A tendência para rir e/ou melhor aceitar temas tratados será tanto maior quanto a identificação com o humorista.

“Percebe-se (...) que o surgimento da comédia é facilitado pela proximidade dos intervenientes, o que não deixa de acontecer com os humoristas, onde não está em causa uma proximidade familiar ou de amizade, mas uma proximidade ideológica, e essa partilha de ideologias ou gostos semelhantes transforma-se numa vantagem para o humorista porque será mais fácil fazer esse público rir.” (Figueiredo, 2017, p. 28)

Estabelecem-se assim as *joking relationships*, ou seja, “relações que permitem um desrespeito que é consentido por ambas as partes e não deve ser interpretado como uma

ofensa” (Radcliffe-Brown como citado em Figueiredo, 2017, p. 8). Comuns entre grupos de amigos, é a possibilidade de ofender sem que essa ofensa seja entendida como tal, ou seja, o conteúdo poderá ser ofensivo, mas não tem como objetivo ofender. Da mesma forma, Telma Figueiredo (2017, p. 8) afirma que existe humor (e piadas) que pressupõem consentimento da ofensa e/ou uso de retórica insultuosa, sublinhando a diferença entre o *não gostar* e o *mostrar-se ofendido* com a interpretação da piada. De facto, é mais fácil ofender com humor do que com uma opinião objetiva, dado que a piada implica, geralmente, a retirada da carga séria de um determinado assunto. Assim, a possibilidade da ofensa está sempre presente na receção – isto é, na descodificação e interpretação – do trabalho do humorista, e dependente dos contextos onde a mesma se dá.

## **1.2. Conteúdo sensível: O direito à ofensa**

### **1.2.1. Os novos censores da liberdade de expressão**

A afirmação do indivíduo por meio das suas ideias é um conceito nascido na Antiguidade Clássica e consolidado na contemporaneidade ao abrigo dos ideais da Revolução Francesa e, portanto, um direito universal, inegociável e fundamental para as democracias modernas. Para além do mais, a liberdade de expressão é ainda um direito humano protegido pela Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948). Consequentemente, liberdade de opinião e de expressão são “necessárias para o bem-estar mental da humanidade (do qual todo o seu restante bem-estar depende)” (Mill, 2010, p. 101). Para Mick Hume, a liberdade de expressão é o fator mais determinante para a criação e a sustentação de uma sociedade civilizada. Ao dissecar a expressão, conclui que “um direito é um direito” (Hume, 2016, p. 38) e que, portanto, liberdades não implicam condições.

“Liberdade significa que as palavras não devem ser manietadas por nenhuma censura oficial imposta pelo Governo, pela polícia, por um tribunal ou outro órgão intrometido validado pelo Estado.” (Hume, 2016, p. 34)

Neste sentido, afirma que os defensores da necessidade de imposição de limites à expressão (apelidados pelo próprio de *pseudodefensores da liberdade de expressão*) defendem não a livre expressão, mas sim a expressão condicional. John Stuart Mill diz-nos que a estipulação desses limites será sempre discutível e dependente da ofensa daquele cuja opinião seja atacada. Para o mesmo autor, o único caso onde é legítima a restrição da liberdade de expressão é quando uma determinada opinião incita ilegalmente à violência.

“Quando nos esquecemos que a liberdade de expressão é livre, também parecemos esquecer o que significa tolerância (...). A tolerância não é permitir que qualquer pessoa desate aos impropérios, ofenda e insulte sem contestação, porque toda a gente tem direito à sua opinião. A verdadeira tolerância significa permitir que os outros expressem opiniões, por muito desagradáveis que elas sejam, e depois sermos também nós, livres de lhes dizer o que pensamos delas.” (Hume, 2016, p. 39)

Assim, o direito a ofender relaciona-se com o que dizemos e não com a forma como o dizemos. Para distinguir palavras de ações, tem de se diferenciar as palavras que são expressões de algo, das palavras que se tornam parte de uma ação. Existem *palavras agressivas*, isto é, de incitamento à violência ou ações ilegais (o que constitui um crime), cabendo a quem está do lado da receção a liberdade de decidir ou não fazê-lo. Por isso, deve-se manter a maior cautela na criminalização da expressão de uma opinião ofensiva num discurso que envolve apenas troca de palavras.

A preocupação com a proteção das emoções é, muitas vezes, considerada mais importante do que o confronto de ideias, podendo-se quase usufruir de uma autoridade moral que advém do reconhecimento público da vulnerabilidade elevada ao estatuto da virtude. Este policiamento da opinião e da ideologia inviabiliza, muitas vezes, debates, edificando tabus e, em última análise, enfraquecendo também os direitos de quem os limita. Assiste-se, desta forma, não só a uma delimitação estreita do campo da liberdade de expressão, mas também ao alargamento das suas exceções, aumentando-se os constrangimentos da (auto)censura e reduzindo-se a possibilidade do debate.

“A falência da ideia de pensamento crítico é terrível porque arrasta consigo esta noção plebiscitária de que, como não sabemos quais as condições em que podemos produzir um juízo, o melhor é não produzir juízo nenhum.” (Monteiro, 2020, p. 111).

Mais do que nunca, este cenário tem vindo a ser transposto para o terreno da Internet, como se verá mais adiante.

### **1.2.2. O policiamento do discurso humorístico**

Como entendido anteriormente, o humor revela e promove uma reflexão sobre a condição humana e a *ordem das coisas*. Acrescenta-se a esta ideia a de John Cleese<sup>2</sup>, que nos diz que “the whole point about humor, the whole point about comedy is that all comedy is critical”. Não é, portanto, de admirar que “a ironia e o sentido do ridículo que deveriam marcar a sensibilidade

---

<sup>2</sup> Entrevista de 2016 para o portal Big Think. Consultada em <https://bit.ly/3jx6xjb> a 12 de julho de 2020

adulta estejam igualmente ausentes nas caças às bruxas do chamado politicamente correto” (Monteiro, 2020, p. 100) e que o discurso humorístico seja cada vez mais alvo de preferência do ataque. Para Cleese, “political correctness has been taken from a good idea, which is let’s not be mean in particular to people who are not able to look after themselves very well - that’s a good idea - to the point where any kind of criticism on any individual or group could be labeled cruel (...) If you start saying *we mustn’t offend them*, then humor’s gone.”

De facto, se antes as queixas partiam maioritariamente de fações conservadoras e incidiam sobre comédia considerada blasfema e/ou indecente, agora os visados são comediantes acusados de abordar racismo, sexismo, homofobia ou outros tópicos tabu de forma menos correta, confundindo-se muitas vezes a sátira com aquilo que se satiriza. Neste contexto, os principais críticos são, de acordo com Hume, “ativistas radicais na Internet, meios de comunicação liberais e até outros comediantes apoiados – pelo menos no Reino Unido – por entidades reguladoras, políticos e os novos polícias do politicamente correto” (Hume, 2016, p. 158).

As principais controvérsias em torno da comédia atual incidem na incapacidade de separação da *ofensa* da *falta de piada*, entrando no domínio do direito (ou não) a fazê-lo e a dizê-lo. Tal acarreta consequências graves não só para o humor como também para a liberdade de expressão. Para Hume, este novo contexto criou uma atmosfera asfíxiante de conformismo e intolerância em que qualquer discurso humorístico que ultrapasse os limites tem de ser, além de ignorado, silenciado (Hume, 2016, p. 164). O forte empenho em vigiar o que se aceita ou não como engraçado criou um ambiente pesado em que a comédia corre o risco de se tornar um assunto sério e seguro, antiquado ou simplesmente controverso. Para além do mais, a tentativa de impor códigos de comportamento à comédia reflete a ideia de que podemos aplicar um juízo político e moral ao humor e impedir-nos de rir com uma coisa ofensiva ou controversa, algo impossível, tendo em conta as características do riso já abordadas.

Como noutras frentes de guerra silenciosa contra a liberdade de expressão, o debate sobre os limites na comédia é marcado por uma inconsistência imperturbável, tanto à esquerda como à direita, onde ambos os lados se apresentam como defensores da liberdade desde que o humor seja adequado aos respetivos gostos. No entanto, o êxito ou fracasso de um comediante não deve ser regido pela adequação das suas piadas aos padrões políticos ou éticos das outras pessoas. Para Rui Zink, “o humor, como a ficção, precisa de ser adequado. Mas é uma adequação estética, não ética” (2013, p. 239). De facto, *inapropriado* difere de *impróprio* e o desejo de decretar não só as palavras que um comediante deve dizer, mas também aquilo que nos deve fazer rir, constitui uma tentativa de controlar o discurso e, em última análise, o pensamento.

### **1.3. Humor na rede: possibilidades, limitações e novas questões**

As redes sociais podem ser definidas como “um conjunto de pontos vinculados por relações que cumprem determinadas propriedades” (Santos como citada em Valente, 2018, p. 161), possuindo estruturas e formas próprias que configuram redes de interação onde atuam atores sociais. Ao longo das últimas décadas, desenvolveram-se formas de organização semelhantes, mas motivadas pelas tecnologias de informação e comunicação, em especial pela Internet<sup>3</sup>. É neste espaço que se desenvolvem múltiplas plataformas digitais que atuam como “espaços/agentes de mediação constituídos em cima de uma base tecnológica” onde ocorrem “diferentes atividades e pelos quais são transacionados serviços, conteúdos e interações” num “ambiente conectado” (Valente, 2018, p. 162). Apesar de se ter convencionado chamar *redes sociais* a estas plataformas – que possibilitam a articulação de interações no domínio online e offline<sup>4</sup> –, para o presente trabalho adotar-se-á o termo *redes sociais digitais* para designar as “plataformas de interação e circulação de mensagens e conteúdos tendo como base tecnologias digitais e disponibilizadas em ambientes online” (*idem*, p. 165). Convém ainda clarificar que as mesmas se categorizam consoante a natureza das suas funcionalidades, dividindo-se entre plataformas de conteúdo gerado pelo utilizador (PCGU) e plataformas de troca de mensagens. O Facebook insere-se na primeira categoria.

Ao permitirem e descomplicarem a comunicação entre diversos grupos e estabelecerem relações entre indivíduos com áreas de interesse semelhantes, a Internet e as redes sociais digitais constituem-se autênticos tubos de ensaio para a exploração de novos géneros e formatos humorísticos. Maioritariamente de uso gratuito, sem grandes limitações e de acesso facilitado através de uma multiplicidade de dispositivos – móveis ou não –, estas plataformas permitem a produção, divulgação e acesso a conteúdos humorísticos, levando a que os mesmos se diluam ao longo do universo digital e não se limitem a espaços dedicados.

Para o propósito da presente exposição, focar-se-á a análise na rede social digital Facebook. Criada em 2004, as suas características tornam-na não só numa plataforma de acesso a conteúdos humorísticos, mas também numa produtora em si, com conteúdos publicados na rede que nela circulam livremente.

#### **1.3.1. Características do humor nas redes sociais digitais**

Uma das consequências importantes do uso da Internet foi o desenvolvimento de uma nova forma de pensar caracterizada pela agilidade, integração e relativização de ideias anteriormente

---

<sup>3</sup> Também conhecida como *web* (em português, *rede*).

<sup>4</sup> Termo utilizado nos países de língua portuguesa e hispânica. Nos países anglo-saxónicos é comum utilizarem-se os termos *social network* e *social media*.

tidas como universais e absolutas. Tal se justifica pela lógica de hipertexto à qual estamos expostos e que nos leva “a transitar à velocidade de um clique de uma informação para outra, (...) de um contexto cultural para outro” (Barros, 2013, p. 53). Tendo esta ideia presente, e a partir do contraste com o offline, foi possível delinear algumas especificidades do humor presente nas redes sociais digitais.

A primeira observável é a diversificação e especificidade dos conteúdos humorísticos. De facto, a Internet permite a superação das fronteiras dos *media* tradicionais e do consequente humor genérico, permitindo piadas sobre uma multiplicidade de temas, que poderão não ser facilmente apreendidas sem a familiaridade com o assunto tratado. Relacionada com estas características está a facilidade e rapidez de produção, acesso e partilha dos produtos humorísticos, por sua vez dotados de uma dinâmica online mais ágil, pouco rígida e, por isso, muito própria. Exemplo disso são os *memes*<sup>5</sup> e os *trolls* da Internet<sup>6</sup>. Uma outra especificidade do conteúdo humorístico nas redes sociais digitais advém das próprias características das comunidades online. Segundo Howard Rheingold (como citado em Castells, 2005, p. 443), as comunidades virtuais – no presente trabalho designadas como comunidades online – são “uma rede eletrónica autodefinida de comunicações interativas e organizadas em redor de interesses ou fins comuns”. Sabendo-se que parte considerável das comunicações que acontecem em rede dão-se geralmente de forma espontânea, não organizada e diversificada em finalidade e adesão (*idem*, p. 339), reconhece-se que os hábitos, gostos e preferências das gerações mais jovens poderão exercer influência sobre o humor que circula na Internet (podendo tanto aumentar a margem de recetividade, como intensificar a exposição à crítica). Para isso contribui também a interatividade da Internet, que permite um retorno praticamente imediato por parte dos consumidores, algo muito salientado pelos humoristas. Para os mesmos, as redes sociais são ferramentas para testar material e contactar com o público, assim como para promover espetáculos e outros trabalhos. Esta democratização do espaço atenuou a fronteira que separa os consumidores e produtores de conteúdo humorístico, já que qualquer utilizador pode produzi-lo e atingir, intencionalmente ou não, um grande público.

---

<sup>5</sup> O conceito de *meme* foi primeiramente definido pelo biólogo Richard Dawkins (1976) como uma unidade de informação que se perpetua ao ser replicada. Na Internet, a palavra *meme* é usada para designar qualquer ideia que se propaga através da rede, podendo permanecer a mesma ou sofrer variações, mantendo sempre algum elemento que remeta à informação original (Bastos, 2013, p. 81).

<sup>6</sup> Um *troll* é um utilizador que se diverte a criar controvérsia através de comentários à primeira vista inocentes, mas intencionalmente focados em provocar discórdia.

### 1.3.2. Liberdade de expressão no domínio online

A Internet é dos poucos espaços de comunicação onde apenas uma quantidade limitada de regulações foi aplicada, podendo, por isso, ser encarada como uma mais-valia à liberdade de expressão. O artigo 10º da Convenção para a Proteção dos Direitos Humanos e Liberdades Fundamentais (também conhecida como Convenção Europeia dos Direitos Humanos) incentiva os tribunais nacionais a criarem os seus próprios quadros legais apropriados para assegurar a liberdade de expressão dos respetivos países, ficando à responsabilidade e critério de cada um a aplicação desse controlo quer nos média tradicionais. No entanto, é curioso observar que, à margem legal, é o impulso crítico das comunidades online que faz dos próprios consumidores crivos autónomos e inseridos numa massa crítica (Bastos, 2013, p. 104).

“A possibilidade que as redes sociais oferecem de tornar uma opinião pública ou tecer uma crítica sobre algo é uma mais-valia à liberdade de expressão, ainda que crie choques de opinião.” (Nelson Nunes como citado em Figueiredo, 2017, p. 23)

Cada vez mais, as redes sociais digitais desempenham uma função de pressão mediática, de policiamento e de redefinição do que se pode ou não dizer. Corre-se também o risco de se abrir porta à “aleatoriedade inquisitorial digital” (Monteiro, 2020, p. 124), sem direito ao contraditório, ao benefício da dúvida ou à explicação. Ainda nas redes sociais digitais, a crítica fácil leva à imposição da retirada de publicações ou do próprio espaço do comediante na rede em questão. De destacar os grupos de pessoas<sup>7</sup> que se reúnem para proceder a denúncias coletivas de publicações nas plataformas online, levando à sua eliminação por parte das mesmas mediante critérios pouco claros e, muitas vezes, pouco congruentes. Em casos mais extremos, a crítica evolui para insultos ou ameaças resguardadas pelo anonimato das caixas de comentários.

Com uma pluralidade de opiniões, é importante para os utilizadores das redes sociais digitais não perderem o sentido das proporções. Por seu turno, para quem assumidamente cria conteúdo humorístico nestas plataformas, será necessária autoconfiança e resistência perante discursos inflamados e tentativas de boicote.

---

<sup>7</sup> Autodenominadas *flamers*.



## Enquadramento metodológico

### 2.1. Problemática e objetivos de estudo

Como já mencionado, o humor é um termo abrangente e transversal a várias instâncias da vida quotidiana. Por estar tão inserido na nossa cultura, o debate em torno do mesmo baseia-se muitas vezes em argumentos fundamentados no senso comum. Surge a dúvida se será possível discuti-lo de forma objetiva e à luz dos quadros conceptuais assumidos pelas ciências sociais.

Partindo da ideia já estabelecida de que o humor é um discurso simultaneamente produto e produtor social, a problemática de onde surge a questão de partida advém das inúmeras discussões e conflitos acerca dos limites do humor – ou seja, do que pode ser ou não considerado humor – e do reflexo desse debate na regulação do discurso e produtos humorísticos. Neste seguimento, torna-se relevante refletir sobre o papel da Internet e das redes sociais digitais – em particular, da plataforma mais utilizada em Portugal: o Facebook (Marktest, 2019) – no condicionamento da linguagem e produto humorístico. O foco na referida rede justifica-se pelo facto de os humoristas cada vez mais tirarem partido das características da supracitada rede para potencializarem a sua criatividade e alargarem as suas possibilidades de criação humorística. Um exemplo disso é o surgimento de personagens fictícias que se confundem com comuns utilizadores destas plataformas, mas que são usadas como ventríloquos de um tipo de discurso satírico e parodiante, criando não raramente confusão no seio da restante comunidade online. Gera-se posteriormente a incerteza do que é considerado *sério* e *cómico*, *controverso* e *não controverso*, resultando em tentativas de censura e/ou controlo de um tipo de discurso que, quer pelas suas características, quer pelas do espaço digital onde é publicado, não deve ter outros condicionalismos que os impostos pelos seus criadores.

Assim sendo, e tendo em conta que a percepção da realidade social é constituída de significados de sentido e não de padrões, o objetivo da presente investigação é analisar o humor de forma objetiva ao partir-se de quadros teóricos concretos – recolhidos a partir de uma revisão bibliográfica multidisciplinar –, e da análise de um estudo de caso em particular: uma página de Facebook humorística e portuguesa relativa a uma personagem fictícia. O objetivo será entender a receção e a percepção da respetiva comunidade online face ao tipo de produto humorístico apresentado, de forma a conseguir estabelecer-se um quadro de avaliação e dar resposta à questão de partida.

## **2.2. Objeto de estudo e hipóteses**

A presente investigação enquadra-se no âmbito das ciências sociais, em particular da sociologia e dos estudos culturais, combinando áreas como a cultura e a comunicação em rede. Estruturou-se com o apoio de quadros teóricos e metodológicos que formaram um campo parcialmente estruturado, onde os conhecimentos foram apoiados por uma observação dos factos concretos (Quivy e Campenhoudt, 2005, p. 10). Partindo-se da problemática, formulou-se uma questão de partida, sendo ela “Em que medida pode uma comunidade online condicionar um produto humorístico?”

Para responder a esta questão e atingir-se o objetivo do estudo proposto, estabeleceu-se um campo de análise essencial à investigação. Tendo em conta a natureza do objeto de estudo (o quê?) e os critérios inseridos na problemática, procurou-se uma página de Facebook portuguesa relativa uma personagem fictícia de humor satírico através da qual se conseguisse analisar não só o conteúdo gerado pela mesma, como também as reações da respetiva comunidade online. O objetivo seria estabelecer uma relação entre as características da personagem, o tipo de discurso humorístico usado e a positividade ou negatividade da receção por parte dos seus seguidores. Ao contraporem-se as intenções dos criadores da página à sua receção, seria possível observar em que medida a comunidade online exerce (ou não) algum tipo de condicionalismo sobre o produto humorístico, assim como os reflexos disso (benéficos ou não) na criatividade dos seus autores.

Através de um estudo exploratório, a página de Facebook da personagem *Jovem Conservador de Direita* (a partir de agora designada como JCD) foi identificada como aquela que permitia cumprir o objetivo da investigação, não só pelas características do produto humorístico ali gerado, como também pelas interações verificadas na sua comunidade online. Para conseguir responder à questão de partida, desenvolveram-se as seguintes hipóteses: 1) a receção das comunidades online condiciona o processo criativo dos produtos humorísticos; 2) a receção das comunidades online face a um produto humorístico é independente da compreensão da sua natureza satírica; 3) a receção negativa (ofensa, discórdia ou crítica) das comunidades online face a um produto humorístico motiva apelos à sua censura.

### **2.2.1. A página de Facebook *Jovem Conservador de Direita***

A página de Facebook JCD, criada em 2015 por Bruno Henriques e Sérgio Duarte, surge no contexto das eleições legislativas decorridas no mesmo ano e perante o receio de certas fações da opinião pública relativamente à possibilidade da constituição de um Governo de coligação à esquerda. Usando um nome genérico, a personagem operava nas caixas de comentários do

Facebook, onde hiperbolizava um tipo de discurso conservador recorrendo à ironia, satirizando-o. De acordo com Sérgio Duarte, a página surge por acidente:

“Não foi nada que nós tivéssemos planeado (...). O JCD surge aquando das eleições de 2015 e aparece aquele pessoal com medo dos comunistas que vêm controlar tudo e transformar isto na Venezuela.” (Sérgio Duarte, em entrevista)

A dupla começou posteriormente a escrever textos para a página com o objetivo de lhe dar credibilidade, assumindo Bruno Henriques a cara da personagem. Conquistando desde então uma comunidade que conta atualmente com perto de noventa e três mil seguidores, o JCD já desempenhou funções de cronista semanal no Jornal i, teve uma rubrica no Canal Q, editou um livro (*A Era do Doutor*, lançado em 2016), é a voz de um *podcast* com o mesmo nome e, até à data, conta com vários espetáculos ao vivo no seu currículo. Mais recentemente, começou a editar uma revista mensal.

Identificando-se criativamente com a personagem criada por Stephen Colbert para o programa *The Colbert Report*<sup>8</sup> ou ainda com Diácono Remédios<sup>9</sup>, o fictício JCD dedica-se à escrita e publicação online de textos satíricos de reação e comentário a assuntos da atualidade, do ponto de vista de um político e economista de direita.

“O JCD é uma personagem satírica que tem vida própria. É uma pessoa importante que trabalhou no Governo e que tem uma carreira no mundo da finança, com uma ideologia de direita vincada para o mercado livre, mas também conservador dos costumes. Publica textos na Internet, perante os seus seguidores, e tem uma noção muito elevada da sua importância. É uma pessoa que tem uma ideologia de direita, mas no fundo acha que não tem ideologia porque aquilo que pensa e todas as posições que assume correspondem a uma visão objetiva da realidade.” (Sérgio Duarte, em entrevista)

Sempre acompanhado pelo seu *fiel* Estagiário<sup>10</sup> e atribuindo (na segunda pessoa do plural) o título *Doutor* e *Doutora* a todos aqueles a quem se dirige e acha merecedor do desígnio, a personagem assume uma abordagem paradoxal da lógica convencional do humorista.

“A definição mais fácil de ter uma personagem irónica é quase como se a personagem fosse um boneco, isto é, aqueles bonecos de manipulação que dizem as coisas que nós pensamos, ou o contrário delas.” (Bruno Henriques, em entrevista)

---

<sup>8</sup>Personagem que personificava um comentador de direita republicano.

<sup>9</sup>Personagem popularizada por Herman José e conhecida por ser conservadora nos costumes.

<sup>10</sup>A personagem Estagiário é um leal subordinado do JCD, acompanhando-o frequentemente.

Quando surge, os autores destacam a indignação por parte de fações da comunidade online, que manifestavam a sua contestação nas caixas de comentários. No entender dos criadores, tal justificava-se pela inicial incompreensão do carácter ficcional e satírico do JCD, que resultava em interações caricatas entre seguidores e, em última análise, no benefício para o produto humorístico final.

No entanto, e já depois de terem adquirido alguma expressividade na plataforma, a página foi registando sucessivas denúncias a certos textos, que originavam o seu bloqueio temporário. Foi em 2017, depois de um texto que visava o Partido Nacional Republicano (PNR), que a mesma foi retirada definitivamente do Facebook, com a plataforma a considerá-la promotora de discurso de ódio. Segundo os autores, as denúncias ocasionais a certas publicações encontravam-se provavelmente relacionadas com a incompreensão da ironia, mas raramente eram suficientes para justificar o bloqueio da página. Contudo, as temáticas dos textos mais denunciados levaram os criadores a concluir que as ações se davam de forma organizada e por parte de quem, entendendo a sátira, tinha como objetivo silenciar o projeto. Quando a página foi efetivamente retirada do Facebook, a comunidade online uniu-se em sua defesa, denunciando a denúncia e fazendo a sua contestação chegar à plataforma, que reconsiderou a decisão.

Este episódio é revelador da aleatoriedade de sentença das plataformas digitais, levantando questões relacionadas com as intenções por trás das denúncias de certos conteúdos humorísticos e conseqüente impacto da comunidade online na condenação ou defesa dos mesmos. Mais recentemente, uma outra polémica surgida na página permite ilustrar esta reflexão. A controvérsia parte de um texto da página relativo a declarações feitas pela historiadora e comentadora Raquel Varela no programa “O Último Apaga a Luz”, da RTP3. Não tendo sido denunciado por uma massa anónima, o texto foi alvo de críticas por parte da visada, que acusa algumas conseqüências deste tipo de humor, condenando-o. Para responder à questão de partida, considerou-se também este episódio.

### **2.3. Métodos e técnicas de investigação**

Para a presente investigação optou-se por uma abordagem metodológica mista, combinando-se técnicas de investigação quantitativa e qualitativa. De facto, ambas as metodologias representam estratégias distintas: se a primeira se foca na quantificação da realidade em estudo, a segunda tem como objetivo avaliar o seu contexto mediante as visões e relações dos agentes envolvidos (Bryman, 2012, p. 37). Tendo em conta o propósito das ciências sociais de descrever e interpretar a realidade social, a integração destes métodos de investigação permite

que uma área pouco explorada seja incorporada no modelo analítico, favorecendo a construção de um desenho de pesquisa mais robusto que reduza as desvantagens de utilização individual das referidas metodologias. A complementaridade de ambas as estratégias permite assim uma maior compreensão do tema em estudo, mediante uma técnica de triangulação, onde os resultados não dependerão meramente da natureza dos dados ou técnicas utilizadas (*idem*, p. 635).

Paralelamente, e tendo em conta o destaque da esfera online no tema estudado, todas as técnicas de investigação foram aplicadas em contexto virtual. De facto, nas ciências sociais, os estudos sobre a Internet, as redes sociais digitais e as comunidades online têm adaptado e/ou desenvolvido uma multiplicidade de metodologias para a compreensão interdisciplinar das novas realidades e relações sociais verificadas em rede. Para além de se constituírem um novo espaço de observação, permitem uma abordagem multimeios, no sentido em que possibilitam seleccionar e analisar dados mediante uma variedade de novas ferramentas digitais. Paralelamente, eliminam constrangimentos geográficos ou temporais (Silverman, 2004, p. 100), uma vantagem a destacar principalmente no contexto da pandemia SARS-Cov-2 em que se desenvolveu a presente investigação.

### **2.3.1. Metodologia qualitativa**

Na investigação qualitativa, “os objetos não são reduzidos a simples variáveis, são estudados na sua complexidade e integrados no seu contexto quotidiano” (Strauss, 2003, p. 2). Desta forma, a investigação qualitativa diferencia-se da quantitativa na medida em que, ao procurar explorar e interligar as causas e efeitos das diferentes partes ao longo do processo de investigação, vai além da mera quantificação dos dados recolhidos, encerrando, por isso, uma visão indutiva, interpretativa e construtiva do campo de análise (Bryman, 2012, p. 360). A análise qualitativa revela a sua particular pertinência não só para a análise de discurso – de facto, ao envolver a identificação e interpretação de padrões e temáticas nos dados recolhidos, torna possível um entendimento das palavras usadas pelos intervenientes no comentário de certos tópicos (Silverman, 2004, p. 216) –, mas também para a etnografia, na medida em que permite a recolha de informação por via da observação dos agentes que operam na realidade em estudo. O objetivo da análise de conteúdo é, portanto, a interpretação das mensagens de forma a identificar indicadores que permitam inferir sobre uma outra realidade que não a mensagem. Contrariamente à linguística, a análise de conteúdo em ciências sociais não tem como objetivo compreender o funcionamento da linguagem enquanto tal, mas sim “obter um conhecimento relativo ao objeto exterior a ela mesma” (Bardin, 1977, p. 213). Quando esta prática de recolha de dados – e seu posterior tratamento, análise e interpretação – se dá em contexto virtual, fala-

se em etnografia digital. Neste sentido, e tendo em conta os objetivos do presente trabalho, fez sentido realizar-se uma análise temática e de conteúdo mediante métodos qualitativos intensivos, ou seja, considerando-se um pequeno número de informações complexas e pormenorizadas.

Numa primeira fase realizou-se uma entrevista online semiestruturada aos criadores da página de Facebook JCD. A entrevista audiovisual – feita com recurso à aplicação Zoom – permitiu recolher as perspetivas dos próprios face à página e ao projeto, assim como as suas opiniões quanto ao tópico humor. Levantaram-se ainda pistas que permitiram desenhar o inquérito por questionário a ser aplicado à comunidade online, relativo à receção do humor na rede social digital Facebook e, em particular, à página [Anexo A].

Posteriormente, e na primeira fase da etnografia digital, analisou-se a página de Facebook JCD e recolheram-se os textos humorísticos – ao todo, três - que espoletaram críticas por parte de uma figura pública. Dado os textos serem acompanhados de uma imagem com a respetiva contra-resposta crítica à qual se referem [Anexo C], é possível analisar os dois tipos de discurso e contrapor a ironia do texto humorístico (suportada pelas intenções dos autores) à seriedade das respostas, elencando as principais críticas apontadas.

Por fim, a segunda fase da etnografia digital implicou a observação não participante da comunidade online da página de Facebook JCD através de uma análise temática à caixa de comentários dos três textos humorísticos, com recurso à ferramenta Commentexporter. O objetivo foi entender se a comunidade online tinha alterado o seu padrão de comportamento nas interações com os textos face ao tipo de interações habituais na página [Anexo D].

Desta metodologia resultou a comparação das intenções dos criadores da página com as perceções da sua comunidade online, por contraposição à crítica por parte de um elemento externo a essa mesma comunidade.

### **2.3.2. Metodologia quantitativa**

Face aos objetivos da presente investigação, optou-se pela realização de um breve inquérito por questionário online, de respostas obrigatórias e maioritariamente fechadas. Aplicado no universo digital onde se encontra presente o grupo de indivíduos relacionado com o microcontexto em análise, o objetivo da aplicação desta metodologia foi o de recolher, de forma quantificável, os valores, crenças, perceções e intenções da comunidade online relativamente ao tema em investigação.

O questionário online [Anexo B] – aplicado entre 2 e 10 de setembro de 2020 e divulgado na página de Facebook JCD (com um universo de 92 793 seguidores<sup>11</sup>) – foi respondido por 1 143 indivíduos com idades compreendidas entre os 18 e os 73 anos. A moda das idades situou-se nos 45 anos, levando a que 17,2% dos respondentes tivessem idades compreendidas entre os 40 e os 45 anos. Dessa mesma amostra – cuja representatividade de género se dividiu entre os 49,9% para o género masculino e os 48,7%, para o feminino –, a licenciatura e o mestrado foram os últimos graus de escolaridade completados mais selecionados, com 44,7% e 32,1% de respostas registadas, respetivamente. Tendo em conta o propósito do mesmo em inquirir relativamente à perceção não só do humor feito em redes sociais digitais, mas também face à página de Facebook JCD, foram aplicadas perguntas filtro ao longo do inquérito de forma a reduzir a amostra e de fazê-la coincidir com as exigências da pesquisa. A primeira (“É consumidor de humor nas redes sociais?”) reduziu a amostra para os 1 123 respondentes, recolhendo-se a partir daí informações relativas aos respetivos hábitos de consumo de humor nas plataformas digitais e perceções face à influência das mesmas nos produtos humorísticos. Por fim, a pergunta “Conhece a página de Facebook Jovem Conservador de Direita?” reduziu de novo a amostra para os 1 119 respondentes e permitiu, a partir daí, inquirir esta parte da comunidade online da página quanto às suas perceções face à mesma.

### 2.3.3. Limitações e contributos

Ao longo dos últimos anos, a inclusão da etnografia como técnica de investigação online tem despertado a necessidade do desenvolvimento de abordagens teórico-metodológicas que possibilitem uma reflexão orientada pelos contextos e singularidades digitais (Tainan & Machado, 2015, p. 154). Devido a isso, têm vindo a ser desenvolvidos métodos e ferramentas digitais para analisar a realidade virtual – como é o caso dos grupos e páginas no Facebook – transformando-se particularidades como caixas de comentários, *emoticons*<sup>12</sup> e *hashtags*<sup>13</sup> em indicadores sociais. No entanto, esta nova realidade de pesquisa enfrenta algumas dificuldades e desafios. Apesar de facilitarem o processo de quantificação das variáveis qualitativas na análise das dinâmicas virtuais, um método de investigação puramente digital está dependente da existência e domínio técnico de *softwares* e outras ferramentas de recolha e tratamento de dados. Estes, entre outras condicionantes, podem marginalizar a influência de particularidades como o algoritmo das plataformas ou ainda a superficialidade das interações digitais – isto é, as

---

<sup>11</sup> À data de 19 de outubro de 2020.

<sup>12</sup>Do inglês *emotion* (emoção) + *icon* (ícone), são ícones ilustrativos de estados de espírito e/ou de expressões faciais, onde se incluem o *gosto*, o *adoro*, o *riso*, etc.

<sup>13</sup> *Hyperlinks* que indexam, mediante o uso de uma palavra-chave antecedida por um #, um tópico de discussão.

motivações por trás dos gostos, comentários e/ou partilhas. Uma outra limitação prende-se com a definição do critério para a recolha de dados. A constante conexão online muitas vezes esbate os limites entre o indivíduo no papel de utilizador pessoal das redes sociais, e no seu papel de investigador, tornando-se necessário estabelecer limites para o fluxo constante de informação e dados a serem recolhidos. Para colmatar esta limitação, optou-se por definir um conjunto de três textos onde focar a análise de comentários e, conseqüentemente, as formas de interação da comunidade. Por outro lado, para contornar as dificuldades técnicas do domínio das ferramentas de recolha e atenuar a margem de erro que delas pode advir na análise intensiva de um objeto de estudo, manteve-se a associação da investigação digital a métodos considerados offline, isto é, dependentes do fator humano (Omena & Rosa, 2015, p. 17). Neste sentido, os comentários aos quais se aplicou uma análise temática foram recolhidos através de uma ferramenta digital gratuita<sup>14</sup> e agrupados posteriormente de forma manual num quadro de análise definido para o âmbito da investigação. De sublinhar, tendo em conta as características da personagem JCD, que não raras vezes os comentários registados nas suas publicações replicam o seu tom irónico. No entanto, a análise individual de cada comentário permitiu, mediante a interpretação da pontuação, dos *emoticons* e das restantes interações dentro da comunidade, entender o seu sentido. A delimitação do quadro de interpretação dos comentários foi ainda beneficiada com a aplicação do inquérito por questionário online, que permitiu recolher alguns esclarecimentos quanto à forma de interação habitual da comunidade inquirida na página JCD.

Foi precisamente por se reconhecer a particularidade do objeto de estudo e a possibilidade do risco de generalizações que se optou pela aplicação de uma metodologia de investigação mista onde, através de uma pluralidade de técnicas de investigação, se conseguisse contrapor várias conclusões e minimizar o erro da análise.

Por fim, e apesar dos contornos particulares do caso analisado, reconhece-se a sua pertinência no debate relativo ao humor no domínio online e da influência das plataformas digitais na criação de novos produtos humorísticos e respetivos públicos. Não só demonstrou que é possível abordar-se um tema, à partida, subjetivo, partindo-se de quadros teóricos já estabelecidos, como também aplicarem-se os mesmos aos novos paradigmas virtuais.

Devido a isso, crê-se que a presente investigação poderá incentivar outras que incidam não só no lado dos autores e da influência das plataformas digitais na respetiva criatividade, como também no lado da receção, investigando-se a formação de novos públicos online, mais interativos e exigentes.

---

<sup>14</sup> Commentexporter.

Também numa realidade onde a regulação dos discursos nas plataformas digitais é cada vez mais um assunto na ordem do dia, um outro contributo deste estudo poderá prender-se com a definição do discurso humorístico no domínio online e à sua influência em novas dinâmicas nas redes sociais. Finalmente, poderá ainda impulsionar investigações que partam de páginas humorísticas semelhantes na mesma plataforma, ou noutras do género: por exemplo, no Instagram, Twitter ou no recente TikTok, plataformas cujo conteúdo partilhado valoriza a imagem ou o vídeo em detrimento do texto.



## Análise de Resultados

Na análise dos resultados pretendeu-se elencar as intenções dos criadores do JCD com o tipo de humor feito com a personagem, recorrendo-se para isso à entrevista semiestruturada. Paralelamente, caracterizam-se as perceções de parte da comunidade online da página não só relativamente à mesma – conseguindo-se entender as suas formas de interação recorrentes – como também face ao humor feito na Internet. Por fim, analisaram-se três textos da página de Facebook JCD alvos de crítica por parte de uma figura pública. Esta análise permitiu não só ilustrar o tom característico da personagem, como também os argumentos críticos por vezes usados contra a mesma. Por fim, o foco nesses textos possibilitou ainda uma análise temática dos comentários, que permitiu ilustrar as conclusões retiradas do inquérito por questionário.

### 3.1. Intenções dos autores da página JCD

A entrevista semiestruturada [Anexo A] aos criadores da página de Facebook JCD possibilitou elencar algumas das suas intenções com a personagem. Para além de assumirem os textos como satíricos, sublinham que o primeiro objetivo dos mesmos é o de fazer humor, na medida em que recorrem a uma linguagem humorística.

“O objetivo primordial é fazer rir e depois expressar uma opinião, um ponto de vista, desconstruir a realidade de uma forma cômica para entreter.” (Sérgio Duarte, em entrevista)

“O nosso impacto na realidade vai ser sempre muito pequeno, então virámos para o entretenimento. Mais do que ter um objetivo a longo prazo de impacto social, escrevemos para que as pessoas que gostam e apreciam o nosso trabalho se divirtam e possam elas próprias refletir na realidade.” (Bruno Henriques, em entrevista)

Na lógica do conteúdo de entretenimento, sublinham que as intenções por trás da página de Facebook são as de provocar uma “reação no outro lado”, neste caso, o riso manifestado na interação através dos gostos, comentários e partilhas. Dessa interação, identificam uma certa expectativa por parte da comunidade relativamente aos temas a serem abordados, mas dizem não orientar o seu processo criativo em função disso. Ainda na construção dos textos, sublinham ter sempre presente o *punching up*, uma regra de construção humorística onde o ponto de vista da piada visa as posições de poder e não o oposto. Sublinham, portanto, que a receção negativa – aqui considerada como ofensa, discórdia ou crítica – é muitas vezes espoletada pela abordagem de certos temas ou alvos mais polémicos e pela falta de compreensão do tom da

personagem. Concordam também que a receção negativa acaba por ser amplificada pelas características da própria rede social.

“No início, acho que as pessoas ficavam mais indignadas pelo facto de ser novidade e não haver essa tradição de personagens satíricas em Portugal. Havia muita gente que denunciava os *posts* porque achava que não era possível alguém ter aquelas opiniões publicamente.” (Bruno Henriques, em entrevista)

Afastam, no entanto, a hipótese de a indignação manifestada contra os textos poder ser uma condicionante no tipo de conteúdos produzidos, considerando-a até benéfica na abertura do humor ao debate democrático, assim como um desafio à própria criatividade na escrita dos textos.

“Acho que sempre houve pessoas ofendidas e com os sentimentos feridos. As opiniões e o confronto de ideias sempre foi partilhado, acho é que simplesmente hoje em dia há meios de comunicação que amplificam quer a partilha de ideias – e é possível haver um maior número de pessoas a partilharem as suas ideias com todas as vantagens e desvantagens que isso tem –, da mesma forma que é possível amplificar as ofensas ou as pessoas que alegam ficar com os sentimentos feridos por causa dessas ideias. Não acho que isso prejudique o debate, pelo contrário, acho que abre o debate.” (Sérgio Duarte, em entrevista)

O facto da personagem nem sempre apresentar uma visão negativa da opinião dos seus criadores gera muitas vezes tentativas por parte da comunidade online de tentar deduzir a partir do texto a verdadeira opinião dos mesmos, um desafio no que toca não só a contra-argumentar uma crítica mais acusatória, mas também a evitar uma possível interpretação não irónica do texto – situações que conduzem à associação daquele produto humorístico a intenções políticas. Para contornar ambos os desafios, os autores da página deixam claro que o facto de fazerem humor de observação da realidade – que muitas vezes cai em assuntos políticos – não os torna humoristas políticos. Da mesma forma, afirmam deixar explícita a ironia nos seus textos como forma de situar a personagem na sátira e afastá-la de outras interpretações mais tendenciosas. Por fim, a própria informação disponibilizada no campo *sobre* da respetiva página identifica a figura como *comediante*, o que não só efetiva a sua ligação ao campo do entretenimento, como também ajuda a evitar a uma possível interpretação da página como fonte de informação.

“Se as pessoas vêm buscar informação ao JCD, não o façam [risos]. Nós não somos fonte de informação de nada. Muitas vezes pegamos em expressões para tirar do contexto: é um mecanismo humorístico tirar fora do contexto uma coisa para ridicularizá-la. Isso não é propriamente informativo.” (Sérgio Duarte, em entrevista)

### 3.2. Recepção da comunidade online inquirida da página JCD

As redes sociais digitais — onde se inclui o Facebook — têm moldado a forma como os utilizadores interagem no espaço virtual, assistindo-se à formulação de uma nova forma de comunicação multidirecional e de partilha de informação.

No inquérito por questionário online divulgado na página de Facebook JCD [Anexo B] — e ao qual responderam 1 143 indivíduos —, 98,3% afirmaram consumir humor nas redes sociais e desses, 60,1% afirmaram fazê-lo todos os dias e maioritariamente na rede social Facebook (70,2%). Elegendo o texto como formato predileto para tal (65,2%), o humor crítico — incluindo-se aqui o humor político e caricatural — destacou-se com 92,3% dos consumidores de humor em redes sociais a assinalarem-no como temática preferencial nesse contexto [Figura 3.1].

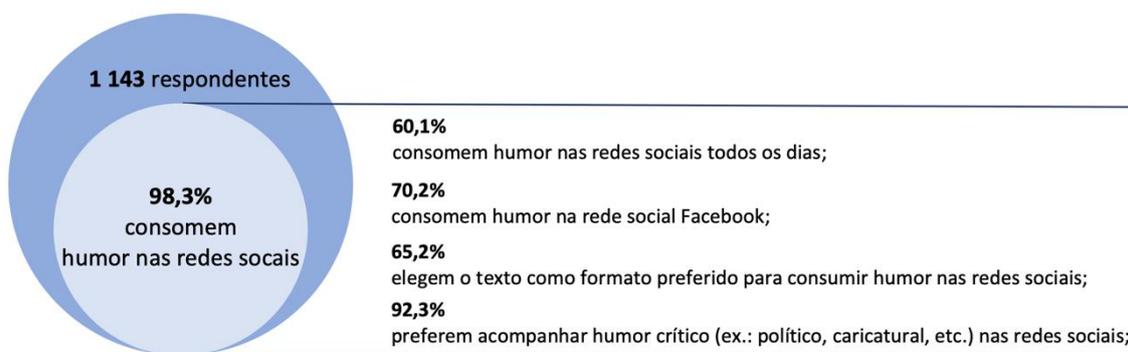


Figura 3.1. Hábitos de consumo de humor nas redes sociais da comunidade online respondente ao inquérito

Nas redes sociais digitais, o conteúdo pode ser produzido, disponibilizado, partilhado e consumido pelo utilizador numa rede complexa e interligada de comunidades online que produzem e reproduzem comportamentos, valores e dogmas da cultura à qual estão submetidas. Ao descentralizarem a produção de informação e promoverem a sua livre circulação — assim como uma maior participação dos atores —, muitos teóricos consideram estas plataformas digitais como uma nova forma de esfera pública, dotada de lógicas próprias de difusão de informação. Quando questionados quanto às suas motivações para consumo de humor nas redes sociais [Figura 3.2], 43,8% dos respondentes consideraram *muito importante* a facilidade de acesso a conteúdos humorísticos possibilitada pelas mesmas, e 27,1% consideraram *muito importante* a facilidade de partilha desses mesmos conteúdos. Também a atualidade dos conteúdos humorísticos foi um fator tido como *muito importante* para 49,9% dos respondentes, enquanto que a sua multiplicidade foi considerada *importante* por 43%. Isto leva-nos a entender que a comunidade online respondente ao inquérito valoriza as redes sociais enquanto plataforma para a produção, consumo e partilha dos produtos humorísticos. Por seu turno, e mantendo presente que os processos participativos nas redes sociais — uma

consequência da sua tendência à grupabilidade – dependem acima de tudo das ações e percepções individuais, não deixa de ser interessante verificar que 27,2% e 26% da amostra respondente, respetivamente, considera *moderadamente importante* a possibilidade de interação quer com os criadores dos conteúdos, quer com a comunidade onde estão inseridos. Observa-se ainda que, dos respondentes que afirmam consumir humor em redes sociais, 25,8% considera *nada importante* a possibilidade de mostrar o seu agrado ou desagrado face a um conteúdo humorístico nas redes sociais, e 49,8% considera *nada importante* a possibilidade de denunciar um conteúdo humorístico que lhe desagrade. Estes resultados corroboram a ideia de que as comunidades online, apesar de reconhecerem as redes sociais digitais enquanto um espaço autónomo para produção, consumo e partilha de conteúdos humorísticos, dão pouca relevância à possibilidade de interação e manifestação de agrado ou desagrado que as mesmas possibilitam.

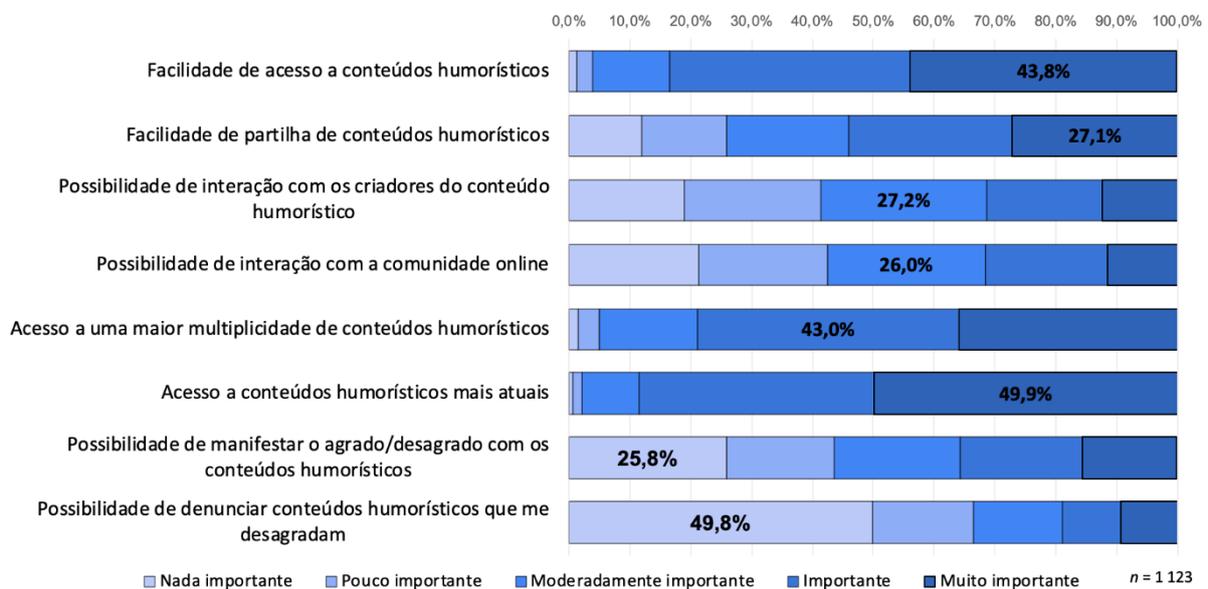


Figura 3.2. Motivações da comunidade online respondente ao inquérito no consumo de humor nas redes sociais

As justificações para estas motivações poderão ser encontradas nas percepções que a mesma comunidade possui do humor feito em redes sociais digitais [Figura 3.3]. De facto, 52,3% *concorda totalmente* que as redes sociais, pelas suas características, amplificam as reações negativas (ex.: ofensa, discórdia ou crítica) face a textos humorísticos, e 45,6% *concorda totalmente* que o humor satírico, na medida em que possui uma intenção crítica, é mais propício a gerar reações negativas (ex.: ofensa, discórdia ou crítica) nas redes sociais. Mantendo esta ideia presente, verifica-se ainda que a larga maioria dos respondentes (75,4%) *discorda*

*totalmente* que as reações negativas face a um texto humorístico (ex.: ofensa, discórdia ou crítica) sejam suficientes para justificar o apelo à sua censura.

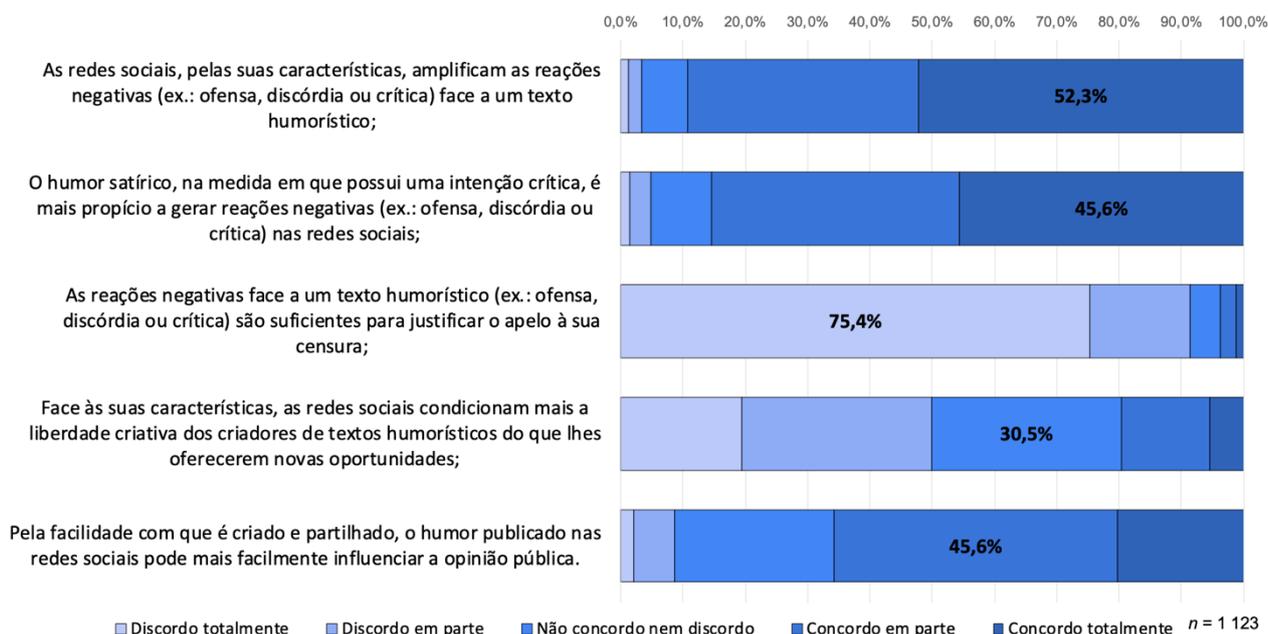


Figura 3.3. Percepções da comunidade online respondente ao inquérito face à receção do humor nas redes sociais

### 3.2.1. A comunidade online inquirida da página de Facebook JCD

Da amostra que afirmou consumir humor nas redes sociais, 99,6% disse conhecer a página de Facebook JCD e desses, 98,1% afirmou segui-la. Desta forma, a amostra ficou reduzida a 1 119 respondentes, dos quais 33,4% disseram acompanhar a página duas a três vezes por semana [Figura 3.4].

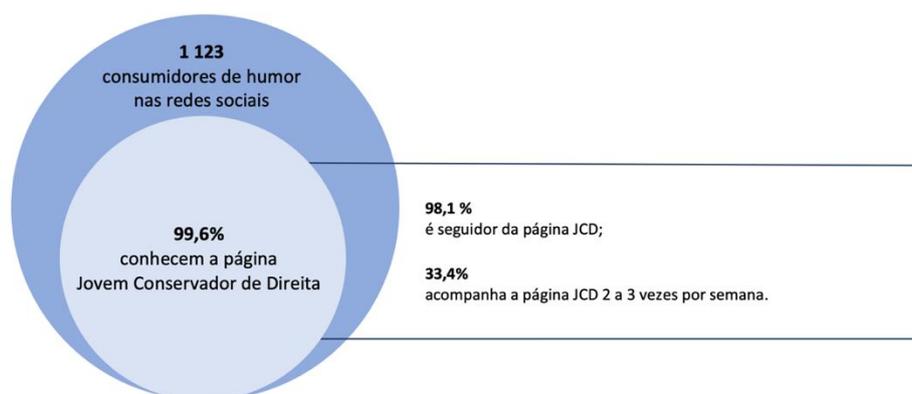


Figura 3.4. Comunidade online respondente ao inquérito que conhece a página de Facebook JCD

Na preferência de temáticas a serem abordadas na página [Figura 3.5], destacam-se as notícias da atualidade e as decisões políticas. Nas motivações para a interação nas caixas de comentários da página [Figura 3.6] – não obstante os 55,6% que afirmam não comentar –,

destacam-se o elogio ao texto (28,8%). De sublinhar que foi incluída a motivação *para continuar o tom da personagem* – mencionada espontaneamente por 2,5% dos respondentes –, fator que mostra a validação e consentimento por parte da comunidade relativamente ao discurso adotado e, numa última interpretação, ao produto humorístico.

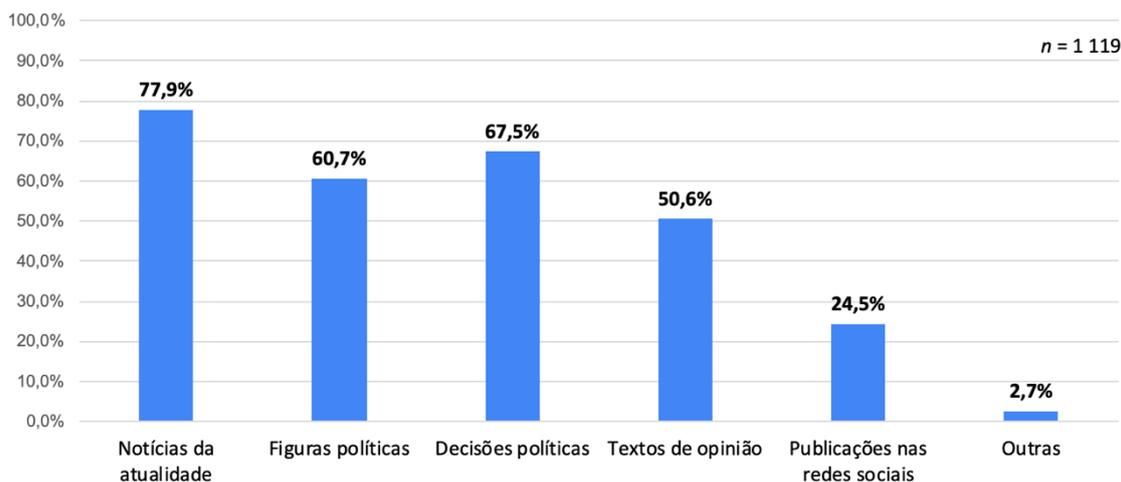


Figura 3.5. Preferência de temáticas da comunidade online respondente ao inquérito na página de Facebook JCD

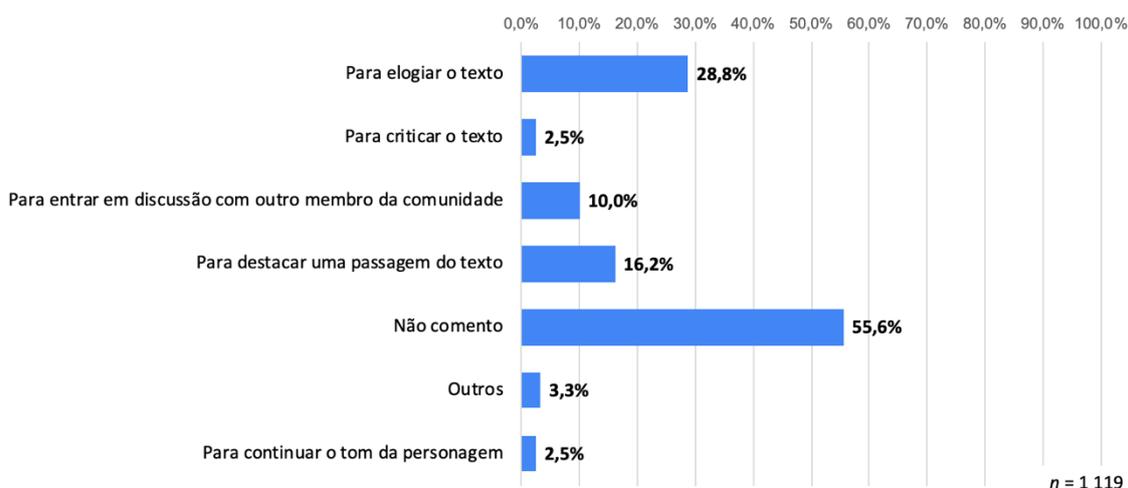


Figura 3.6. Motivações da comunidade online respondente ao inquérito para comentar na página de Facebook JCD

Quanto às características associadas ao discurso [Figura 3.7], as palavras mais selecionadas foram *humorístico* (89,5%), *satírico* (89,5%) e *irónico* (80,4%) – percepção que vai ao encontro das intenções dos criadores aquando o uso de linguagem que lhes permita serem identificados como sátira. Para além do mais, esta constatação parece confirmar a ideia de que nada pode ser considerado irónico se não for proposto e visto como tal, na medida em que a ironia se consagra não só nas intenções dos seus autores, como também na sua receção. Foram ainda selecionadas pelos respondentes as palavras *provocador* (67,8%) e *crítico* (62,5%), revelando, uma vez mais, que a percepção da comunidade coincide com as intenções dos criadores de fazerem piadas que impliquem um ponto de vista. De sublinhar ainda que foi incluída a característica *inteligente* –

mencionada de forma espontânea por 1,7% dos respondentes –, que poderá revelar uma associação por parte da comunidade entre as características acima destacadas e a alguma complexidade por trás do produto humorístico em questão.

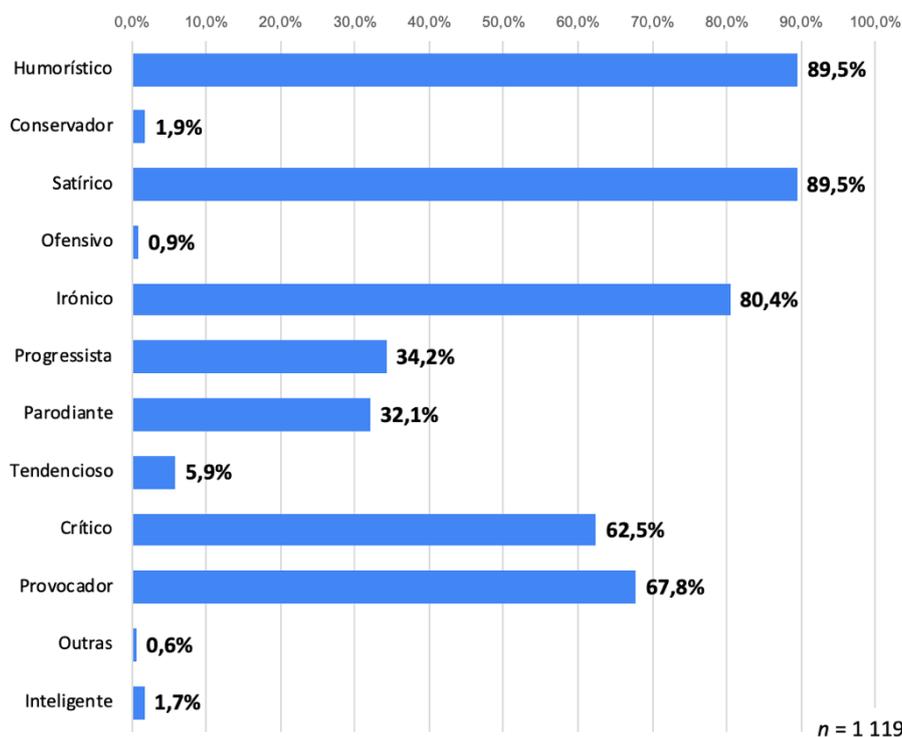


Figura 3.7. Características associadas ao discurso da página de Facebook JCD pela comunidade online respondente ao inquérito

Paralelamente, 56,8% da amostra *concorda totalmente* [Figura 3.8] que os textos da página de Facebook JCD são facilmente identificáveis como sátira, na medida em que é perceptível o seu tom irónico. No entanto, reconhecem a importância de se conhecer as características humorísticas por detrás da personagem para melhor entender a ironia dos seus textos. Estes resultados conduzem a uma possível interpretação do produto humorístico JCD enquanto causa e efeito dele próprio, na medida em que a personagem produz um discurso que a desconstrói, maximizando por isso a comicidade da sua sátira. Dada a fidelidade com que incorpora estereótipos e assume certas opiniões, a sua ironia é particularmente manifestada quando os recetores reconhecem *a priori* as características do produto humorístico.

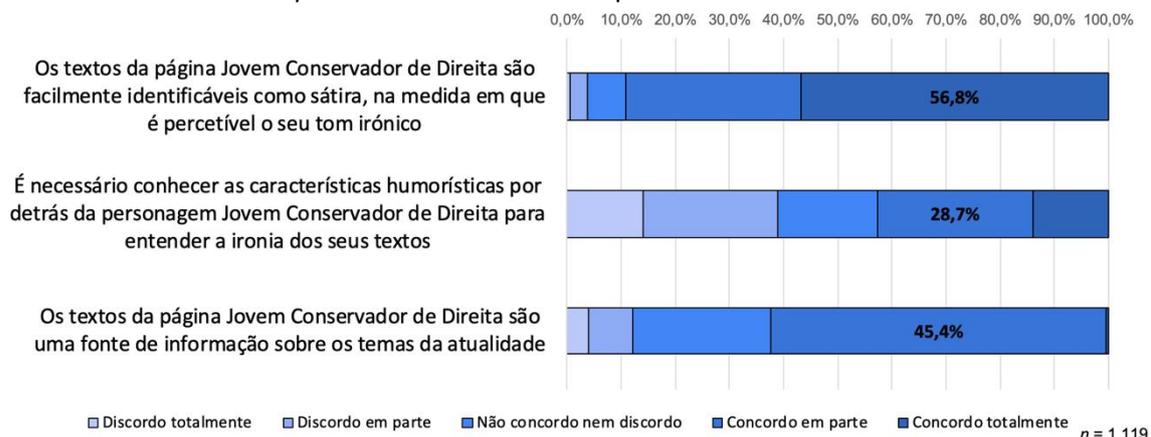


Figura 3.8. Percepções da comunidade online respondente ao inquérito face à página de Facebook JCD

Talvez seja por isso que, quando questionados quanto à percepção que têm da receção negativa da página [Figura 3.9], 26,5% dos respondentes entendam que a mesma se deve à ofensa com o ponto de vista da personagem, justificada pela incompreensão do humor patente no discurso. Ou seja, mais facilmente ofende-se, discorda e/ou critica os textos da personagem quem não entende que é disso que ela precisamente se trata: uma personagem. Por fim, 31,3% considera que a receção negativa vem da discordância com a crítica implícita no humor patente no discurso. Estes resultados indicam que a comunidade online da página JCD entende que a ofensa, discórdia ou crítica aos textos facilmente ultrapassa a aceitação das características do produto humorístico para se prender essencialmente ao ponto de vista crítico da sua sátira.

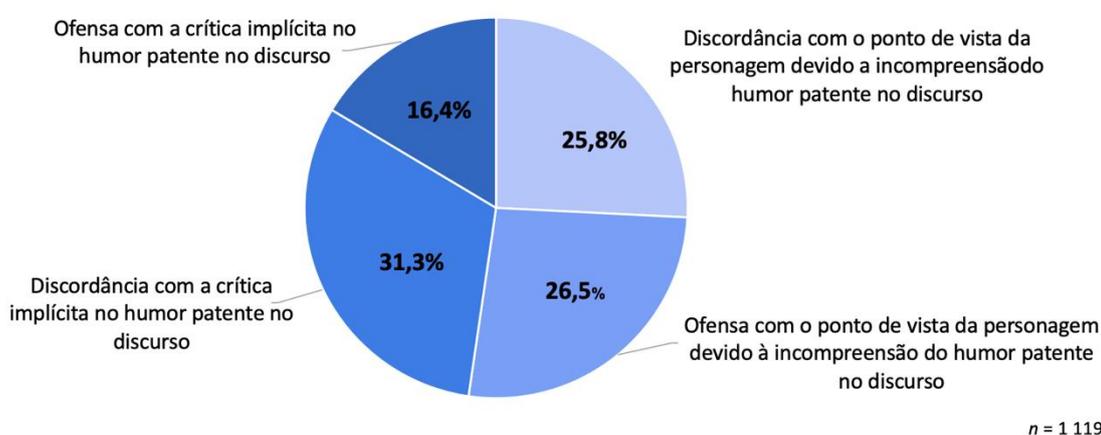


Figura 3.9. Percepções da comunidade online respondente ao inquérito face às razões que motivam a receção negativa dos textos da página de Facebook JCD

### 3.3. Análise dos textos selecionados da página JCD

#### 3.3.1. O texto inicial e a sua intenção por parte dos autores

O primeiro texto humorístico – de um conjunto de três – da página de Facebook JCD foi publicado a 13 de junho de 2020. Consistiu num comentário às declarações da historiadora Raquel Varela no programa da RTP3 “O Último Apaga a Luz”<sup>15</sup>, no contexto de um debate relativo às tecnologias, rendimentos das famílias portuguesas e conseqüente reflexo disso nas desigualdades na educação. Partiu da descontextualização da seguinte afirmação:

“Quanto mais nós descemos nas classes sociais, melhores são os *iPhones* e mais *Playstations* existe. Não sei se já repararam que hoje em dia, as classes ricas, os seus filhos andam de bicicleta, não têm grandes *gadgets* permanentemente, vão passar férias a acampamentos lindos onde não há *gadgets*.” (Varela como citada em JCD, 2020, junho 13)

<sup>15</sup> O episódio do programa em questão pode ser visto na íntegra em <https://bit.ly/3d0vgKf>

O objetivo deste texto humorístico [Anexo C.1], de acordo com os seus autores, foi o de ridicularizar a generalização e a forma como a mesma foi sustentada. Recorrendo a um mecanismo de escrita que consiste em retirar uma expressão do seu contexto, e assumindo o tom irónico e hiperbolizado da personagem, os autores desconstruíram as observações da historiadora, prestando-as a uma piada.

“Estou completamente de acordo com a Dra. Raquel Varela. As crianças das classes baixas têm muito a aprender com as crianças das classes altas sobre como se devem comportar enquanto crianças das classes baixas. (...) É claro que esta é uma imagem da pobreza que a Dra. Raquel Varela construiu. Como não conhece muitos pobres a sério, é possível que avalie os pobres a partir das pessoas mais pobres que ela conhece, aqueles que têm dinheiro para *iPhones* e *PlayStations* (...).” (JCD, 2020, junho 13)

O texto contou com 1 400 gostos, 120 comentários ao texto (excluindo os restantes 123 comentários de respostas a outros utilizadores) e 164 partilhas [Anexo D.1]. Considerando a análise temática dos comentários [Quadro 3.1], pode-se afirmar que a maioria dos mesmos (55%) relacionaram-se com a premissa do texto, transparecendo a mesma indignação face à opinião da historiadora. Paralelamente, registaram-se ainda comentários (no total, 34,16%) focados nas próprias características do texto, como elogios, identificação de amigos ou ainda comentários onde se assumia e reforçava o tom da personagem (uma tendência de interação já verificada na Figura 3.6).

Desta forma, os comentários favoráveis ao produto humorístico ultrapassaram os comentários desfavoráveis (aproximadamente 11%), conclusão que pode ainda ser suportada pelos *emoticons* registados, divididos entre o normal *gosto*, o *riso* e o *adoro*.

Quadro 3.1. Análise temática de comentários ao primeiro texto considerado da página JCD

Tema do comentário	Frequência	%
Comentários favoráveis ao produto humorístico		
Elogio do texto e da sua ironia, destaque de excertos e comentários no tom da personagem;  <i>Exemplos (ipsis verbis):</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>A ironia é o teste do algodão do "verdadeiro intelectual". Geralmente, vem sujo.</i></li> <li>• <i>Ah, ah!!! Brilhante Doutor JCD! E largue o seu iphone, seu parvo, seu pobre!!</i></li> </ul>	26	21,66%
Críticas a Raquel Varela e à sua opinião;  <i>Exemplos (ipsis verbis):</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Isto é só porque agora está na moda andar de bicicleta e ir acampar a sítios da moda. Eu quando era miúda andava de bicicleta, os meus amigos que tinham "pastel" estavam a descobrir a internet nos seus</i></li> </ul>	66	55%

<p><i>computadores, coisas que eu só descobri anos mais tarde. O problema é que os acampamentos lindos custam muito dinheiro e está na moda “desligar” de gadgets e afins. Tudo hipocrisia.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>A Dra. Raquel deve de viver num universo paralelo.</i></li> </ul>		
Identificação de amigos;	15	12,5%
<b>Comentários desfavoráveis ao produto humorístico</b>		
<p>Reconhecimento de pontos válidos na opinião de Raquel Varela;</p> <p><i>Exemplos (ipsis verbis):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Curioso é que ela tem razão. Muitos dos que aqui comentam certamente pertencem ao grupo de pessoas que se queixa que o ordenado não lhes chega ao fim do mês e têm, pasmem-se, uns belos iPhones e computadores melhores que os meus. Mas criticar é muito mais fácil do que tomarmos responsabilidade pelas nossas escolhas.</i></li> <li>• <i>Embora não tenha sido dito da melhor forma, tem razão no sentido que pobre para se mostrar gasta dinheiro em bens materiais mais fúteis, enquanto rico que é rico e para ficar rico é sovina e prefere usar um telemóvel que só dê para fazer chamadas. Muitas vezes as pessoas põe as prioridades em bens desnecessários por pressão de se fazer, de parecer terem mais do que realmente têm.</i></li> </ul>	9	7,5%
<p>Críticas à opinião do texto e à descontextualização da citação que lhe deu mote;</p> <p><i>Exemplos (ipsis verbis):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Podemos tentar descontextualizar, Vamos analisando o que acontece actualmente. Vamos concluir que Raquel Varela aborda um tema que incomoda mas real que precisa ter, da parte da sociedade, Uma avaliação mais crítica e proporcionar experiências de Vida aos jovens não virtuais. Melhor que fingir que nada está á acontecer.</i></li> <li>• <i>A frase descontextualizada pode dar essa ideia mas aquilo a que ela se referiu é uma realidade que tem a ver com a consciência que existe em relação a esses gadgets nos diferentes níveis sociais....</i></li> </ul>	4	3,33%
<b>Total</b>	<b>120</b>	

### 3.3.2. A contra-resposta crítica e o pedido de desculpas público da página JCD

A 19 de junho surge uma resposta ao texto humorístico na página da historiadora, que aproveitou não só para clarificar o seu raciocínio por trás das declarações descontextualizadas e comentadas, mas também para tecer algumas críticas à página.

“O Jovem Conservador de Direita não tem noção alguma no país, mas ao que parece tem milhares de seguidores (não surpreende). Os quais se entregaram a despejar insultos contra mim porque, segundo o JCD, eu sou uma intelectual de esquerda caviar que não sabe como vivem os *pobrezinhos*. Parece que tem sentido de humor. Como sou adepta do riso, porém, aconselho-o hoje a fazer uma piada com os incentivos políticos a que se viaje cá dentro.” (Varela como citada em JCD, 2020, junho 19)

A seriedade e o tom defensivo da resposta fomentam a interpretação de que a crítica do texto da página de Facebook JCD foi encarada na ótica da ofensa pessoal, independentemente

do entendimento do seu caráter humorístico. Para além do mais, afirmações como “Ao que parece, a coisa teve muitos comentários e partilhas” e ainda “os intelectuais de esquerda caviar têm tanto de amor à classe trabalhadora como de desprezo aos tipos de escrevem na Internet ou comentam nos *media* baseados em superficialidades” (Varela como citada em JCD, 2020, junho 19) têm implícitas uma condenação daquele tipo de produto humorístico. A resposta na página de Facebook JCD não tardou. Publicada a 19 de junho [Anexo C.2], assume contornos de resposta direta às acusações direcionadas:

“A Dra. Raquel Varela afirma que eu não tenho noção alguma do país, o que é um facto. Aquilo que interessa conhecer está em folhas do Excel (...). Podemos discordar em muita coisa, mas une-nos o paternalismo em relação aos pobres.” (JCD, 2020, junho 19)

Os autores da personagem sublinham que uma das motivações principais para responderem e entrarem em diálogo direto – para além do espanto com a receção excessivamente pessoal do texto – foi o facto de a resposta da historiadora apresentar um conjunto de conclusões precipitadas face à página, para além das justificações relativas às declarações anteriores caírem novamente na generalização.

“Como pessoa de direita, aprecio muito generalizações, porque poupa-me tempo. Fundir um grupo heterogéneo de pessoas numa generalização permite-me ter opinião categórica sobre várias pessoas sem me dar o trabalho de as conhecer especificamente. (...) A generalização é, sobretudo, uma excelente ferramenta para os ignorantes da Internet fazerem *posts* com muitos *likes* ou para comentadores em programas de televisão dizerem coisas com impacto.” (JCD, 2020, junho 19)

Tendo contado com 2 400 gostos, 289 comentários (excluindo os 142 comentários de resposta a outros utilizadores) e ainda 209 partilhas, a interação do texto aumentou em 71% face ao texto anterior [Anexo D.2]. Uma vez mais, os comentários registados na página revelaram uma certa indignação face às novas declarações da historiadora, não só quanto às generalizações, mas também na perplexidade com a seriedade da resposta, que a comunidade entendeu como reveladora de alguma falta de sentido de humor, de entendimento do propósito da página e/ou de aceitação da crítica [Quadro 3.2]. Neste sentido, aumentaram os comentários desfavoráveis relativamente à opinião da historiadora, na mesma medida em que aumentaram os comentários de elogio ao texto, onde alguns intervenientes, incorporando o tom irónico da personagem, defenderam a sua posição.

Quadro 3.2. Análise temática de comentários ao segundo texto considerado da página JCD

Tema do comentário	Frequência	%
<b>Comentários favoráveis ao produto humorístico</b>		
Elogio do texto e da sua ironia, destaque de excertos e comentários no tom da personagem;  <i>Exemplos (ipsis verbis):</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Genial!</i> ❤️❤️❤️</li> <li>• <i>O Doutor é brilhante!</i></li> </ul>	113	39,10%
Críticas a Raquel Varela, à sua opinião e à seriedade da resposta;  <i>Exemplos (ipsis verbis):</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Ela entendeu a real dimensão da crítica!?</i></li> <li>• <i>Ora bolas Raquel Varela... tinha lhe ficado tão bem uma valente gargalhada.</i></li> </ul>	148	51,21%
Identificação de amigos;	7	2,42%
<b>Comentários desfavoráveis ao produto humorístico</b>		
Críticas à opinião do texto;  <i>Exemplos (ipsis verbis):</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>É o primeiro texto teu que me deixa um sabor agridoce Doutor. Acho que a Raquel encaixou mal a tua brincadeira inicial e se meteu completamente A JEITO na sua resposta para tu escreveres isto agora. Como dizia o outro a ver o circo pegar fogo, NÃO HAVIA NECESSIDADE!!!</i></li> <li>• <i>Dr. não faça isto. Não lhe fica bem, e os seus seguidores esperam de si outros alvos que não a Dra. Varela.</i></li> </ul>	6	2,07%
Consideram a troca de textos desnecessária;  <i>Exemplos (ipsis verbis):</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Duas pessoas de esquerda a atacarem-se mutuamente... há coisas que nunca mudam!</i></li> <li>• <i>Gosto de ler os dois.</i></li> </ul>	15	5,19%
<b>Total</b>	<b>289</b>	

### 3.3.3. A segunda contra-resposta e o último texto considerado da página JCD

A 25 de junho de 2020 surge o último texto de reação da historiadora à página de Facebook, que parte de acusação “o site JCD não é um site de humor, é um projeto político próximo da Geringonça” (Varela como citada em JCD, 2020, junho 25).

Na resposta do JCD [Anexo C.3], que uma vez mais foi publicada no mesmo dia, lê-se que “é mais fácil tirar conclusões acerca de pessoas antes de as conhecer, porque encaixam mais facilmente na ideia que tínhamos delas” e que “ninguém pode simplesmente querer fazer rir. Tem de haver sempre um motivo oculto (...)” (JCD, 2020, junho 25). De facto, como anteriormente constatado no ponto 3.1, os autores consideram que o facto de fazerem humor com política – na medida em que trabalham com os temas da atualidade –, não os torna

humoristas políticos. Da mesma forma, e analisando a Figura 3.7 relativa às características que a comunidade online associa ao discurso da página, a larga maioria considera-o *humorístico e satírico* (89,5%), enquanto que apenas 5,9% o consideram *tendencioso*.

Os autores visam ainda a apologia da historiadora à moderação das interações da página.

“Além disso, a Dra. Raquel Varela assume o objetivo de defender o debate democrático no Facebook. Uma causa que me é muito querida, tendo em conta que até já me apagaram a página. Ela diz que a censura não deve ser feita pelos empresários, mas sim pelas pessoas que administram as páginas. Ou seja, a Dra. Raquel Varela, para atacar a censura, decide tomar ela a iniciativa de censurar. São opções.” (JCD, 2020, junho 25)

Esta crítica do JCD encontra expressividade nas perceções da amostra respondente face à receção do humor nas redes sociais [Figura 3.3], com 75,4% a discordar totalmente que as reações negativas face a um texto humorístico (ex.: ofensa, discórdia ou crítica) sejam suficientes para justificar o apelo à sua censura.

Este texto registou 2 400 gostos, 292 comentários (excluindo os 142 comentários de respostas entre comunidade) e as 209 partilhas [Anexo D.3]. Uma vez mais, a maioria dos comentários registados revelam uma indignação face à opinião da historiadora, que insiste em responder e criticar seriamente a figura já entendida como humorística. As suas interpretações da personagem como um projeto político motivam ainda alguns comentários irónicos por parte da comunidade, que reforçam o tom da personagem [Quadro 3.3].

Quadro 3.3. Análise temática de comentários ao terceiro texto considerado da página JCD

Tema do comentário	Frequência	%
Comentários favoráveis ao produto humorístico		
Elogio do texto e da sua ironia, destaque de excertos e comentários no tom da personagem;  <i>Exemplos (ipsis verbis):</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Oh pá, dos melhores de todos os tempos. Dr, por favor, nunca acabe</i></li> <li>• <i>Então o Doutor agora é um site e não dizia nada???</i></li> </ul>	123	56,16%
Críticas a Raquel Varela, à sua opinião e à seriedade da resposta;  <i>Exemplos (ipsis verbis):</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>"projeto político" ahahahahahahah</i></li> <li>• <i>Ela ainda não percebeu</i></li> </ul>	37	16,89%
Identificação de amigos;	6	2,73%
Uso da <i>hashtag</i> proposta no texto;	46	21%
Comentários desfavoráveis ao produto humorístico		

Reconhecimento de pontos válidos na opinião de Raquel Varela;  <i>Exemplos (ipsis verbis):</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Não percebo as críticas (não construtivas). Ela apresenta argumentos válidos. Alguns fortes (ex. as consequências do BE na geringonça no seu projeto político original). É importante ler/ouvir argumentos mesmo contrários para decidir melhor. Devemos sim criticar de forma não construtiva tentativas de contaminar debates saudáveis com facciosismos, ou coisas piores vindo da extrema direita. Não percebo esta tendência da esquerda se auto-digladar. Crescemos com o contraditório honesto!</i></li> </ul>	1	0,45%
Críticas à opinião do texto;  <i>Exemplos (ipsis verbis):</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Muito bom, para projecto político está ao nível dos outros, no esgoto...</i></li> </ul>	1	0,45%
Gostam tanto da historiadora como da personagem JCD e acham a troca de textos desnecessária;  <i>Exemplos (ipsis verbis):</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Ai que seca.. já chateia isto. de ambas as partes!! lavar roupa suja nas redes tem limites. ide almoçar... sei lá</i></li> <li>• <i>Denoto alguma admiração pela intelectualidade de ambos por ambos mas ainda assim a opção de ambos se respeitarem sem acidez parece-me que não foi concretizada. Denota um ego Muito Grande de ambos. Quando todas as forças de esquerda deveriam, esquecer egos de intelectualidade, prepararem-se para o ataque quem vêm de forças que se alinham para retirar direitos conquistados pelas gerações anteriores a nossa. Porque durante nesta geração já começaram a ser delapidados!!</i></li> </ul>	5	2,28%
<b>Total</b>	<b>219</b>	

Este conjunto de textos e respostas vão ao encontro das percepções da comunidade online inquirida relativamente às razões que motivam a receção negativa dos textos da página de Facebook JCD. De facto, no inquérito por questionário aplicado, registou-se um maior número de respondentes a considerar que a ofensa, discórdia ou crítica face ao produto humorístico advém da má admissão do ponto de vista da sátira [Figura 3.9]. Para além disso, tem-se presente também que é do direito e liberdade do visado manifestar o seu desagrado pela opinião e até contrapô-la publicamente, algo especialmente facilitado pelas características das redes sociais. Desta forma, a manifestação do desagrado expressa nos textos da historiadora – que assume reconhecer os propósitos humorísticos da personagem – confirma que houve uma má admissão do ponto de vista da crítica que lhe é direcionada. Isso traduziu-se num conjunto de julgamentos e acusações à página, aos seus autores e à sua comunidade.

Por seu turno, a forma de reação por parte da personagem JCD e da sua comunidade foi um reflexo do habitual: os seus autores continuaram o *punching up* nos seus textos de resposta e a comunidade, assumindo o seu sentido coletivo, continuou a interagir na sua forma regular: defendendo a personagem, assumindo o seu tom e, numa última interpretação, reforçando o seu propósito.

Pode-se, desta forma, verificar que as críticas apresentadas pela historiadora à página JCD não encontraram expressividade na comunidade online nem a influenciaram a reconsiderar as suas percepções e interações. Pelo contrário, poderão até ter fortalecido não só o propósito daquele produto humorístico, mas também o sentimento de pertença à comunidade de quem acompanha e gosta da página.



## Reflexões Finais

O discurso, sempre dependente do seu contexto, produz significados e significações que são compartilhados coletivamente, sendo por isso causa e efeito das relações sociais. Dentro dele, o discurso humorístico – onde a piada ocupa o lugar de enunciado narrativo – é destacável pelo facto de produzir sentidos contra-hegemónicos e revelar a comicidade das coisas, desviando-as da sua normalidade. Os processos humorísticos desempenham aqui um papel importante: ao implicarem um certo grau de consentimento – motivado pela empatia entre intervenientes, – moldam novas relações entre emissores e recetores. Desta forma, ao influenciarem as expectativas e perceções dos falantes num jogo de interpretações mútuas – que implicam códigos de referências culturais comuns –, os processos humorísticos podem ajudar na aproximação afetiva entre os intervenientes. Pode-se assim situar o humor no estatuto da arte, onde o produto humorístico fica a cargo do humorista, e a sua validação do recetor. Faz por isso sentido falar-se na sua *adequação estética*, que dá azo a inúmeras discussões em torno dos limites do humor e consequentes tentativas de policiamento do seu discurso. Como vimos, a discórdia e a ofensa baseiam-se em critérios unilaterais e subjetivos que tombam para as questões do gosto particular.

Esta discussão adquire novos contornos quando transposta para a Internet e redes sociais digitais. Para além de facilitarem a criação e partilha de conteúdo, estas moldam uma nova dinâmica de os utilizadores se agruparem mediante gostos, preferências e algoritmos de seleção e filtragem de conteúdos. Tal facto conduz ao isolamento dos indivíduos dentro das próprias perceções e à sua organização em comunidades online, influenciando não só as suas interações em contexto virtual, como a redefinição da noção e dimensão de esfera e opinião pública. Os produtos humorísticos, então migrados ou criados especificamente para as redes sociais digitais, deixam de estar sujeitos ou condicionados pelas decisões administrativas dos *media* tradicionais, mas passam-no a estar pelas características das plataformas – geridas por empresas privadas – e pelas comunidades online, através da interação digital.

Neste sentido, a presente investigação propôs-se analisar um produto humorístico com características particulares criado na rede social digital Facebook, e avaliar em que medida a receção da sua comunidade online pode condicioná-lo.

A página de Facebook *Jovem Conservador de Direita* (JCD), quando criada, adquiriu grande parte da sua popularidade devido às discussões geradas nas caixas de comentários entre utilizadores indignados com as opiniões, e outros que entendiam a ironia. É importante clarificar

que os autores dizem não condicionar os textos do JCD pela sua zona de impacto, logo, a possibilidade de não entendimento do tom irónico da personagem tem pouca influência na adequação do seu discurso à respetiva comunidade. Assim, e mediante diversas formas de interação – gostos, comentários e partilhas –, a validação e defesa da personagem fica a cargo dos seus seguidores virtuais. Estes revelam um consentimento e aceitação das características hostis e antagónicas da *personalidade fictícia*, manifestando uma correta interpretação do discurso hiperbolizado e das críticas implícitas na sátira e ironia. Conclui-se que o conteúdo do produto humorístico suplanta a forma como é apresentado. Valida-se a primeira hipótese de que a receção das comunidades online condiciona a criatividade dos produtos humorísticos. Neste caso em particular, verifica-se que a receção comunidade online influencia de forma positiva o produto final, na medida em que o valida e confere expressividade nas redes sociais.

Analisando as respostas recolhidas no inquérito por questionário aplicado no domínio online, percebe-se que a possibilidade de interação com os conteúdos - e, em última análise, com os seus autores -, não é um elemento especialmente distintivo na motivação para o consumo de humor nas redes sociais. Em detrimento da possibilidade de manifestação de agrado ou desagrado face ao produto humorístico, a sua comunidade privilegia a facilidade e rapidez de acesso a conteúdos atuais. Estas perceções podem ser justificadas pelo facto de o produto humorístico aqui analisado ser direcionado a um público que, à partida, se situa numa zona de referências comuns às dos próprios produtores, numa rede virtual partilhada por todos. Neste sentido, e tendo em conta “o nível de reconhecimento específico pelo qual as produções humorísticas alternativas se legitimam” (Cantante, 2007, p. 26), esta página de humor não é facilmente condicionada pelas características da rede social digital, na medida em que a sua comunidade interage sem intenções de condicionar negativamente o produto final.

Assim, a dinâmica da página de Facebook JCD permite-nos responder à questão de partida: quando uma comunidade online identifica o tom humorístico da respetiva página e proativamente escolhe acompanhá-la, cria uma identidade e inteligência coletiva que não condiciona o produto humorístico de forma negativa. Pelo contrário, muitas vezes fortalece-o, ao compactuar com o tom humorístico. De facto, os estudos sobre os fãs têm vindo a demonstrar que as comunidades desenvolvem o seu próprio sentido de identidade em torno dos seus consumos, estabelecendo relações intensas de envolvimento com os conteúdos e contribuindo não raramente para a sua produção. Para além disso, enquanto massa anónima, mais facilmente conseguem defender os autores – muitas vezes, também anónimos – de algumas críticas mais direcionadas ou acusatórias, especialmente quando prestadas no imediatismo das redes sociais. O episódio destacado envolvendo uma troca de textos com uma

figura pública portuguesa é ilustrativo nesse sentido, dado revelar um julgamento (precoce, ou não) relativo a um produto humorístico.

Como verificado, uma das características cómicas da personagem reside na sua incorporação, com fidelidade, dos estereótipos que se pretendem satirizados. Mesmo mantendo presente a dificuldade que as redes sociais conferem à distinção entre a paródia e a sinceridade de opiniões, uma análise atenta da página e da sua comunidade revela os contornos humorísticos da personagem. Reconhecendo-os, a indignação passa a fazer parte do domínio da ofensa face ao que foi dito, ou seja, à crítica implícita no discurso humorístico. Assim, valida-se que a receção das comunidades online face a um produto humorístico é independente da compreensão da sua natureza satírica. Como vimos, o ónus da ofensa encontra-se no recetor, que tem tanto direito a não gostar de uma opinião como a manifestar o seu desagrado face à mesma. No entanto, essa indignação é, muitas vezes, manifestada juntamente com a imposição de uma pena ao ofensor, que não raramente passa pelo incitamento contra o mesmo ou pela apologia do seu silenciamento, assistindo-se à banalização da ideia da censura. Corrobora-se a hipótese de que a receção negativa face a um produto humorístico – manifestada através da ofensa, discórdia ou crítica – pode traduzir-se em apelos à sua contenção, apesar de essa ideia não ser suportada pelos consumidores de humor nas redes sociais inquiridos com a presente investigação [Figura 4.3].

Independentemente das intenções das comunidades online, a gestão do discurso nas redes sociais fica ao critério dos termos e condições de cada plataforma. Se olharmos para as plataformas digitais como as empresas que de facto são, entendemos que as possibilidades que oferecem – um espaço de livre expressão da opinião e de partilha de informação e conteúdos – são, em última análise, o seu produto, que convém estar adequado às expectativas e exigências dos consumidores. Desta forma, a discussão em torno do controlo do discurso nas redes sociais é um debate válido que não pode ser descurado. No entanto, incentivá-lo a partir de páginas e ambientes virtuais onde o conteúdo é assumidamente humorístico – a sátira é explicitamente permitida pelos termos e condições do Facebook –, e reconhecido como tal pela própria comunidade, parece desfocar a discussão do seu verdadeiro problema. Em última análise, criam-se novos, como o policiamento de um tipo de discurso que recorre à piada e não à argumentação violenta, ameaça ou incentivo de algo.

Vigiar o que se aceita como cómico é, em última análise, decretar sobre o que pode (ou não) fazer rir e impor uma ordem num discurso que se distingue pela desordem, anulando, conseqüentemente, o seu propósito. Neste sentido, é importante conhecer a dimensão pragmática da linguagem para evitar cair em literalismos absolutos, sobretudo numa realidade onde a regulação do discurso no domínio online é um debate na ordem do dia.



# Referências Bibliográficas

## Bibliografia

- Babbie, E. (2010). *The Practice of Social Research* (12ªEd.). Wadsworth. Cengage Learning
- Bardin, L. (1977). *Análise de Conteúdo*, Lisboa, Edições 70
- Barros, P. (2013). *O humor na era da Internet* [Dissertação de Mestrado em Psicologia Clínica]. PUC-Rio. <https://bit.ly/36E4Fle>
- Batista, E. C., Matos, L. A. L., & Nascimento, A. (2017). A entrevista como técnica de investigação na pesquisa qualitativa, *Revista Interdisciplinar Científica Aplicada*, 11(3), 23-38. <https://bit.ly/2SvAep3>
- Bergson, H. (2019). *O Riso* (1ªEd.). Lisboa. Relógio D'Água
- Bernardo, S. A. F. (2017). *Pensar a relação entre humor e política no Portugal Contemporâneo – Projeto Ciclo de Conferências* [Dissertação de Mestrado em Gestão Cultural]. Escola Superior de Artes e Design de Caldas da Rainha, Instituto Politécnico de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10400.8/2869>
- Byrman, A. (2012). *Social Research Methods* (4ªEd.). New York. Oxford University Press
- Cantante, F. (2007), A Graça Sociológica do Humor, *Cies*, 33. <http://hdl.handle.net/10071/603>
- Castells, M. (2005). *A sociedade em Rede* (8ªEd.). São Paulo. Paz e Terra
- Deodato, R. S. (2013). *A comunicação política no entretenimento: O caso dos programas de humor em Portugal 2007-2008* [Dissertação de Mestrado em Comunicação Social]. ISCSP. <http://hdl.handle.net/10400.5/7127>
- Duarte, L. P. (1994). Ironia, humor e fingimento literário. Em Duarte, L. P. (Eds.), *Resultados da Pesquisa: Ironia e Humor na Literatura* (pp. 54-76). Belo Horizonte. Cadernos de Pesquisa
- Ferreira, R., & Espanta, R. (2018). Usos e Gratificações – Uma experiência do consumo das redes sociais. Em Fialho, J., Saragosa, J. et. al (Eds.), *Redes Sociais: Para uma compreensão multidisciplinar da sociedade* (pp. 119-140). Lisboa. Edições Sílabo
- Figueiredo, T. I. F. (2017). *Humoristicamente correto: O uso da liberdade de expressão na produção humorística* [Dissertação de Mestrado em Antropologia], Escola de Ciências Sociais e Humanas, ISCTE. <http://hdl.handle.net/10071/15494>
- Friedman, S. (2011). The cultural currency of good sense of humour: British comedy and news forms of distinction, *The British Journal of Sociology*, 2(62), 347-366
- Freitas, G. C. (2011). *Entendendo a piada: uma análise linguística* [Dissertação de Bacharel em Letras], Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista. <http://hdl.handle.net/11449/119146>

- Furtado, J. L. (2016), *A Piada e a Narrativa Conversacional de Cariz Humorístico: um breve estudo comparativo* [Dissertação de Mestrado em Estudos de Língua Portuguesa: Investigação e Ensino]. Universidade Aberta. <http://hdl.handle.net/10400.2/5510>
- Gruda, M. (2011). Uma análise do discurso do humor, *Revista Travessias*, 5(1), 747-760. <https://bit.ly/36Eby64>
- Hume, M. (2016). *Direito a Ofender: A Liberdade de Expressão e o Politicamente Correto* (1ªEd.). Lisboa. Edições Tinta da China
- Mill, J. S. (2010). *Sobre a Liberdade* (1ªEd.). Lisboa. Edições 70
- Monteiro, M. (2020). *Sobre o Politicamente Correcto* (1ªEd.). Lisboa, Objetiva
- Oliva, T. D., Antonialli, D. M., & Santos, M. W. (2019). Censura judicial ao humor: Análise de decisões judiciais envolvendo liberdade de expressão na Internet. *Revista Direitos Culturais*, 14(34), 19-44. 10.20912/rdc.v14i34.2914
- Omena, J. J. C., & Rosa, J. M. (2015). Estudos no Facebook em Portugal: Revisão sistemática dos métodos de investigação. *Estudos em Comunicação*, (18) 15-33. [http://www.ec.ubi.pt/ec/19/pdf/ec\\_19.pdf](http://www.ec.ubi.pt/ec/19/pdf/ec_19.pdf)
- Quivy, R., & Campenhoudt. (2005). *Manual de investigação em ciências sociais* (4ªEd.). Lisboa. Gradiva.
- Recuerdo, R., Zago, G., & Soares, F. (2018). Mídia social e filtros-bolha nas conversações políticas no Twitter”. Em Fialho, J., Saragosa, J. et. al (Eds.), *Redes Sociais: Para uma compreensão multidisciplinar da sociedade* (pp. 119-140). Lisboa. Edições Sílabo
- Ross, K., & Nightingale, V. (2003). Fan Audiences, Identity, Consumption and Interactivity. pp. 120-145
- Silverman, D. (2004). *Qualitative Research – Theory, Method and Practice*, Londres (2ªEd.). Sage
- Strauss, A. (2003). *Qualitative analysis for social scientists* (14ªEd.). Cambridge. Cambridge University Press
- Sullivan, J. L. (2013). Media Fandom and Audience Subcultures. Em Sullivan, J. L. (Eds.), *Media Audiences: Effects, users, institutions and power* (pp. 189-213). Calif. Sage Publications.
- Tainan, P. T., & Machado, A. (2015). Desafios epistémicos e configurações teórico-metodológicas da etnografia virtual no campo da comunicação, *Estudos em Comunicação*, (18) 133-158. [http://www.ec.ubi.pt/ec/19/pdf/ec\\_19.pdf](http://www.ec.ubi.pt/ec/19/pdf/ec_19.pdf)
- Tomazi, M. (2011). Uma análise discursiva da construção do humor no género charge. *Revista (Com)textos linguísticos*, 5(5) 140-156. <https://bit.ly/3lkkhOQ>
- Valente, J. (2018). Redes sociais digitais – A importância da dimensão económica e a emergência de monopólios digitais. Em Fialho, J., Saragosa, J. et. al (Eds.), *Redes Sociais: Para uma compreensão multidisciplinar da sociedade* (pp. 119-140). Lisboa. Edições Sílabo

Watson, Cate (2015), A sociologist walks into a bar (and other academic challenges): Towards a methodology of humour". *Sociology*. 49 (3) 407-421. <https://doi.org/10.1177/0038038513516694>

## Fontes

Big Think. (2016, janeiro 1). John Cleese: Political Correctness Can Lead to an Orwellian Nightmare [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=QAK0KXEpF8U>

Free Word Centre. (2018). Self-regulation and hate speech on social media platforms. <https://bit.ly/3ns720A>

Grupo Marktest (2019, dezembro). *Redes Sociais: Números e tendências*, consultado em 3.09.2020. <https://www.marktest.com/wap/a/n/id~25a8.aspx>

Guerreiro, A. (2013). Notas sobre o riso e a estética do cómico. Em Fundação EDP, Museu da Eletricidade e Produções Fictícias (Eds.), *Prontuário do Riso* (pp. 27-35). Lisboa. Edições Tinta da China

Jovem Conservador de Direita. (2016). A era do doutor. Lisboa. Saída de Emergência.

Martins, R. C. (2013). Algumas desconsiderações sobre o humor. Em Fundação EDP, Museu da Eletricidade e Produções Fictícias (Eds.), *Prontuário do Riso* (pp. 227-230). Lisboa. Edições Tinta da China

Nunes, Nelson (2016), *Com o humor não se brinca* (1ªEd.). Lisboa, Vogais

Nunes, Nelson (2018), *Quem vamos queimar hoje?* (1ªEd.). Lisboa, Vogais

Siniarska, D. B. (2017). *Protecting the Right to Freedom of Expression Under the European Convention on Human Rights: A handbook for legal practitioners*. Council of Europe. <https://bit.ly/3lhTYbW>

Zink, R. (2013). O Riso Nasce do Medo. Em Fundação EDP, Museu da Eletricidade e Produções Fictícias (Eds.), *Prontuário do Riso* (pp. 231-241). Lisboa. Edições Tinta da China



# Anexos

## Anexo A. Guião da entrevista

### LINHAS GERAIS DA ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA

- ✓ Explicar o propósito e dinâmica da entrevista;
- ✓ Pedir consentimento para gravar o áudio da entrevista;
- ✓ A entrevista foi realizada a 5/08/20 via Zoom.

### PRIMEIRA PARTE: SOBRE OS CRIADORES DA PÁGINA DE FACEBOOK *JOVEM CONSERVADOR DE DIREITA* E A SUA RELAÇÃO COM O HUMOR

- 1) Quem são, como se conheceram e quando começaram a escrever juntos?
- 2) Qual é a relação que têm com o humor enquanto consumidores?
- 3) Veem no humor uma função (ou funções) objetiva?
  - Se sim, procuram replicar ativamente essas funções nos vossos textos?

### SEGUNDA PARTE: SOBRE A PÁGINA DE FACEBOOK *JOVEM CONSERVADOR DE DIREITA*

- 1) Como apresentam a personagem *Jovem Conservador de Direita*?
- 2) Consideram que os textos do JCD podem ser classificados como “humor político”?
- 3) Têm em consideração as reações e comentários da página quando abordam certos temas?
- 4) O que acham que motiva a indignação em torno da personagem?
- 5) Temem a possibilidade de interpretação não irónica da personagem?
- 6) Sentem que a página possa ser considerada uma fonte de informação alternativa?

### TERCEIRA PARTE: SOBRE A TROCA DE TEXTOS ANALISADA

- 1) Surpreendeu-vos a reação que obtiveram face aos textos?
- 2) Sentem que os comentários ao texto podem levantar outras questões relativamente ao tema que está em foco?

## Anexo B. Inquérito por questionário online

### LINHAS GERAIS DO INQUÉRITO POR QUESTIONÁRIO ONLINE

- ✓ Explicar o propósito e dinâmica do inquérito por questionário;
- ✓ Assegurar o anonimato de respostas;
- ✓ Aplicado entre 2 e 10 de setembro de 2020 através de um formulário Google Forms, podendo ser consultado em <https://forms.gle/zChzM8k3ibdBM5LT6>;

✓ As perguntas assinaladas com \* são de resposta obrigatória.

### **PRIMEIRA PARTE: DADOS SOCIODEMOGRÁFICOS**

1) Idade \*

(Ex.: 25) \_\_\_\_\_

2) Género \*

- Feminino*
- Masculino*
- Prefiro não responder*

3) Último grau de escolaridade completado \*

- Nível 0 – Sem escolaridade*
- Nível 1 – 2º ciclo do ensino básico*
- Nível 2 – 3º ciclo do ensino básico*
- Nível 3 / 4 – Ensino secundário*
- Nível 5 – Curso técnico superior profissional*
- Nível 6 – Licenciatura*
- Nível 7 – Mestrado*
- Nível 8 – Doutoramento*

### **SEGUNDA PARTE: HÁBITOS DE CONSUMO DE HUMOR NAS REDES SOCIAIS**

1) É consumidor de humor nas redes sociais? \*

- Sim*
- Não*

*Nota: O questionário termina caso a resposta seja “não”*

2) Com que frequência consome humor nas redes sociais? \*

- 2 a 3 vezes por mês*
- 1 vez por semana*
- 2 a 3 vezes por semana*
- 4 a 5 vezes por semana*
- Todos os dias*

3) Em que rede social consome mais humor? \*

- Facebook*
- YouTube*
- Twitter*
- Instagram*
- TikTok*

- 4) Qual o formato de eleição no consumo de humor nas redes sociais? \*
- Texto*
  - Vídeo*
  - Imagem*
  - Som*
- 5) Quais as suas temáticas de eleição no consumo de humor nas redes sociais? \*
- Humor físico (ex.: escatológico, sexual, etc.)*
  - Humor situacional (ex.: histórias do quotidiano, comentários a acontecimentos, etc.)*
  - Humor crítico (ex.: político, caricatural, etc.)*
- 6) Assinale o grau de importância que cada uma das seguintes razões desempenham na sua decisão de consumir humor em redes sociais
- Sendo 1 – Nada importante; 2 – Pouco importante; 3 – Moderadamente importante; 4 – Importante; 5 – Muito importante
- 6.1 – *Facilidade de acesso a conteúdos humorísticos;*
  - 6.2 – *Facilidade de partilha de conteúdos humorísticos;*
  - 6.3 – *Possibilidade de interação com os criadores do conteúdo humorístico;*
  - 6.4 – *Possibilidade de interação com a comunidade online;*
  - 6.5 – *Acesso a uma maior multiplicidade de conteúdos humorísticos;*
  - 6.6 – *Acesso a conteúdos humorísticos mais atuais;*
  - 6.7 – *Possibilidade de manifestar o meu agrado/desagrado com os conteúdos;*
  - 6.8 – *Possibilidade de denunciar conteúdos humorísticos que me desagradam.*
- 7) Acompanha páginas de humor / de humoristas na rede social Facebook? \*
- Sim*
  - Não*
- 8) Assinale o grau de concordância com as seguintes afirmações \*
- Sendo 1 – Discordo totalmente; 2 – Discordo em parte; 3 – Não concordo nem discordo; 4 – Concordo em parte; 5 – Concordo totalmente
- 7.1 – *As redes sociais, pelas suas características, amplificam as reações negativas (ex.: ofensa, discórdia ou crítica) face a um texto humorístico;*
  - 7.2 – *O humor satírico, na medida em que possui uma intenção crítica, é mais propício a gerar reações negativas (ex.: ofensa, discórdia ou crítica) nas redes sociais;*
  - 7.3 – *As reações negativas face a um texto humorístico (ex.: ofensa, discórdia ou crítica) são suficientes para justificar o apelo à sua censura;*
  - 7.4 – *Face às suas características, as redes sociais condicionam mais a liberdade criativa dos criadores de textos humorísticos do que lhes oferecem novas possibilidades;*

7.5 – *Pela facilidade com que é criado e partilhado, o humor publicado nas redes sociais pode mais facilmente influenciar a opinião pública.*

**TERCEIRA PARTE: SOBRE A PÁGINA DE FACEBOOK JOVEM CONSERVADOR DE DIREITA**

1) Conhece a página de Facebook Jovem Conservador de Direita? \*

- Sim*
- Não*

*Nota: O questionário termina caso a resposta seja “não”*

2) Segue a página de Facebook Jovem Conservador de Direita? \*

- Sim*
- Não*

3) Com que frequência acompanha a página de Facebook Jovem Conservador de Direita? \*

- Nunca*
- 1 vez por semana*
- 2 a 3 vezes por semana*
- 4 a 5 vezes por semana*
- Todos os dias*

4) Acompanha a personagem Jovem Conservador de Direita fora da página de Facebook (ex.: Twitter, podcasts, espetáculos, crónicas, etc.)? \*

- Sim*
- Não*

5) Quais as temáticas que mais gosta de ver comentadas na página de Facebook Jovem Conservador de Direita? \*

- Notícias da atualidade*
- Figuras políticas*
- Decisões políticas*
- Textos de opinião*
- Publicações nas redes sociais*

6) Seleccione as características que associa ao discurso da personagem Jovem Conservador de Direita? \*

- Humorístico*
- Conservador*
- Satírico*
- Ofensivo*
- Irónico*
- Progressista*

- Parodiante*
  - Tendencioso*
  - Crítico*
  - Provocador*
  - Outra: \_\_\_\_\_*
- 7) Assinale o grau de concordância com as seguintes afirmações \*
- Sendo 1 – Discordo totalmente; 2 – Discordo em parte; 3 – Não concordo nem discordo; 4 – Concordo em parte; 5 – Concordo totalmente
- 7.1 – Os textos da página Jovem Conservador de Direita são facilmente identificáveis como sátira, na medida em que é perceptível o seu tom irónico;*
- 7.2 – É necessário conhecer as características humorísticas por detrás da personagem Jovem Conservador de Direita para entender a ironia dos seus textos;*
- 7.3 – Os textos da página Jovem Conservador de Direita são uma fonte de informação sobre os temas da atualidade.*
- 8) Com que frequência interage na caixa de comentários da página de Facebook Jovem Conservador de Direita? \*
- Nunca*
  - Raramente*
  - Ocasionalmente*
  - Frequentemente*
- 9) Selecione os motivos que o levam a interagir na caixa de comentários da página Jovem Conservador de Direita \*
- Para elogiar o texto*
  - Para criticar o texto*
  - Para entrar em discussão com outro membro da comunidade*
  - Para destacar uma passagem do texto*
  - Não comento*
  - Outra: \_\_\_\_\_*
- 10) Na sua perceção, a receção negativa dos textos da página de Facebook Jovem Conservador de Direita pode ser maioritariamente justificada pela
- Discordância com o ponto de vista da personagem devido à incompreensão do humor patente no discurso*
  - Ofensa com o ponto de vista da personagem devido à incompreensão do humor patente no discurso*
  - Discordância com a crítica implícita no humor patente no discurso*

- *Ofensa com a crítica implícita no humor patente no discurso*

## **Anexo C. Textos analisados da página JCD**

### **Anexo C.1. Primeiro texto considerado**

- ✓ Publicado na página de Facebook JCD a 13 de junho de 2020;
- ✓ Recuperado a 14 de agosto de 2020;
- ✓ Disponível em <https://bit.ly/3jq3Xvu>.

“Estou completamente de acordo com a Dra. Raquel Varela. As crianças das classes baixas têm muito a aprender com as crianças das classes altas sobre como se devem comportar enquanto crianças de classes baixas. Daqui a pouco temos uma criança cheia de gadgets de última geração ao lado de uma criança toda esfarrapada depois de brincar na natureza e não sabemos a qual delas é que temos de dizer *os meus cumprimentos ao paizinho*.

Desde os tempos da austeridade que o Dr. Passos Coelho diz que os portugueses vivem acima das suas possibilidades. Agora, temos a Dra. Raquel Varela, que é de esquerda, a validar esta posição. Os pobres passam demasiado tempo a brincar com *gadgets*, em vez de apreciarem o privilégio que a pobreza lhes oferece, como usufruir da natureza sem estarem preocupados que a qualquer momento podem receber um e-mail do trabalho que os obrigue voltar para a empresa.

Como é de esquerda, a Dra. Raquel Varela gosta muito de pobres em teoria. Mas fica desiludida quando eles não se comportam da forma que ela gostaria. Uma coisa é uma pessoa de esquerda esclarecida com o *iPhone*, porque é capaz de conciliar a dialética e a sua crítica do capitalismo com a posse de um telemóvel de alta geração. Mas um pobre comum não está preparado para isso e o facto de olhar para um *iPhone* pode fazer com que se sinta grato pelo capitalismo, ignorando que é este que o oprime. O conforto que o capitalismo proporciona aos pobres pode desviá-los do foco principal, que é a luta contra o capitalismo ao lado da Dra. Raquel Varela.

É claro que esta é uma imagem da pobreza que a Dra. Raquel Varela construiu. Como não conhece muitos pobres a sério, é possível que avalie os pobres a partir das pessoas mais pobres que ela conhece, aqueles que têm dinheiro para *iPhones* e *PlayStations*, mas não para dar a entrada para um palacete no centro de Lisboa.

Para ser sincero, estou certo de que existem muitos pobres sem *iPhones*, caso contrário a *Xiaomi* não teria mercado para os seus telemóveis de 100€. Acredito ainda que as campanhas que ocorreram durante esta pandemia para recolher material para crianças estudarem à

distância eram dirigidas exclusivamente a crianças ricas, que passam demasiado tempo em acampamentos isolados de *gadgets* e, depois, quando os vão ligar eles estão com a bateria toda viciada.

Apesar de ser de direita, partilho esta dor da Dra. Raquel Varela. Como político, sinto que tenho e passar demasiado tempo a falar pessoas estúpidas que não estão no mesmo patamar do que eu. Se as pessoas não fossem tão estúpidas, talvez eu as conseguisse salvar delas próprias. A esperança da Dra. Raquel Varela é que os campos de férias na natureza convertam as crianças das classes altas ao socialismo e se auto-guilhotinem. A minha esperança é que as classes baixas continuem a preferir *iPhones* a guilhotinas.

Hoje saiu mais um episódio do meu *podcast*. Falo de estátuas vandalizadas, do anti-racismo do Dr. Cotrim e do Dr. Rui Rio e sobre a censura do *E Tudo o Vento Levou*. Está disponível nos locais habituais.”

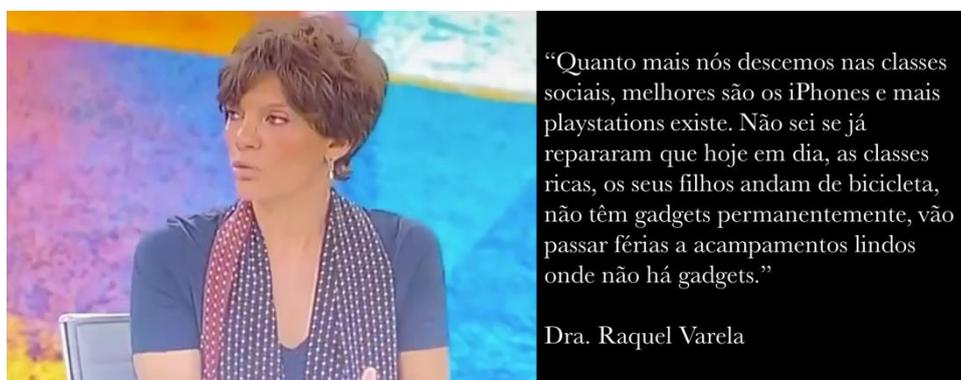


Ilustração 1 - Imagem que acompanha o texto original

## **Anexo C.2. Segundo texto considerado**

- ✓ Publicado na página de Facebook JCD a 19 de junho de 2020;
- ✓ Recuperado a 14 de agosto de 2020;
- ✓ Disponível em <https://bit.ly/3cPREjf>.

“Pedido de público ao site Dra. Raquel Varela

Contaram-me que um site chamado Dra. Raquel Varela (não conhecia, confesso) fez um texto sobre mim a propósito de um texto que eu escrevi sobre a Dra. Raquel Varela. Conhecia a Dra. Raquel Varela da televisão e da academia, mas nunca pensei que ela andasse neste mundo lamacento da Internet, que tanto desprezo causa aos intelectuais de esquerda, porque aliena os pobres e a classe trabalhadora da natureza, da luta de classes e dos ATLS de surf.

Como sabem, abomino pessoas de esquerda, mas nem todas. A existência da Dra. Raquel Varela faz-me ter esperança em relação a pessoas de esquerda. Estamos a falar de pessoas que

o capitalismo tratou bem, têm sentimentos voluptuosos em relação a bens materiais, mas têm uma reputação a manter entre os seus pares académicos. É por isso que a Dra. Raquel Varela tem de viver com o fardo e o sentimento de culpa de ser uma intelectual *da esquerda caviar*, que tem *tanto de amor à classe trabalhadora como de desprezo aos tipos que escrevem na Internet ou comentam nos media baseados em superficialidades, eles são aliás a nossa barricada de rir favorita em qualquer bom jantar da esquerda caviar, os ignorantes atrevidos*. Consigo respeitar isto. Fazer parte de grupos exclusivos, que se riem de ignorantes que escrevem na Internet e brindar com champanhe em declarações de amor pela classe trabalhadora, é muito do que nós fazemos, substituindo a *classe trabalhadora* pela *classe empresarial*. Infelizmente, tanto eu como a classe trabalhadora estamos agarrados aos telemóveis a escrever na Internet e a mostrar a nossa ignorância.

A Dra. Raquel Varela afirma que eu não tenho *noção alguma do país*, o que é um facto. Aquilo que interessa conhecer sobre o país está em folhas do *Excel* e quando ouço falar em país real vem-me logo à cabeça o cheiro horrível que eu imagino que exista em transportes públicos. Nesse sentido, agradeço o seu trabalho e a sua dedicação, sacrificando-se por nós, sendo uma espécie de Dr. David Attenborough de pobres. A Dra. Raquel Varela é uma negacionista das alterações climáticas e isso apenas corrobora a sua cientificidade em todos os aspectos em que mergulha. É verdade que a Dra. Raquel Varela se revela no texto como conhecedora da *sociologia do país*. Para quem não fala o idioma da esquerda intelectual isto quer dizer que vive no país, tem olhos e vê coisas à sua volta. O termo sociologia surge aqui para dar a ilusão de que isto é uma ciência. No fundo é humor de observação sem a parte do humor, mas é desculpável.

Depois apresenta-me uma factura detalhada daquilo que gasta na educação dos filhos, o que prova o seu ponto de vista, segundo o qual os filhos da classe trabalhadora passam os dias sozinhos no telemóvel e a jogar *PlayStation*. Através da sua experiência individual infere, por oposto, a experiência dos pobres. Isto é ciência. E bom senso! O que a Dra. Raquel Varela quer dizer é que fica muito caro os seus filhos terem experiências de esquerda, como viajar pela Europa e visitar museus. Ainda bem! Isto fez com que a Dra. Raquel Varela saísse da sua zona de conforto e atingisse um patamar de folga financeira, que possibilitou aos seus filhos ter uma experiência socialista de educação. É o socialismo que funciona.

Como pessoa de direita, aprecio muito generalizações, porque poupa-me tempo. Fundir um grupo heterogéneo de pessoas numa generalização permite-me ter opinião categórica sobre várias pessoas sem me dar o trabalho de as conhecer especificamente. Na direita, fazemos isso há milénios. É mais fácil fazer uma generalização porque nos afaga a consciência. Colocando pessoas em caixas, criando estereótipos, atesta capacidade de decisão política. Não podemos cair no engodo de conhecer a realidade, ficamo-nos pelo melhor, que é encaixar a realidade. É

muito mais fácil assumir que os pobres jogam *PlayStation* e os privilegiados estão em ATLS do surf (eu, de classe alta, nunca tinha ouvido falar de tal coisa) ou a criar empresas como o Dr. Martim a quem a Dra. Raquel Varela deu um raspanete no Prós e Contras. A generalização é, sobretudo, uma excelente ferramenta para os ignorantes da internet fazerem posts com muitos *likes* ou para comentadores em programas de televisão dizerem coisas com impacto.

No comentário que deu origem ao meu texto, a Dra. Raquel Varela afirma que os pobres têm as *gadgets* mais caras. E eu com isso até concordo. Se calhar, em vez do RSI que os pais podem usar para comprar coisas inúteis, podíamos começar a dar às crianças *vouchers* para elas usarem em museus ou ATLS de surf. Pode começar aqui uma plataforma de entendimento entre direita caviar, que é um pleonasma, e esquerda caviar. Podemos discordar em muita coisa, mas une-nos o paternalismo em relação aos pobres.

A Dra. Raquel Varela diz que eu sou néscio e que me devia preocupar antes com o incentivo do Governo a fazer férias cá dentro em vez de me preocupar com a esquerda intelectual. Agradeço que tenha encontrado um tempo na sua agenda para fazer trabalho voluntário de editora da minha página no Facebook. Vou começar a conter-me mais nos comentários que faço sobre a *esquerda caviar* (palavras dela), que ela define deste modo: *Todo o nosso saber, aqui na esquerda caviar, é mobilizado a favor de quem-vive-do-trabalho, e usado para escarnecer de cretinos como ele que adoram comentar a vida do país e não conseguem dar um sinal de vida inteligente dentro de si ou de conhecimento da realidade.*

Sinto-me honrado que a esquerda caviar divida o seu tempo precioso entre ajudar aqueles que vivem do trabalho e o escarnecimento de *cretinos* como eu que não sabem o que é o país real. Agradeço à esquerda caviar, na pessoa da sua CEO, o facto de gastarem tanto tempo em escarnecimento. Entre o escarnecimento, os jantares e as idas ao Palácio da Pena sobra pouco tempo para prejudicarem a economia com as suas ideias de esquerda.

A Dra. Raquel Varela revela com tristeza e inveja que não lhe surpreende o facto de eu ter milhares de seguidores. Deve ser complicado ser de esquerda e viver permanentemente desiludido com a estupidez das pessoas que seguem e fazem coisas que ela não gosta. Eu, como a *PlayStation* das páginas do Facebook, peço-lhe desculpa também em nome das pessoas.”

## PEDIDO DE DESCULPAS PÚBLICO AO SITE DRA. RAQUEL VARELA



Raquel Varela

2 h · 🌐

Contaram-me que um site chamado Jovem Conservador de Direita (não conhecia, confesso) terá feito umas piadas sobre mim quando referi na RTP que hoje os filhos dos pobres têm bons telefones, ser rico é ir para acampamentos ao ar livre, portanto o problema central da educação não está em ter acesso às tecnologias, expliquei. Ele tem que produzir materiais e tentou argumentar que eu era uma intelectual da esquerda caviar, que viveria num castelo, e que não sabe que os pobres não têm bons iPhones. Ao que parece a coisa teve muitos comentários e partilhas. Conheço algo da sociologia do país e pertença, infelizmente, a uma "elite" intelectual. Os filhos dessa "elite" nunca tiveram Play-Station, já conhecem metade dos países da Europa com 18 anos, todos os grandes museus, e qualquer semana de férias num ATL de surf não custa menos de 200 euros, por semana, 350 se for com dormidas, dois filhos são um salário mínimo por semana. O simples acto de ir ao cinema com pipocas dois filhos custa 20 euros, ou 30 euros se for com jantar. Só uma elite o faz. Vão também a Inglaterra uma vez na vida passar 15 dias num lugar idílico, custa 4000 euros, 13 Play Stations.

Os filhos dos outros, a larga maioria de quem trabalha, estão na TV, no Telefone e na Play Station - e aí que vão passar as férias e é aí que passam os dias, sozinhos. A vida de quem vive do trabalho cabe num telefone e numa consola. Por isso não é vida alguma.

O Jovem Conservador de Direita não tem noção alguma do país, mas ao que parece tem milhares de seguidores (não surpreende). Os quais se entregaram a despejar insultos contra mim porque, segundo o JCD, eu sou uma intelectual da esquerda caviar que não sabe como vivem os "pobrezinhos". Parece que tem sentido de humor. Como sou adepta do riso, porém, aconselho-o hoje a fazer uma piada com os incentivos políticos a que se viaje cá dentro este ano. Com estes salários não há mercado interno, a larga maioria dos portugueses não terá como viajar cá dentro. E, creio, a maioria nunca visitou ou visitará o Palácio da Pena. Era com isso que um néscio como o JCD devia preocupar-se e menos com os "intelectuais da esquerda caviar". Já devia ter compreendido, a esta altura da vida, que os intelectuais da esquerda caviar têm tanto de amor à classe trabalhadora como de desprezo aos tipos que escrevem na internet ou comentam nos media baseados em superficialidades, eles são aliás a nossa barrigada de rir favorita em qualquer bom jantar da esquerda caviar, os ignorantes atrevidos. Todo o nosso saber, aqui na esquerda caviar, é mobilizado a favor de quem vive-do-trabalho, e usado para escarnecer de cretinos como ele que adoram comentar a vida do país e não conseguem dar um sinal de vida inteligente dentro de si ou de conhecimento da realidade.

Ilustração 2 - Imagem que acompanha o texto original

### Anexo C.3. Terceiro texto considerado

- ✓ Publicado na página de Facebook JCD a 25 de junho de 2020;
- ✓ Recuperado a 14 de agosto de 2020;
- ✓ Disponível em <https://bit.ly/3nbu0c6>.

“A Dra. Raquel Varela só gosta de entrar em debate com aqueles cuja integridade intelectual respeita e decidiu, para acabar com a não polémica que criou comigo, responder-me, uma pessoa que não respeita intelectualmente. Ela leu todos os comentários no meu *post* sobre ela

(coisa que nem eu consigo fazer, visto que, como não trabalho em ciências sociais, não tenho tempo) e concluiu que isto da internet já foi longe demais.

É claro que ela é, tal como eu, contra o politicamente correcto. Mas as regras são explícitas. As pessoas podem dizer tudo aquilo que quiserem, desde que ela goste. Por exemplo, se as pessoas fizerem alusão a um alegado título nobiliárquico que lhe atribuem ironicamente ela acha que é um ataque que merece ser resolvido em tribunal. E eu também acho isso. É usurpação de títulos nobiliárquicos. Se a esquerda caviar quer ser levada a sério tem de inventar o seu próprio sistema de patentes. Ela critica-me por eu não apagar comentários de que não gosta. Se ela quiser posso dar-lhe o título de administradora nesta página, para garantir que os comentários todos cumprem as normas que ela estabeleceu para limitar a liberdade individual, em nome da liberdade, que não deve ter limites. É o máximo que posso fazer.

Tenho de lhe agradecer o facto de não me considerar um site humorístico. Na semana passada, nunca tinha ouvido falar do meu site. Ao dia de hoje, tornou-se a maior especialista em 'site JCD'. É a beleza de praticar a sociologia em modo *God* – Oiço falar, logo, sei tudo. Tudo aquilo que eu faço aqui é sério, como a política deve ser. E se aparecer por aí alguém com o objectivo de fazer sátira ou ridicularizar políticos, eu sou o primeiro a juntar-me à Dra. Raquel Varela para criticar e fazer longos textos, onde faço suposições sobre as suas posições políticas e a denunciar a sua agenda. Ninguém pode simplesmente querer fazer rir. Tem de haver sempre um motivo oculto ou um financiamento do Dr. Soros. Já o disse antes: é mais fácil tirar conclusões acerca de pessoas antes de as conhecer, porque encaixam mais facilmente na ideia que já tínhamos delas.

Temos de proteger a política do humor, até porque, como insinua a Dra. Raquel Varela, foi isso que abriu caminho ao Dr. Cabeça de Geleia. É complicado encontrar a lógica no pensamento da Dra. Raquel Varela. Mas deve ser defeito meu que não sou sociólogo. Da mesma forma que concluiu que os pobres passam muito tempo na *PlayStation* a partir da sua experiência pessoal, ela encontrou uma relação entre uma coisa que não gosta (eu) e outras coisas que não aprecia (a despolitização dos portugueses, os insultos no Facebook e o CHEGA).

*Seria o mesmo que eu dizer: A Dra. Raquel Varela, apesar de se assumir anti-sistema, vai muito à televisão. No conforto do estúdio alega que faz muito para defender os pobres, apesar de, ao mesmo tempo, demonstrar que conhece muito poucos na realidade. A prova disso é que fala sobre escarrar em mesas de café como se isso fosse um fenómeno e faz generalizações abusivas do seu comportamento. As pessoas que estão cansadas do sistema olham para ela, uma pessoa elitista e completamente desligada da realidade, alegadamente a defender de cima para baixo os seus interesses ao mesmo tempo que se apresenta como anti-sistema, e não conseguem atribuir credibilidade aos seus comentários. Por isso, preferem votar no CHEGA,*

*mesmo que discordem do seu programa, porque, apesar dos seus defeitos, são genuínos e não dão ar de hipócritas.*

É óbvio que jamais faria este tipo de análise. A realidade é bem mais complexa e seria preguiçoso da minha parte encontrar este tipo de relações de causa/efeito entre coisas que não gosto.

Além disso, a Dra. Raquel Varela assume o objectivo de defender o debate democrático no Facebook. Uma causa que me é muito querida, tendo em conta que até já me apagaram a página. Ela diz que a censura não deve ser feita pelos empresários, mas sim pelas pessoas que administram as páginas. Ou seja, a Dra. Raquel Varela, para atacar a censura, decide tomar ela a iniciativa de censurar. São opções.

Felizmente, os empresários de Silicon Valley estão bem mais à frente e criaram uma coisa chamada algoritmo que gere sozinho aquilo que aparece no *feed* das pessoas. Ela pode entreter-se a apagar comentários que não aprecia (apesar de ser contra censura), enquanto o algoritmo está ocupado em dar visibilidade a *posts* patrocinados e a arranjar formas de promover publicações que prendam as pessoas ao site, às vezes são notícias falsas xenófobas, outras vezes são textos sobre mim. É que, apesar da sua ingenuidade, a Dra. Raquel Varela até percebe alguma coisa sobre o algoritmo. Percebeu o impacto da sua publicação sobre mim e decidiu fazer o mesmo para ter mais *likes* e comentários nas suas publicações.

Percebam uma coisa, a Dra. Raquel Varela alega ser anti-sistema. Essa é a *brand* dela. É a *brand* que lhe permite ir à televisão ser anti-sistema e ter acesso facilitado a canais para vender os livros dela anti-sistema. Ela podia perfeitamente ter feito o seu texto confuso e pouco informado sobre censura nas redes sociais sem me referir ou sem fazer suposições erradas sobre os meus objectivos (suposições que envergonhariam qualquer investigador em ciências sociais). Mas decidi falar de mim para ter mais *likes* e para que o algoritmo criado pelos empresários do Facebook favorecesse a sua publicação. Eu faço-lhe a vontade e volto a referir o nome dela. Mais uma vez é uma pessoa anti-sistema a utilizar um político de sistema para os seus fins. Falar dela é uma forma de recompensar o seu empreendedorismo.

Antes de terminar, pedia a todos os que vão comentar para serem elogiosos para com a Dra. Raquel Varela, de modo a que a Dra. reconheça a vossa existência no mesmo mundo que a própria criou. Para isso, peço que usem a *#BemHajaDraRaquelVarela*”

## #BemHajaDraRaquelVarela



Raquel Varela

5 h · 🌐

Imaginem que estamos num café, várias mesas de convivas, e entra um grupo de pessoas e arrotta, solta gases e a seguir escarra no balcão. Se fosse real, abandonaríamos o café. Vem isto a propósito do apelo à censura cada vez mais notório por parte dos donos do Facebook, com a desculpa de acabar com os "discursos de ódio", e dos comentários que li no site Jovem Conservador de Direita (JCD), sobre a minha pessoa (foram centenas), e que tenho lido ao longo de anos nas redes sociais ou caixas de comentários de jornais de referência.

Comecemos pelo início. O site JCD não é um site de humor, é um projecto político próximo da Geringonça, nascido por volta de 2015, com o clássico programa dos neoliberais de esquerda: pagarmos mais impostos para a "economia verde", subsídio de desemprego em vez de emprego, assistencialismo social em vez de Estado Social (diminuir pagamentos de casas, electricidade, taxas moderadoras mas só para os miseráveis, os sectores médios que paguem), e identitarismo radical (feminismo, anti-racismo). E, não menos importante, apelo à censura ou, como dizem, ser "politicamente correcto" em nome da igualdade.

Ilustração 3 - Imagem que acompanha o texto original

### Anexo D. Interações registadas nos textos considerados

✓ Os dados relativos aos comentários foram recuperados a 15 de setembro de 2020.

#### Anexo D.1. Interações registadas no primeiro texto considerado da página JCD

Interações	
<b>Gostos</b>	<b>1 392</b>
Gosto	736
Riso	559
Adoro	97
<b>Comentários totais</b> <i>(comentários no texto + comentários de resposta a outros utilizadores)</i>	<b>243</b>
Comentários no texto	120
<b>Partilhas</b>	<b>164</b>
<b>Total</b>	<b>1 799</b>

**Anexo D.2. Interações registadas no segundo texto considerado da página JCD**

<b>Interações</b>	
<b>Gostos</b>	<b>2 444</b>
Gosto	1 141
Riso	881
Adoro	422
<b>Comentários totais</b> <i>(comentários no texto + comentários de resposta a outros utilizadores)</i>	<b>431</b>
Comentários no texto	289
<b>Partilhas</b>	<b>209</b>
<b>Total</b>	<b>3 084</b>

**Anexo D.3. Interações registadas no terceiro texto considerado da página JCD**

<b>Interações</b>	
<b>Gostos</b>	<b>1 473</b>
Gosto	704
Riso	582
Adoro	187
<b>Comentários totais</b> <i>(comentários no texto + comentários de resposta a outros utilizadores)</i>	<b>325</b>
Comentários no texto	219
<b>Partilhas</b>	<b>87</b>
<b>Total</b>	<b>1 885</b>