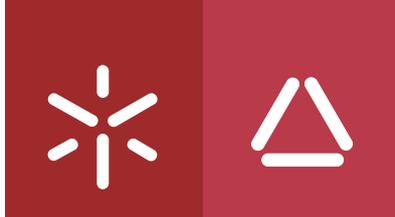


**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

João Fernando Ferreira Gonçalves

**O Jogo da Participação: pensamento  
estratégico nas caixas de comentários  
dos jornais *online***



**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

João Fernando Ferreira Gonçalves

**O Jogo da Participação: pensamento  
estratégico nas caixas de comentários  
dos jornais *online***

Dissertação de Mestrado  
Mestrado em Ciências da Comunicação  
Área de Especialização em Informação e Jornalismo

Trabalho realizado sob orientação da  
**Professora Doutora Sara Pereira**

## Declaração

Nome: João Fernando Ferreira Gonçalves

Endereço eletrónico: jonyffg@gmail.com

Número do Cartão de Cidadão: 13913277

Título dissertação:

O Jogo da Participação: pensamento estratégico nas caixas de comentários dos jornais *online*

Orientador(es): Professora Doutora Sara Pereira

Ano de conclusão: 2014

Designação do Mestrado: Mestrado em Ciências da Comunicação  
Área de Especialização em Informação e Jornalismo

É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO INTEGRAL DESTA DISSERTAÇÃO APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE;

Universidade do Minho, \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_

## Agradecimentos

Escrever uma dissertação de mestrado é uma viagem cujo sucesso depende sobretudo das pessoas que caminham connosco e daquelas que encontramos ao longo do caminho. Quanto aos que se cruzaram comigo em momentos chave desta dissertação, aproveito a oportunidade para agradecer a Hugo Torres, Nuno Marques e Cláudia Luís a oportunidade de conversar sobre os comentários e à Catarina Navio por me apontar o caminho e me mostrar a viagem dela. Quero também agradecer à equipa voluntária de grandes amigos que me deu o impulso necessário para subir as montanhas quando o caminho era demasiado íngreme.

Quanto às pessoas que me acompanharam nesta caminhada, agradeço à minha orientadora, a professora Sara Pereira, por me guiar para longe de caminhos impossíveis e me abrir a porta a mundos desconhecidos. Um obrigado muito especial aos meus pais e ao Fernando, pelo apoio académico, financeiro e emocional. Por fim, uma flor de gratidão para a Ana Isabel, porque uma viagem só faz sentido quando alguém nos coloca um pôr-do-sol no rodapé do horizonte.



## O Jogo da Participação: pensamento estratégico nas caixas de comentários dos jornais *online*

### Resumo

A promessa de uma Internet inclusiva, que catalisa o discurso e o debate para a criação de uma democracia mais participativa, parece ter sido fortemente comprometida pela evidência de comportamentos agressivos, insultuosos e racistas dos cibernautas. Dentro deste panorama dantesco de uma rede corrompida pela participação tóxica, as caixas de comentários dos jornais *online* aparecem como um dos exemplos mais visíveis do enviesamento dos espaços de participação.

Todos os dias, são publicados mais de mil comentários nos espaços dos jornais *online* em Portugal, no entanto, pouco se sabe sobre o discurso produzido excetuando a sua incompatibilidade com os princípios do discurso crítico racional propostos por Habermas (1984b). Nesta dissertação, propomos uma incursão pelo conteúdo destes comentários, explorando as suas motivações, características e enquadramento. Durante um mês, analisamos o conteúdo dos comentários em duas secções dos jornais generalistas Público e Jornal de Notícias, assim como 1000 comentários no jornal desportivo A Bola.

O retrato que pintamos nesta dissertação é de uma participação agressiva, estratégica e fortemente ligada a disputas de poder. Mostraremos que as caixas de comentários não são um espaço de expressão da opinião pessoal, mas de disputa e construção da opinião pública. Analisamos a influência de fatores como o anonimato, a moderação e o conteúdo das notícias na proliferação da agressividade e tentamos estudar não só a relação dos utilizadores com os jornais, mas também a forma como se desenrola a interação entre os comentadores. Por fim, entrevistamos jornalistas do Público e do Jornal de Notícias para perceber como é que os comentários são encarados nas redações.

Esta dissertação pretende dar um contributo para a compreensão da produção de discurso *online* e para o aprofundamento do campo da participação nos media em Portugal. A partir do enquadramento conceptual e teórico da teoria dos jogos, exploramos novos caminhos e métodos na análise e interpretação do conteúdo dos comentários às notícias.



## The Participation Game: strategic thought in online news comment sections

### Abstract

The promise of an inclusive Internet that stimulates speech and debate to create a more participative democracy seems to have been compromised by the proliferation of aggressive, insulting and racist behaviours. Within the chaotic landscape of a network corrupted by toxic participation, online newspaper comment sections appear as one of the most visible examples of the degeneration of participative spaces.

Every day, more than one thousand comments are published in the *online* comment sections of Portuguese newspapers, however, not much is known about the produced speech except for its incompatibility with the principles of critical-rational debate envisioned by Habermas (1984b). With this dissertation, we suggest an incursion through the content of these comments, exploring their motivations, features and framing. For a month, we collected and analysed the comments of two sections of the Público and Jornal de Notícias general information newspapers, as well as 1000 comments from the A Bola sports newspaper.

The portrait we paint in this dissertation shows a participation that is aggressive, strategic and strongly connected to power struggles. We will show that comment sections are not a space to express personal opinion, but to dispute and build public opinion. We analyse the influence of factors like anonymity, moderation and news content on the proliferation of aggression. We try to study not only the relation between users and newspapers, but also the way interaction occurs between users. Finally, we interviewed journalists from Público and Jornal de Notícias to understand how comments are seen by the newsrooms.

This dissertation seeks to contribute to the understanding of online speech production and to deepen the knowledge of media participation in Portugal. From the conceptual and theoretical frame of game theory, we explore new paths and methods to analyse and interpret comment sections.



# Índice

|   |    |
|---|----|
| <b>1. Introdução</b> .....  | 1  |
| <b>2. Um novo espaço discursivo</b> .....                                       | 3  |
| 2.1 Uma esfera pública?.....  | 6  |
| 2.2 A raiz do problema .....  | 9  |
| <b>3. Uma abordagem da teoria dos jogos</b> .....                               | 15 |
| 3.1 Razão e Racionalidade.....  | 16 |
| 3.2 O jogo da participação.....   | 19 |
| 3.3 Discurso como estratégia .....  | 23 |
| 3.4 Poder e estratégia: desenhar o mapa do tesouro.....                         | 25 |
| <b>4. Metodologia e desenho da análise</b> .....                                | 29 |
| 4.1 Hipóteses e questões do estudo .....  | 29 |
| 4.2 Amostra e <i>corpus</i> de análise.....                                     | 31 |
| 4.3 Variáveis de análise .....  | 33 |
| 4.4 Entrevistas .....   | 37 |
| 4.5 Caracterização dos jornais em análise .....                                 | 37 |
| 4.5.1 A Bola – controlo de fronteiras para comentários.....                     | 38 |
| 4.5.2 Jornal de Notícias – a minha liberdade termina na denúncia do outro ..... | 39 |
| 4.5.3 Público – dividir a tarte.....  | 41 |
| 4.5.4 Síntese.....  | 43 |
| <b>5. Poder e Castigo: agressividade como estratégia de influência</b> .....    | 45 |
| 5.1 As outras facetas da agressividade .....                                    | 55 |
| <b>6. Jogos de Interação: a luta pelo poder entre os comentadores</b> .....     | 61 |
| 6.1 Pensar fora da caixa: a visão dos jornalistas.....                          | 69 |
| <b>7. Conclusões</b> .....  | 73 |
| 7.1 Questões e caminhos .....   | 76 |
| <b>8. Referências Bibliográficas</b> .....                                      | 79 |
| <b>9. Anexos</b> .....  | 85 |



# Índice de Tabelas e Figuras

|  |    |
|--|----|
| <i>Tabela 1: Abordagem estratégico-racional.....</i>                                     | 18 |
| <i>Tabela 2: O Dilema do Prisioneiro.....</i>  | 20 |
| <i>Tabela 3: Distribuição da amostra.....</i>  | 32 |
| <i>Tabela 4: Fiabilidade.....</i>  | 36 |
| <i>Tabela 5: Comparação dos sistemas de moderação.....</i>                               | 43 |
| <i>Tabela 6: Distribuição da agressividade por secção.....</i>                           | 48 |
| <i>Tabela 7: Agressividade por jornal e secção.....</i>                                  | 49 |
| <i>Tabela 8: Distribuição da agressividade por destinatário.....</i>                     | 53 |
| <i>Tabela 9: Distribuição da agressividade por identificação do autor.....</i>           | 55 |
| <i>Tabela 10: Agressividade segundo identificação do autor (Público).....</i>            | 56 |
| <i>Tabela 11: Agressividade segundo identificação do autor (Jornal de Notícias).....</i> | 57 |
| <i>Tabela 12: Média de palavras por tipo de discurso.....</i>                            | 58 |
| <i>Tabela 13: Teste de Scheffe a média de palavras por tipo de discurso.....</i>         | 58 |
| <i>Tabela 14: Distribuição da relevância por agressividade.....</i>                      | 59 |
| <i>Tabela 15: Distribuição da relevância por secção.....</i>                             | 60 |
| <i>Tabela 16: Notícias com mais comentários agressivos dirigidos a comentadores.....</i> | 62 |
| <i>Tabela 17: Distribuição de nível por autores.....</i>                                 | 65 |
| <i>Tabela 18: ANOVA de nível médio por jornal.....</i>                                   | 68 |
| <i>Tabela 19: Teste de Scheffe de nível médio por jornal.....</i>                        | 68 |
| <br>   |    |
| <i>Gráfico 1: Número de comentários por data e secção.....</i>                           | 47 |
| <i>Gráfico 2: Evolução das posições.....</i>   | 64 |
| <br>   |    |
| <i>Ilustração 1: Distribuição da agressividade por ponto de decisão.....</i>             | 61 |
| <i>Ilustração 2: Diferenças na agressividade entre anónimos e identificados.....</i>     | 66 |
| <br>   |    |
| <i>Imagem 1: Aviso Diário de Notícias (fonte: Diário de Notícias).....</i>               | 5  |



# 1. Introdução

Mergulhar numa caixa de comentários de um jornal *online* é, não raras vezes, uma experiência semelhante à contemplação de um quadro de Hieronymous Bosch. O grotesco, o chocante, os loucos e o paradisíaco, todos eles conquistam o seu espaço nas caixas de comentários. A introdução ao guia do World Editors Forum (Goodman & Cherubini, 2013, p. 5) para lidar com os comentários constata que “(...) *comment threads on websites can frequently shock due to abusive, uninformed, not to mention badly-written contributions*”. De facto, uma ferramenta que prometia grandes ganhos para a democracia e para o jornalismo aparenta degenerar frequentemente num cadafalso de insultos e agressões.

Apesar disto, enquanto constatar a existência deste discurso desviante é uma tarefa relativamente simples, torna-se mais complexo explicar a sua motivação. O anonimato e as características do discurso *online* são os suspeitos do costume quando são debatidas hipóteses sobre o que espoleta este tipo de discurso. Os estudos em torno desta questão centram-se muito em reflexões sobre a civilidade e a possibilidade de estabelecer uma democracia deliberativa, remetendo as causas da agressividade e do insulto para segundo plano. De facto, o difícil acesso às pessoas que comentam aparenta ser um obstáculo difícil de contornar quando trabalhamos neste domínio.

No entanto, não podemos deixar de nos interrogar sobre o que podemos descobrir se ignorarmos o contrato social e descartarmos a perspetiva crítico-racional e nos focarmos nas crenças e objetivos que estão latentes na agressividade das caixas de comentários. Que tipo de lógica e razão orienta estes comentadores, que produzem um discurso tão tóxico para o leitor inocente? Para responder a estas perguntas temos que seguir um caminho diferente daqueles que outros académicos já trilharam.

O caminho que aqui propomos é o de encarar as caixas de comentários como um jogo que tem estratégias, regras e recompensas. Como afirma Huizinga (2003, p. 23), “«Jogo» é exterior à antítese entre sensatez e loucura, tal como é exterior às antíteses entre verdade e mentira e entre bem e mal”. O exercício de nos descolarmos das categorias morais e críticas na análise dos comentários tem a vantagem de translucidar os comportamentos e silhuetar as explicações. Ao considerar que o que orienta a ação é uma ponderação dos ganhos e prejuízos, desbloqueamos a possibilidade de esquematizar uma lógica orientadora para o discurso dos

comentários. Neste trabalho, vamos recorrer ao raciocínio da teoria dos jogos, uma teoria da decisão racional que tem sido aplicada sobretudo na economia, para desvelar a componente estratégica que se esconde na moldura da agressividade. A presunção de comportamento racional é perigosa nas ciências sociais se for interpretada como um absoluto, contudo, se for encarada como um quadro teórico e conceptual não espartilhado pela quantificação matemática, a teoria dos jogos tem o potencial para revelar linhas de pensamento e ação que não se abrem ao olhar incauto.

Assim, o nosso trabalho distribui-se em três grandes partes. Na primeira parte, desenhamos um enquadramento em que construímos e diferenciamos a nossa abordagem ao estudo dos comentários. Contrapomos uma abordagem baseada na razão instrumental e subjetiva aos pressupostos da teoria da ação comunicativa e do debate crítico-racional de Habermas (1984b).

Num segundo momento de análise, dissecamos os dados que recolhemos das caixas de comentários de três jornais portugueses e interpretamos as entrevistas a atores-chave das caixas de comentários nas redações. Recolhemos ao longo de um mês todos os comentários das secções de Política e Sociedade nos *websites* do Jornal de Notícias e do Público e 1000 comentários das secções Benfica e FC Porto do jornal A Bola. Para complementar o objeto empírico, realizámos entrevistas a jornalistas com responsabilidades associadas às caixas de comentários do Jornal de Notícias e do Público. Para terminar, apresentamos as conclusões do nosso trabalho e lançamos algumas questões para trabalhos futuros.

Não pretendemos descobrir a solução para a elevação do discurso das caixas de comentários nem sugerir uma fórmula interpretativa que justifique todo e qualquer discurso digitado naquele contexto. Aquilo que pretendemos fazer é quebrar com o senso comum e com as impressões parciais para construir o retrato de uma agressividade que não é gratuita nem irrefletida, mas que responde a circunstâncias e relações de poder específicas de uma forma que é percebida como eficaz.

Assim, esta dissertação deverá ser lida como uma série de mapas e pistas que cartografam uma península desconhecida no domínio da participação dos públicos, para que outros trabalhos os redesenhem e usem como esboços de um estudo das dinâmicas da agressividade *online*.

## 2. Um novo espaço discursivo

O desafio de estudar os comentários dos jornais *online* começa pela definição do objeto de estudo e do seu enquadramento. Do ponto de vista técnico, os comentários são mensagens introduzidas pelo leitor numa caixa de texto que é apresentada, normalmente, abaixo do corpo da notícia. Dentro desta caracterização geral, há um conjunto de especificidades que podem distinguir os sistemas de comentários de cada publicação. Limite de caracteres, admissão de comentários anónimos, sistema de moderação e integração com as redes sociais são apenas algumas das variáveis que podem ser exploradas do ponto de vista técnico.

O precursor eletrónico dos comentários aos jornais é o *bulletin board* (quadro de avisos), que teve a sua primeira experiência no *Community Memory*, desenvolvido em Berkley, em 1973, por um grupo de três entusiastas das novas tecnologias em 1973. O sistema tinha por base um terminal de computador onde qualquer indivíduo podia deixar mensagens ou procurar mensagens de outros utilizadores segundo tópicos. O sistema era bastante rudimentar, com o primeiro terminal ruidoso a surgir numa loja de música. O guia de utilização descrevia o *Community Memory* como uma espécie de 'feira da ladra' da informação e o panfleto associado apontava o fortalecimento da comunidade como objetivo: *"With this, we can work on providing the information, services, skills, education, and economic strength our community needs."*<sup>1</sup> No entanto, notava-se também no discurso do panfleto uma certa indefinição quanto às aplicações concretas do meio, deixando-as ao critério da comunidade. Curiosamente, entre os usos que foram desenvolvidos pelos utilizadores, encontrava-se algo que se assemelhava às cartas ao diretor: *"More exotic uses developed: experiments were made with poems, graphics and items almost analogous to letters to the editor, but much freer in content and form."* (Cybernetics, 1976, p. 100)

O *Community Memory* possuía já algumas das características das caixas de comentários atuais, tais como o anonimato e a curta dimensão das mensagens, que, na altura, seria mais motivada por questões técnicas do que editoriais. O modelo de financiamento do sistema fazia, também, uma distinção entre os vários níveis de participação semelhante à que existe nos *fora* atuais: *"Community Memory has adopted a creative approach to funding. They offer coin-operated terminals which can be read without charge, but require 25 cents to post an opinion*

---

<sup>1</sup> <http://www.well.com/~szpak/cm/cmflyer.html>, consultado em 04-07-2014.

*and a dollar to start a new fórum*” (Schuler, 1994, p. 44). Eventualmente, o *Community Memory* cresceu em número de terminais e localizações até cair em desuso.

Os sistemas de quadro de avisos com terminais tornaram-se obsoletos na era da Internet e começaram a nascer outros tipos de *fora online*. Os jornais tentaram capitalizar as potencialidades desta forma de interatividade criando endereços de email para as redações e abrindo espaços públicos discursivos digitais. Uma análise de 100 jornais norte americanos levada a cabo por Schultz (1999) concluiu que, em 1998, 33 desses jornais ofereciam um ou mais *fora online*. No entanto, já na altura se verificava uma reduzida participação dos jornalistas nesses espaços *“In fact, the examination suggested that forums were mostly unmoderated and that journalists rarely participated”* (Schultz, 1999, s.d.).

O sistema que sucedeu aos *fora*, e que se reveste de particular interesse pelas semelhanças com o sistema de comentários às notícias, é o do blogue. Com a sua génese em 1998, os blogues popularizaram a estrutura de comentários que é hoje aplicada às notícias. Surgindo como uma espécie de diários digitais, apresentam uma estrutura diferente dos *fora* pela hierarquização de conteúdo que apresentam. O controlo sobre os textos publicados recai sobre um único autor ou um conjunto restrito de autores, enquanto os restantes participantes estão limitados ao comentário. Este é, em larga medida, o paradigma verificado nos *websites* noticiosos, com o comentário a ser permitido aos leitores sem que estes tenham uma intervenção real no processo de produção noticiosa. *“However, the audiences’ actual opportunities for assuming such a selecting and editing role is most often highly constrained when it takes place within the framework of established news websites”* (Kammer, 2013, p. 114).

Os jornais portugueses desde cedo começaram a permitir comentários nas suas notícias. O jornal Público, por exemplo, começou a permitir comentários a 21 de setembro de 2001, tendo experimentado diferentes sistemas de moderação ao longo dos anos. No entanto, a abertura dos espaços de publicação aos leitores trouxe, simultaneamente, problemas relativos à gestão destes espaços de comentários. Existem já duas deliberações da Entidade Reguladora para a Comunicação (ERC) que decorrem de queixas acerca do conteúdo das caixas de comentários dos jornais generalistas portugueses. Destacam-se duas participações contra quatro dos cinco diários generalistas portugueses a respeito dos comentários às notícias sobre a morte

de Carlos Castro<sup>2</sup>. Note-se que a deliberação da ERC aponta claramente aos jornais a responsabilidade da moderação e manutenção dos espaços de comentários: “A publicação de comentários a notícias divulgadas online, à semelhança do que acontece no “correio dos leitores” das edições impressas, não deve ser feita de forma acrítica pelo jornal”. O *website* do Diário de Notícias contorna de certa forma esta responsabilidade ao apresentar um aviso (Imagem 1) que alerta para o conteúdo dos comentários antes de permitir a leitura dos mesmos.

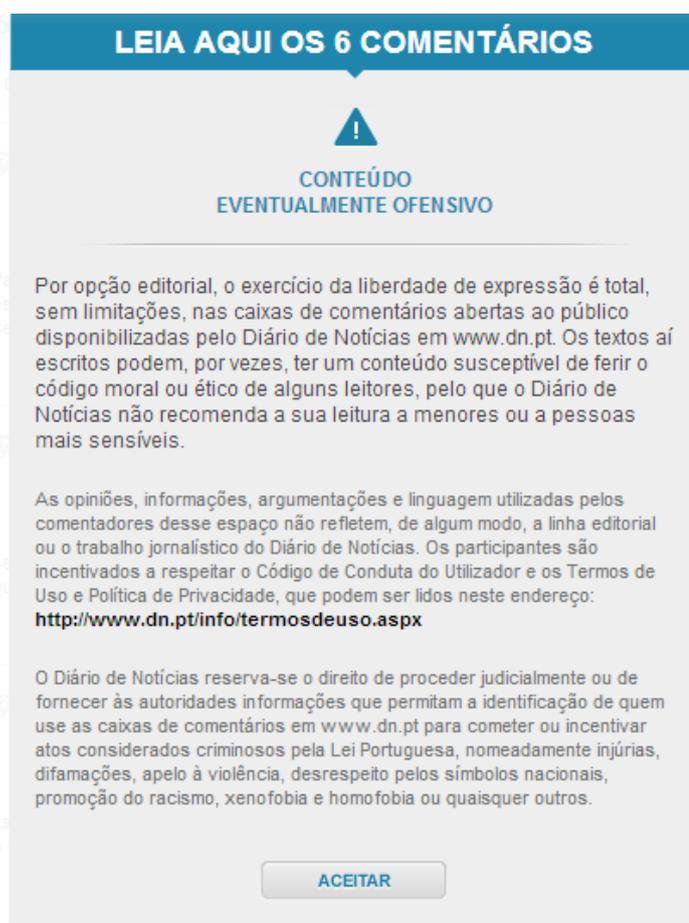


Imagem 1: Aviso Diário de Notícias (fonte: Diário de Notícias)

Assim, poderemos traçar nos comentários às notícias um percurso que se iniciou com otimismo mas que se desdobrou em problemas quando confrontado com os públicos. A falta de tempo e mão-de-obra no panorama económico atual é apontada como a principal razão para a proliferação da agressão e do insulto nas caixas de comentários (Tadeu, 2012, p. 94). No entanto, no nosso entender, a compreensão do fenómeno exige um olhar bem mais profundo para a forma e conteúdo dos espaços de comentário dos jornais.

<sup>2</sup> <http://www.erc.pt/download/YToyOntzOjg6ImZpY2hlaXJvJltzOjM5OjJtZWRpYS9kZW50c29lc9vYmplY3RvX29mZmxpbmUvMTY1NC5wZGYiO3M6NjoidGloOWxvJltzOjI1OjJkZWxpYmVvYWVhbnByOyY29udC1uZXQyMDElit9/deliberacao-2cont-net2011>, acessado em 04-07-2014

## 2.1 Uma esfera pública?

Embora as especificidades técnicas e a história do meio constituam um fator central para a reflexão proposta nesta dissertação, o desafio que queremos introduzir neste capítulo é o de definir a função e lugar que este espaço ocupa no domínio social, qual o seu potencial percebido e canalizado enquanto instrumento de participação e cidadania. Apesar de possuírem uma secção elaborada para explicar as regras e funcionamento dos sistemas de comentários, as publicações jornalísticas pouco ou nenhum espaço dedicam a explicar o propósito e a utilidade das ferramentas de comentário. Face a este vazio de significado a montante, temos que nos dedicar à vertente a jusante dos usos e das apropriações das caixas de comentários para encontrar pistas. Quais são os usos possíveis e efetivos desta ferramenta? Qual o quadro conceptual que permite enquadrar as caixas de comentários enquanto ferramenta participativa?

O conceito de esfera pública avançado por Habermas (1984a) é um ponto de partida útil, uma vez que propõe uma interação entre o discurso público e o poder que poderá encaixar no propósito das caixas de comentários “(...) uma esfera pública que, indubitavelmente, tinha sido considerada uma esfera do poder público, mas que agora se dissociava deste como o fórum para onde se dirigiam as pessoas privadas a fim de obrigar o poder político a se legitimar perante a opinião pública” (Habermas, 1984a, p. 40).

Podemos traçar a origem desta esfera pública no tempo da Grécia Antiga, em que indivíduos privados (*oikos*) se reuniam e discutiam numa arena discursiva comum (*koiné*). Importa salientar que a existência de uma esfera privada de formação de opiniões é central para a existência de uma esfera pública. Assim, não podemos cair no erro de conceptualizar uma esfera pública indiferente aos indivíduos privados que a constituem.

Na sua obra, o foco de Habermas (1984) direciona-se para a esfera pública burguesa, que se desenvolveu nos séculos XVII e XVIII e decaiu no princípio do século XX. Os cafés e os salões constituíam-se como espaços de diálogo e debate privilegiados e a imprensa aparecia como catalisador da discussão. A queda desta esfera pública, segundo Habermas (1984a, p. 207), deve-se à “passagem do público que pensa a cultura para o público que consome cultura” que resulta em grande parte da difusão dos meios de comunicação de massa. Segundo o autor, a integração do setor público com o setor privado fez com que as pessoas confiassem o pensamento político a instituições, associações e partidos políticos, entidades que se colocam acima de uma esfera pública da qual já foram instrumentos.

Apesar de a esfera pública burguesa Habermasiana ter sido alvo de várias críticas e de uma revisão do próprio autor (Habermas, 1992), é fácil perceber a aplicabilidade do conceito ao domínio das caixas de comentários. Enquanto café do século XXI, os espaços de comentário disponibilizados pelos jornais são o local onde, através do seu computador, os indivíduos encetam um debate sobre a atualidade. Este debate, vazio de autoridade formal, teria um impacto nas decisões políticas daqueles que se inscrevem na esfera do Estado.

Não devemos cair na tentação de apresentar uma esfera pública digital utópica que ditaria uma nova forma de governação universal, uma vez que as suas fragilidades começam desde logo nas desigualdades de acesso e de uso da Internet. Castells (2003, p. 430) é um dos autores que alerta para o perigo de uma Internet com as características da democracia ateniense:

“(...) enquanto uma elite relativamente pequena, culta e influente de alguns países e cidades teria acesso a uma extraordinária ferramenta de informação e de participação política, realmente capaz de reforçar o exercício da cidadania, as massas excluídas de ligação à rede e desprovidas de educação do mundo inteiro, e dos diferentes países, permaneceriam à margem da nova ordem democrática, a exemplo dos escravos e bárbaros nos primórdios da democracia na Grécia Antiga.”

Também é impossível ignorar que, apesar da interatividade dos *websites* permitir uma participação alargada, o discurso dos media continua a dar um grande protagonismo a um número restrito de fontes, com particular destaque para as ‘fontes profissionais’ (Lewis, Williams, & Franklin, 2008). Papacharissi (2002, p. 13) afirma mesmo que *“Despite the fact that the internet provides additional space for political discussion, it is still plagued by the inadequacies of our political system. It provides public space, but does not constitute a public sphere.”* Embora não possamos descartar estas condicionantes, a ligação entre os comentários e a atualidade, o carácter público do discurso e a abertura a todos os que têm acesso à Internet e possuem o conhecimento necessário para a usar eficazmente são características que nos permitem falar, pelo menos, numa esfera pública potencial ou embrionária.

Para melhor compreender o enquadramento participativo das caixas de comentários, é necessário direccionar o olhar para o campo mais alargado da participação pública na Internet e dos fenómenos que dela advêm. Ainda numa fase de gestação da participação pública *online*, autores como Pierre Lévy (2003, p. 29) previam alterações estruturais na relação entre os cidadãos e o poder: “Este novo espaço redefine radicalmente as condições da governação e vai, provavelmente, gerar novas formas políticas, ainda dificilmente previsíveis.” É possível argumentar que as previsões de Lévy se realizaram de certa forma nos episódios da primavera

árabe, em que as redes sociais *online* desempenharam um papel preponderante. No entanto, dificilmente o impacto político destes movimentos sociais teria atingido as proporções observadas sem um forte compromisso de presença e contestação física a complementar o fervilhar das redes sociais. “*Since the institutional public space, the constitutionally designated space for deliberation, is occupied by the interests of the dominant elites and their networks, social movements need to carve out a new public space that is not limited to the Internet, but makes itself visible in the places of social life*” (Castells, 2012, p. 10).

Apesar da sua visibilidade e abrangência global, as redes sociais digitais são apenas um dos veículos de participação pública na Internet. As petições *online*, os blogues, os *fora* e os comentários aos jornais são alguns exemplos de espaços ativos de discussão pública da atualidade e de participação. No entanto, mesmo considerando a dimensão que os movimentos *online* por vezes assumem, com petições a ultrapassar as cem mil assinaturas<sup>3</sup>, a grande maioria dos movimentos não tem um impacto formal direto no poder político.

Um exemplo paradigmático da forma como o poder político encara a participação pública dos cidadãos na Internet é a iniciativa “O Meu Movimento”. Esta proposta do Governo de Portugal, que já conta com duas edições, lança um apelo aos cidadãos para defenderem uma causa *online* e reunir apoiantes para o seu movimento. Terminado o prazo para angariar apoiantes, o autor do movimento mais votado poderá reunir com o primeiro-ministro em audiência para lhe expor os seus argumentos. “O Meu Movimento”, apesar de indiciar uma intenção de criar novos mecanismos de participação no Estado, reduz a participação e opinião pública ao estatuto de concurso. O portal do Governo dos Estados Unidos da América, “We The People”, é outro exemplo de uma perspetiva quantitativa da opinião pública. “O número é o primeiro indicador da credibilidade de uma causa. Não existe participação pública online sem o número.” (Gonçalves, 2013, p. 46).

Esta tendência de desvalorização da participação dos públicos verifica-se também, desde cedo, na relação entre jornalistas e leitores. Já em 1995 a NBC pouca ou nenhuma atenção dava aos *emails* enviados pelos espetadores (Newhagen, Cordes, & Levy, 1995). Segundo McQuail (1997, p. 111), “*Not uncommonly, media communicators find the audience threatening to their own performance*”. Assim, é possível identificar algumas tendências da parte dos media para minorar a importância da participação dos públicos.

---

<sup>3</sup> <http://peticaopublica.com/pview.aspx?pi=P2013N37935>

Não devemos esquecer, no entanto, que a autoridade da esfera pública Habermasiana não era formal, mas prática. Se por um lado o Estado e os media minoram o valor da opinião pública *online*, numa época em que as sondagens e os estudos de mercado e opinião proliferam, é plausível pensar que alguém está a tomar o pulso ao discurso público usando os comentários. Como teremos oportunidade de verificar na análise, os próprios comentadores especulam sobre a importância destes espaços para as estruturas partidárias e para o poder político.

## 2.2 A raiz do problema

A exaltação dos números em relação às vozes, da forma em relação ao conteúdo, pode ser encarada como uma forma de descrédito à qualidade da opinião pública. Este contraponto à pertinência do discurso dos públicos concretiza-se num exemplo apontado por Lippman (1997, p. 233): *“Our own democracy, based though it was on a theory of universal competence, sought lawyers to manage its government, and to help manage its industry”*. Assim, a idealização do espaço público como local de participação e cidadania depara-se com o crivo da relevância dessa participação.

Habermas (1984a, p. 131) toca no ponto central desta questão ao assinalar a divergência da argumentação de Kant e de Rousseau sobre o Estado liberal de Direito: “(...) o princípio da soberania popular só pode ser realizado pressupondo-se um uso público da razão”. A capacidade do público de tomar decisões informadas e ponderadas é central para uma descentralização do poder. Enquanto Lippman (1997) apresenta uma perspectiva pessimista em relação ao potencial dos cidadãos, autores como Dewey (2004) propõem uma visão mais otimista que apresenta a comunicação como pedra basilar para à criação de uma comunidade em que os públicos são atores.

O conceito de inteligência cívica também se poderá afigurar como útil para discernir o produto ideal das caixas de comentários: *“Civic intelligence is the ability of groups and organizations and, ideally, society as a whole to conceive and implement effective, equitable, and sustainable approaches to shared problems.”* (Schuler, 2008, p. 83). Apesar de algumas perspectivas apresentarem um plano otimista para a qualidade da discussão na Internet (Barton, 2005), há também estudos que lançam dúvidas sobre a contribuição democrática dos comentários aos jornais dando conta de uma grande prevalência da agressividade e de baixa qualidade do discurso (Navio, 2012; Silva, 2013; Strandberg & Berg, 2013; Tadeu, 2012). Como

teremos a oportunidade de verificar posteriormente, a nossa análise corrobora as conclusões destes estudos ao colocar em evidência o elevado nível de agressividade dos comentários. Mesmo no primordial *Community Memory*, existia já o protótipo do moderno *troll* provocador. Este indivíduo apelidava-se de Doc Benway e digitava frases como “*USE AUTHORIZED DATA BASE ACCESS PROTOCOLS ONLY ..... SENSUOUS KEYSTROKES FORBIDDEN*”.

A agressividade que parece ser transversal aos espaços de participação disponibilizados pelos jornais online constitui o principal problema que será abordado nesta dissertação. Numa série de entrevistas com produtores de *websites* noticiosos premiados, Chung (2007, p. 56) concluiu que “*A number of site producers are concerned over the uncivil environment and the noise that is created through interactive communication*”.

Numa época em que as novas tecnologias permitem utilizar o poder da multidão para financiar projetos<sup>4</sup> e ajudar a compreender doenças genéticas<sup>5</sup>, não deixa de ser paradoxal que não se concretize a noção redundante de *crowdsourcing* da democracia. Quais são, então, os fatores que atrofiam a emergência de uma inteligência cívica nas caixas de comentários dos jornais? Podemos dividir as possíveis causas em três categorias relativas aos sistemas de comentários: causas endógenas, causas exógenas circunstanciais e causas exógenas estruturais. Esta divisão, que se baseia numa abordagem às caixas de comentários como sistema, tem o mérito de fornecer um suporte conceptual que, associado a três caminhos epistemológicos, nos ajuda a compreender o alcance desta dissertação.

A distinção entre o endógeno e o exógeno é simultaneamente uma distinção entre forma e conteúdo, programa e utilizador, técnica e cultura. Assim, as causas endógenas são aquelas que são inerentes às próprias características do meio. Esta perspectiva é exemplarmente materializada na obra de Innis (1951) e de McLuhan, sobretudo na máxima “O meio é a mensagem” (McLuhan, 2008). Aqueles que apontam o anonimato como causa para a agressividade na Internet encaixam-se nesta categoria endógena, uma vez que é uma característica do próprio sistema, permitir o anonimato, que provoca a agressividade.

Os fenómenos exógenos estão ligados aos fatores externos ao meio, nomeadamente, à cultura. A distinção entre a exogenia transversal e a exogenia circunstancial é também uma distinção entre diferentes aceções de cultura. O texto “The Centrality of Culture” de Stuart Hall (1997) é exemplar a captar a polissemia da cultura que aqui pretendemos utilizar. Se, por um lado, esta pode ser usada no contexto das transformações sociais ligadas à alteração dos

---

<sup>4</sup> <https://www.kickstarter.com/>

<sup>5</sup> <http://phylo.cs.mcgill.ca/>

paradigmas de trabalho, família, democracia e sociedade, a que chamamos estruturais pelo seu caráter basilar e transversal, a cultura também se pode inscrever no campo do significado, uma matéria mais volátil que apelidamos de circunstancial. Estas duas noções não são indissociáveis e caminharão paralelamente na nossa análise, no entanto, é importante que a distinção entre elas fique desde já clara. A primeira incide sobre o significado de um *medium* numa determinada sociedade, a segunda sobre os significados mobilizados nesse *medium* pela sociedade. Um exemplo prático, os partidos políticos japoneses não fazem campanha na Internet, tal facto não se deve à existência de uma menor taxa de informatização que noutros países em que os partidos recorrem a esse meio, mas à visão cultural do meio Internet. Este caso enquadra-se na primeira categoria, exógena estrutural. Uma notícia sobre uma lesão de um jogador de futebol da seleção nacional abre os telejornais, enquanto a visita do Papa a Israel é relegada para o final do alinhamento. Esta situação encaixa-se na segunda categoria, exógena circunstancial.

Em termos de aplicação prática, esta distinção triangular implicaria perceber se uma prática generalizada como a agressividade nas caixas de comentários dos jornais surge da forma como estas estão programadas, da sua representação cultural ou dos temas e acontecimentos retratados nas notícias. Sendo que será difícil conceber uma resposta que não implique uma intervenção das três vertentes, a análise proposta nesta dissertação incidirá particularmente na componente endógena e na vertente exógena circunstancial.

No nosso entender, estudar o impacto da componente exógena estrutural exigiria um estudo de caráter extensivo com recursos que não são facilmente acessíveis. Tal ambição concretizar-se-ia, por exemplo, num estudo comparativo entre vários países ou numa monitorização longitudinal da evolução do uso ao longo de um espaço de tempo alargado. No entanto, o facto desta vertente não se concretizar empiricamente nesta dissertação não lhe retira a importância. Um trabalho preliminar de análise estrutural de Domingo *et al.* (2008, p. 335) a jornais de oito países europeus e dos Estados Unidos não revelou diferenças nacionais na abordagem à interatividade: *“A comparison of the levels of openness by country did not reveal clear national idiosyncrasies.”*

Embora o estudo apresentado acima não tenha revelado diferenças substanciais, não podemos ignorar que os países escolhidos, apesar de apresentarem significativas diferenças culturais, se encontram dentro do mesmo paradigma jornalístico e que uma análise limitada à estrutura dos *sites* pode não refletir a diferença nos usos. Uma vez que a problemática do

discurso *online* entronca necessariamente na questão da agressividade, podemos também olhar para estudos comparativos neste domínio. Um estudo de Fujihara *et al.* (1999) que comparou as justificações para a agressividade de estudantes americanos, espanhóis e japoneses apontou a influência do fator cultural na forma como a agressividade é encarada: *“Although there were overall effects independent of culture for both sex and situation, cultural differences were also found to be dependent on the situational context and the sex of the person responding”*.

Para além das diferenças geográficas, podemos identificar uma série de indicadores longitudinais que podem influenciar o uso dos mecanismos de participação. O trabalho de Putnam (2000) sobre a comunidade e movimentos cívicos nos Estados Unidos da América é um exemplo de como os hábitos e formas de participação se alteram ao longo do tempo. No caso concreto do tópico desta dissertação, um indicador como a baixa satisfação com a democracia em Portugal<sup>6</sup> poderia ser relevante para interpretar a agressividade nas caixas de comentários.

Estes exemplos que dão conta de diferenças culturais em torno das questões relacionadas com o objeto de estudo desta dissertação são uma concretização empírica de possíveis causas exógenas estruturais para a agressividade nas caixas de comentários. Não pretendem ser uma resenha dos trabalhos realizados em torno da democracia, da agressividade, da comunidade e de outros temas relevantes no enquadramento da participação dos media, mas apenas alertar para o facto de que a análise e as conclusões que resultam desta dissertação terão sempre que ser lidas dentro de um enquadramento cultural que, embora não justifique na totalidade o comportamento dos leitores, não pode ser descartado na sua interpretação.

Nesta dissertação ocupar-nos-emos sobretudo das vertentes endógena e exógena circunstancial não só por uma questão de limitação de recursos e de adequação destas categorias a um estudo intensivo, mas também porque estas recaem mais diretamente sob o controlo das empresas dos *media*. Assim, colocamo-nos numa posição que pretende não só estudar os acontecimentos, mas também propor alternativas respondendo à questão lançada por Rakow (1999, p. 75) *“If we ask ‘What could people do with media?’ where will that answer take us and to what effect?”*.

No caso da vertente endógena, o problema encontra-se em perceber até que ponto é que a estrutura adotada nas caixas de comentários e as suas implicações influenciam o comportamento dos comentadores. Neste ponto, para além da abordagem da Escola Canadiana

---

<sup>6</sup> (2013). Standard Eurobarometer 80 - Public opinion in the European Union, Comissão Europeia.

podemos recolher alguns contributos relevantes da psicologia social. Suler (2004) explora seis fatores do *'online desinhibition effect'*, um efeito desinibidor provocado pelas características do *medium* Internet. Enumeraremos estes seis fatores com algum detalhe uma vez que grande parte das posições endógenas ligadas à psicologia se pode rever neles:

- Anonimato Dissociativo: as ações dos indivíduos *online*, em virtude do anonimato, não podem ser associadas ao resto das suas vidas. Assim, o 'eu' que está presente na Internet é um 'eu' compartimentalizado. A integração dos comentários com redes sociais como o Facebook procura ultrapassar esta questão, ligando o discurso do indivíduo a uma identidade e a uma rede de relações pessoais.

- Invisibilidade: em muitos ambientes *online* as pessoas não conseguem ver com quem estão a interagir. Isto dá-lhes a coragem de ir a sítios e fazer coisas que de outra forma não fariam. Este fator parece sobrepor-se ao anonimato, mas apresenta diferenças assinaláveis: *"People don't have to worry about how they look or sound when they type a message. They don't have to worry about how others look or sound in response to what they say."* (Suler, 2004, p. 322)

- Assincronia: não ter que lidar com uma resposta imediata desinibe o indivíduo. A pessoa pode 'fugir' após enviar uma mensagem particularmente sensível, escolhendo o momento em que quer lidar com a resposta, que pode até ser adiado infinitamente.

- Introjeção Solipsista: sobretudo nos meios baseados em texto, não temos pistas sobre quem é o indivíduo com quem interagimos. Assim, atribuímos uma voz, uma imagem e outras características àquela pessoa, como se a nossa mente se tivesse fundido com a da outra pessoa num diálogo imaginário. Mesmo considerando que alguns jornais permitem aos participantes colocarem dados sobre si ao comentarem, será difícil evitar esta introjeção solipsista nas caixas de comentários.

- Imaginação dissociativa: emerge particularmente em situações de *role-playing*. Os indivíduos acreditam que podem desligar o computador e deixar para trás o jogo e identidade *online*. Apesar de ser semelhante ao anonimato dissociativo, a imaginação dissociativa pode ser mais complexa uma vez que o 'eu' compartimentalizado, ao ter uma identidade própria, pode crescer bastante em complexidade.

- Minimização do estatuto e autoridade: a estrutura da Internet pressupõe um aplanamento da hierarquia que está muitas vezes presente na interação no mundo físico. Assim,

*online* o efeito inibidor das figuras de autoridade é reduzido e pode permitir comportamento e discursos inaceitáveis noutros contextos.

Estes seis fatores são dotados de um grande poder explicativo no enquadramento do comportamento dos utilizadores nas caixas de comentários dos jornais. No entanto, como o próprio autor refere, *“Different modalities of online communication (e.g., e-mail, chat, video) and different environments (e.g., social, vocational, fantasy) may facilitate diverse expressions of self.”* (Suler, 2004, p. 325). Não basta saber que certas características da Internet são propensas a provocar uma desinibição, é preciso saber o que é que estava a ser inibido em primeiro lugar. Os fatores que Suler menciona podem ser englobados nos componentes endógenos, juntamente com a Escola Canadiana.

Por fim, debruçemo-nos sobre a componente exógena circunstancial. Afirmar que diferentes temas suscitam reações diferentes nos públicos parece ser uma afirmação banal. No fim de contas, o encerramento preventivo dos comentários a algumas notícias em determinadas publicações é uma constatação desse facto. No entanto, a relação entre esses conteúdos tem sido explorada sobretudo em campos como os efeitos dos temas violentos sobre as crianças e espetadores sensíveis. Assim, pretendemos também beber alguns contributos dos estudos da receção para perceber o como é que os públicos transformam ativamente a mensagem transmitida pelos media em comentários. *“The outwardly actualized utterance is an island rising from the boundless sea of inner speech; the dimensions and forms of this island are determined by the particular situation of the utterance and its audience.”* (Volosinov, 1986, p. 96). Se tomarmos como referência a estrutura de Stuart Hall (1993) que divide os momentos da comunicação em quatro etapas, produção, circulação, distribuição ou consumo e reprodução, podemos identificar nos comentários uma materialização simultânea dos momentos de distribuição, consumo e reprodução das mensagens. Identificar o tipo de mensagens, discurso e temas que despertam a agressividade nos públicos e de que forma parece-nos ser um exercício pertinente em articulação com uma reflexão sobre as estruturas oferecidas pelos jornais e a interação entre os participantes.

### 3. Uma abordagem da teoria dos jogos

“O auto-entendimento da função da esfera pública burguesa cristalizou-se no topo da ‘opinião pública’”, é desta forma que Habermas (1984a, p. 110) começa o seu capítulo sobre a opinião pública. Nesta frase sublinhamos a palavra “auto-entendimento” que remete para a existência de uma consciência de si na opinião pública. Isto significa que esta, enquanto esfera pública auto-consciente, conhece, com maior ou menor extensão, as suas limitações, a sua influência e o seu papel no complexo sistema político. Esta afirmação ganha força se considerarmos o impulso que as profissões da comunicação sofreram na última década. Há uma consciência pública cada vez maior das consequências e impacto da comunicação no poder e no quotidiano. Em todos os níveis da comunicação humana, da institucional à individual, a vertente estratégica está cada vez mais presente.

A abordagem que propomos nesta dissertação marca a passagem de uma análise crítico-racional da opinião pública para uma análise estratégico-racional. Quando falamos de um pensamento estratégico, consideramos uma situação em que os resultados da ação de um indivíduo não dependem apenas do próprio indivíduo, mas do comportamento de outros indivíduos.

*“In pursuit of their interests, parties of all kinds must deal with and through individuals, both individuals who appear to help and who appear to hinder. In these dealings, parties – or rather persons who manage them – must orient to the capacities these individuals are seen to have and to the conditions which bear upon their exercise, such as innate human propensities, culture-bound beliefs, social norms, the market value of labor and so forth” (Goffman, 1970, p. 3)*

As implicações desta mudança de paradigma na interpretação do comportamento da opinião pública são claras: uma progressiva sofisticação de um discurso que se foca cada vez mais no comportamento do destinatário. Alguns poderão afirmar que a mudança de abordagem que aqui se propõe nada tem de novo e que é a interação estratégica, que leva em conta o comportamento do recetor e o *feedback*, já foi ultrapassada desde que o modelo matemático da comunicação de Shannon & Weaver foi condenado à obsolescência por vários teóricos da comunicação. Apesar de esta consideração apresentar algum fundamento do ponto de vista da elaboração teórica, consideramos legítimo questionar a sua aplicação ao estudo empírico do discurso nas caixas de comentários dos jornais.

Veja-se que os estudos acima enumerados (Navio, 2012; Silva, 2013; Strandberg & Berg, 2013; Tadeu, 2012) bebem grande parte da estruturação da sua análise e conclusões de um conjunto de critérios para o debate crítico-racional propostos por Habermas, entre outros. O problema inerente a estas perspectivas é que é no mínimo questionável a premissa de que um discurso que siga estes moldes seja o meio mais eficaz de provocar os efeitos desejados pela opinião pública. Nas palavras de Dahlgren (2006, p. 157): “*While rational consensus may at times be a suitable strategy, deliberation is not always the best overall frame for describing or analyzing the political interaction that takes place*”. De facto, Grácio (2010, p. 69) levanta a questão das falácias não serem “encaradas como erros e faltas, mas como estratégias argumentativas feitas no âmbito da produção de um contra-discurso”. Por fim, Bourdieu (1998, p. 58) afirma “ (...) quanto mais oficial é o mercado, quer dizer, conforme, na prática, com as normas da língua legítima, mais dominado se encontra pelos dominantes.”

Em conjunto, as perspectivas destes três autores denunciam uma certa limitação do paradigma crítico-racional na análise da participação. Ao focarmo-nos simplesmente no contributo que os textos podem fornecer a uma democracia deliberativa estamos a espartilhar a nossa visão a outros fatores contextuais e intersubjetivos que podem ser relevantes. Neste sentido, o trabalho de Coe, Kenski, e Rains (2014) é interessante uma vez que introduz fatores como o autor, o género e as fontes da notícia como condicionantes da falta de civismo nos comentários. Assim, para esta dissertação procuraremos desenvolver uma abordagem que substitui a crítica pela estratégia e que encontra o seu cerne no comportamento racional, o estudo do debate estratégico-racional.

### 3.1 Razão e Racionalidade

No centro da transição para a abordagem estratégico-racional estão as noções de razão e racionalidade. Ao abordar a conceptualização da razão, talvez seja útil partir da distinção de Horkheimer (2004) entre razão objetiva e razão subjetiva. Segundo o autor, a razão objetiva, associada em grande parte à metafísica que tem a sua origem em Platão, preocupa-se com os fins e enquadra o homem e as suas ações dentro de uma totalidade que inclui a razão subjetiva. A razão objetiva rejeita uma busca cega do domínio do homem sobre a natureza, enquadrando a ciência, o pensamento e a significação dentro de um quadro mais amplo do que deve ser a aspiração humana. A razão subjetiva, por sua vez, é uma razão positivista, instrumental e que

aponta à auto-preservação do sujeito. A razão subjetiva, no seu relativismo, abandona a preocupação com os fins para se focar nos meios.

Segundo Boudon (2012, p. 17) *“La notion de rationalité est une déclinaison de la notion philosophique de raison”*. O pressuposto da racionalidade instrumental dita que um indivíduo age de acordo com os seus interesses, procurando maximizar os ganhos e minorar os prejuízos. Assim, o conceito de racionalidade referido por Boudon e adotado nesta dissertação está mais próximo da razão subjetiva do que da razão objetiva. É fácil observar como esta noção de racionalidade colide com a abordagem crítico-racional, que define um quadro normativo para o racional que nem sempre é compatível com a maximização dos ganhos. A racionalidade está na base da abordagem estratégico-racional e assume-se como a fundação sob a qual pretendemos assentar a nossa expedição em busca de um quadro explicativo para as opções discursivas nas caixas de comentários. Neste quadro teórico a agressividade não se enquadra num quadro valorativo de ‘boa’ ou ‘má’, de civismo ou falta dele, mas no quadro de uma estratégia que tem um determinado propósito subjacente.

Com base nestas considerações, estamos em condições para avançar com os pilares da nossa abordagem aos comentários (Tabela 1). Tomando como ponto de partida a sintetização que Dahlberg (2001) faz das condições normativas que permitem a existência da esfera pública, propomos uma série de condições equivalentes que orientam a análise do comportamento discursivo dos leitores dos jornais.

| Abordagem Crítico-Racional (Dahlberg)   | Abordagem Estratégico-Racional   |
|---|--|
| <i>i. Autonomia do estado e do poder económico.</i> O discurso deve basear-se nas preocupações dos cidadãos como público e não orientado pelos media do dinheiro e poder administrativo, que facilitam as operações do mercado e do estado.   | <i>i. Autonomia de decisão.</i> A opção discursiva depende apenas do indivíduo. Isto implica que não exista uma coação ou edição do discurso do indivíduo por terceiros.   |
| <i>ii. Troca e crítica de afirmação de validade moral e prática criticáveis.</i> O discurso crítico-racional envolve uma troca recíproca de posições normativas que são apoiadas por razões e que, por isso mesmo, são criticáveis, i.e. abertas à crítica e não impostas dogmaticamente. | <i>ii. Troca de enunciados orientados para um objetivo.</i> O discurso estratégico-racional desenvolve-se num quadro de interação de enunciados que são orientados pelos objetivos do enunciador e pela forma mais eficaz de os atingir. |

|   |  |
|---|--|
| <p><i>iii. Reflexividade.</i> Os participantes devem examinar criticamente os seus valores culturais, pressupostos e interesses, assim como o contexto social mais alargado.</p>  | <p><i>iii. Racionalidade.</i> Os participantes agem, conscientemente ou não, segundo critérios de maximização dos ganhos e minoração do prejuízo.</p>  |
| <p><i>iv. Troca de papéis ideal.</i> Os participantes devem procurar compreender o argumento do ponto de vista do outro. Isto requer um compromisso com um constante diálogo com a diferença em que os interlocutores se escutam respeitosamente.</p>   | <p><i>iv. Estratégia.</i> Os participantes colocam-se no lugar do outro para determinar o curso de ação mais eficaz. Isto envolve a criação de uma representação do leitor que não passa necessariamente pelo diálogo mas pela crença.</p> |
| <p><i>v. Sinceridade.</i> Cada participante deve fazer um esforço sincero para tornar conhecida toda a informação, incluindo as suas verdadeiras intenções, os interesses, as necessidades e os desejos, desde que relevantes para o problema específico em consideração.</p>   | <p><i>v. Astúcia.</i> Cada participante gere a informação de acordo com as suas verdadeiras intenções, interesses, necessidades e desejos, considerando o problema com que se depara.</p>  |
| <p><i>vi. Inclusão discursiva e igualdade.</i> Cada participante afetado pelas alegações de validade sob consideração tem igual direito de introduzir quaisquer questões e asserções. A inclusão pode ser limitada pelas desigualdades exteriores ao discurso – por restrições formais ou informais ao acesso. Também pode ser limitada por desigualdades internas ao discurso, onde alguns dominam o discurso e outros lutam para que as suas vozes sejam ouvidas.</p> | <p><i>vi. Campos discursivos dinâmicos.</i> As relações de poder reais e percebidas entre os indivíduos variam com a dinâmica das intervenções discursivas do conjunto dos participantes.</p>  |

*Tabela 1: Abordagem estratégico-racional*

Para estudar a participação nas caixas de comentários optámos pela abordagem estratégico-racional, não só pela evidência de um reduzido potencial explicativo da abordagem crítico-racional, mas também por considerarmos que a progressiva descrença nos méritos da democracia e do diálogo abre espaço para o aparecimento de outros meios que estão mais subjugados à razão subjetiva. Enquanto espaço público pouco sujeito à regulação e associado ao poder, as caixas de comentários constituem um terreno fértil para a disseminação de mensagens que não são veiculadas pelos principais atores do discurso público. Os fatores de desinibição de Suler (2004) também contribuem para criar um discurso que não procura disfarçar os seus objetivos e que segue o caminho mais direto para os atingir.

### 3.2 O jogo da participação

Encontramo-nos, neste ponto, ante a complexa tarefa de encontrar um quadro teórico que permita ligar a nossa análise ao objeto empírico, uma linha de pensamento capaz de articular a racionalidade com as estratégias discursivas observadas. A resposta que avançamos para este problema reside na teoria dos jogos.

Myerson (1991, p. 1) define a teoria dos jogos como *“the study of mathematical models of conflict and cooperation between intelligent rational decision-makers”*. Os conceitos de conflito e cooperação são essenciais para compreender o comportamento nas caixas de comentários, uma vez que a agressão surge do conflito latente ou manifesto. Compreender as dinâmicas que justificam que certos espaços públicos *online*, como as caixas de comentários, sejam pautados pela agressão discursiva enquanto outros, como a Wikipedia, concentrem comportamentos de cooperação é um desafio que entronca no tema desta dissertação.

O postulado dos decisores racionais também se enquadra na nossa abordagem para este trabalho. Falar de decisores racionais não implica que exista uma extensa linha de pensamento reflexivo que antecede a ação do indivíduo. Neste contexto, significa que os atores se comportam segundo o princípio da racionalidade acima descrito, mesmo de uma forma intuitiva ou inconsciente. A distinção entre *pathos* e *logos*, que também marca presença na abordagem crítico-racional, não implica que o *pathos* ocupe uma posição antitética a um percurso de decisão racional. Como foi demonstrado por Damásio (1995), a emoção desempenha um importante papel nos processos de tomada de decisão e, frequentemente, razão e emoção coincidem no seu entendimento da melhor opção.

A teoria dos jogos surgiu como campo na década de nos anos 30 e 40 do século XX pelas mentes de John von Neumann e Oskar Morgenstern. Constitui-se como uma teoria matemática da decisão racional apoiada na linguagem conceptual do jogo para resolver problemas complexos de escolha e decisão. A estrutura básica da teoria dos jogos tem três componentes fundamentais: jogadores, estratégias e recompensas (*payoffs*). Nos problemas básicos, conhecendo os jogadores e as suas recompensas, é possível encontrar a estratégia ideal para um jogador. Alguns problemas básicos da teoria dos jogos põem em evidência a tensão entre a razão subjetiva e a razão objetiva que exploramos. Vejamos um dos exemplos mais clássicos, o Dilema do Prisioneiro:

*“Dois suspeitos, A e B, são presos pela polícia. A polícia tem provas insuficientes para os condenar, mas, separando os prisioneiros, oferece a ambos o mesmo acordo: se um dos prisioneiros,*

*confessando, testemunhar contra o outro e esse outro permanecer em silêncio, o que confessou sai livre enquanto o cúmplice silencioso cumpre 10 anos de sentença. Se ambos ficarem em silêncio, a polícia só pode condená-los a 6 meses de cadeia. Se ambos traírem o comparsa, cada um leva 5 anos de cadeia. Cada prisioneiro faz a sua decisão sem saber que decisão o outro vai tomar, e nenhum tem certeza da decisão do outro.”<sup>7</sup>*

Usando o sistema de representação da teoria dos jogos (tabela 2):

|                          |             |          |
|--------------------------|-------------|----------|
| Suspeito B<br>Suspeito A | Silêncio    | Denúncia |
| Silêncio                 | (0,5 ; 0,5) | (10 ; 0) |
| Denúncia                 | (0 ; 10)    | (5 ; 5)  |

*Tabela 2: O Dilema do Prisioneiro*

Este problema apresenta duas soluções distintas. Do ponto de vista da razão objetiva, a melhor solução para o problema seria aquela em que ambos os participantes permanecem calados. Embora estejam sujeitos a uma pena de prisão, todos os cenários alternativos resultam numa soma superior de anos de prisão. Associamos esta resposta à razão objetiva porque ela considera valores que ultrapassam uma interpretação instrumental do problema. Neste caso, o silêncio é a estratégia de eleição.

No entanto, se olharmos para o problema do ponto de vista da racionalidade, da razão subjetiva, a denúncia aparece como estratégia dominante. Para qualquer que seja a opção do outro suspeito, a denúncia é a melhor opção:

- se o outro suspeito ficar calado, ao escolher o silêncio cumpro seis meses de prisão enquanto se denunciar não cumpro qualquer pena;

- se o outro suspeito me denunciar e eu ficar em silêncio cumpro 10 anos de prisão enquanto que a denúncia reduz a minha pena para metade.

Segundo este enquadramento, a denúncia é a única estratégia racional para ambos os jogadores, é a estratégia dominante. Para além de representarem um confronto entre duas conceções distintas de razão, estas soluções identificam-se com duas noções diferentes da teoria económica, a Eficiência de Pareto<sup>8</sup> e o Equilíbrio de Nash<sup>9</sup>. Uma vez que a nossa hipótese

<sup>7</sup> Retirado de [http://pt.wikipedia.org/wiki/Dilema\\_do\\_prisioneiro](http://pt.wikipedia.org/wiki/Dilema_do_prisioneiro) em 24-06-2014

<sup>8</sup> Uma solução Eficiente de Pareto é aquela em que qualquer desvio da solução resulta num prejuízo para um dos participantes.

aponta para que o comportamento nas caixas de comentários se aproxima mais da razão subjetiva, vamos recorrer à teoria dos jogos para a nossa análise.

Apesar de as suas aplicações mais célebres se concretizarem no campo da economia, a teoria dos jogos tem sido adaptada com sucesso para campos como a Ciência Política, a Informática, a Biologia e até mesmo a Filosofia. No campo da Sociologia, são vários os autores que já recorreram ao vocabulário e aos princípios da teoria dos jogos (Boudon, 1981; Goffman, 1970), mas a sua aplicação na academia tem sido algo limitada. Swedberg (2001) faz uma resenha histórica dos contributos da teoria dos jogos para a Sociologia. Uma das questões levantadas pelo autor é a da capacidade da teoria dos jogos de prever com precisão resultados empíricos. Esta ideia é corroborada pela afirmação de Schelling (1960, p. 4) *“If our interest is the study of actual behaviour, the results we reach under this constraint may prove to be either a good approximation of reality or a caricature”*. De facto, o divórcio que por vezes ocorre entre o comportamento racional e o comportamento observado não pode ser ignorado e será levado em conta na nossa análise. No entanto, a teoria dos jogos apresenta um elevado valor quer do ponto de vista da conceptualização, quer ao colocar questões ao nível do “porquê?” e não ao nível do “quanto?” (Boudon, 1976).

Para além dos contributos acima enumerados, importa determo-nos um pouco sobre uma das primeiras tentativas de aplicação da teoria dos jogos nas Ciências da Comunicação. No seu artigo *“Game Theory in Communication Research”*, Bostrom (1968) procura estabelecer as bases para uma aplicação da teoria dos jogos ao estudo da comunicação. Bostrom define três pressupostos para uma aplicação da teoria dos jogos à comunicação: que a comunicação é uma atividade intencional que ocorre entre, pelo menos, dois indivíduos; que os participantes no processo têm objetivos mensuráveis e observáveis; e que a interação de maior valor para os participantes representa o objetivo ideal da comunicação. Este artigo tem o mérito de alertar para a dificuldade em analisar situações interativas dinâmicas e de apontar a teoria dos jogos como uma solução produtiva para este problema.

O diagnóstico de Bostrom é importante para compreender o potencial da teoria dos jogos enquanto ferramenta analítica, no entanto, a solução proposta não é adequada ao trabalho que aqui nos propomos a desenvolver. Em primeiro lugar, a abordagem de Bostrom é limitada pela ambição da quantificação. Certas interações comunicativas revestem-se de um elevado grau de complexidade que situa a ambição de objetivos mensuráveis e observáveis no domínio do

---

\* O Equilíbrio de Nash surge quando a estratégia de um jogador é a melhor resposta para a estratégia ideal do outro jogador.

inalcançável, parece-nos ser este o caso dos comentários aos jornais. No entanto, o maior obstáculo à aplicação da abordagem supracitada ao nosso trabalho é o pressuposto de que os participantes assumem um comportamento cooperativo: *"It is easy to define communication as all interaction, and the noncooperative behavior seems like a good place to draw the line."* (Bostrom, 1968, p. 373). O nosso objetivo nesta dissertação é, precisamente, explorar a agressividade enquanto estratégia nas caixas de comentários, razão pela qual nunca nos poderíamos basear neste pressuposto.

Após várias incursões protagonizadas por estudos que identificaram o problema da agressividade, importa compreender as razões que motivam esta agressividade para que se possa tomar uma atitude proactiva na conceção dos mecanismos de participação dos públicos. Também neste domínio, a busca de alternativas, a teoria dos jogos se pode afigurar como útil. Swedberg (2001, pp. 324-325) aponta a exploração de contrafactuais como caminho para a aplicação da teoria dos jogos à Sociologia e, na nossa perspetiva, às Ciências da Comunicação. Em vez de nos limitarmos à busca da explicação e descrição do objeto de estudo, pretendemos estudar também 'aquilo que poderia ser', explorar o potencial latente da participação pública nos media usando o digital.

Gottfried Leibniz via no sistema binário uma metáfora para a criação, com o 'zero' a equivaler ao nada e o 'um' a representar o tudo (Koetsier & Bergmans, 2005). De facto, a Internet permite uma grande liberdade de ferramentas e mecanismos de participação, pelo que a exploração de mecanismos alternativos não é um mero exercício teórico mas uma linha de pensamento com potencial para a implementação. Um ramo da teoria dos jogos denominado *design* de mecanismos ou teoria dos jogos inversa estuda um tipo particular de jogos em que um jogador tem o poder de definir as 'regras do jogo' para atingir um determinado fim. De acordo com esta teoria, para qualquer problema há sempre um mecanismo que leva a que todos os participantes ajam de forma honesta. Vejamos um exemplo clássico: um pai depara-se com o desafio de dividir um bolo entre os dois filhos. Parece uma tarefa simples, mas os filhos estão constantemente em conflito e, mesmo perante os melhores esforços do pai, acabarão sempre por reclamar da sua divisão. Qual a solução para esta situação? Se seguirmos os princípios do *design* de mecanismos e ignorarmos os perigos de dar uma faca a uma criança, chegamos a uma resposta. Uma das crianças parte o bolo em duas partes e a outra escolhe a fatia que prefere. Assim, a primeira criança tem um incentivo para realizar uma divisão

equilibrada e, partilhando a responsabilidade, nenhuma das crianças se pode queixar dos resultados uma vez que decorrem das suas ações.

Embora a aplicabilidade deste princípio matemático às caixas de comentários não seja linear, não podemos deixar de admitir que a alteração das regras do jogo pode introduzir melhorias no nível do discurso. Esta ideia é corroborada por Wright e Street (2007, p. 864), que no seu artigo relevam o papel do *design* e das opções de estruturação dos websites em facilitar ou frustrar a deliberação: *“This article has argued that website design, and the commissioning of that design, may be crucial to appreciating the democratic potential of the web.”*

### 3.3 Discurso como estratégia

Duas dificuldades centrais emergem da aplicação da teoria dos jogos a uma situação discursiva. Enquanto o papel do jogador parece ser relativamente fácil de situar no indivíduo, os conceitos de estratégia e recompensa exigem um pouco mais de reflexão. Voltemo-nos em primeiro lugar para o domínio da estratégia.

Nas aplicações tradicionais da teoria dos jogos o leque de estratégias é, regra geral, fácil de definir. Muitas das situações clássicas, como o dilema do prisioneiro, opõem uma dicotomia cooperação/desvio que é facilmente delimitável. Mesmo quando falamos de um leque ilimitado de opções, como a escolha de um valor numérico entre 0 e 100, é relativamente fácil situar uma estratégia particular no espectro do conjunto de estratégias possíveis e aplicar uma fórmula matemática para determinar as recompensas.

No domínio do discurso a situação assume contornos mais nebulosos. Mesmo tendo um limite de 800 caracteres, como acontece nas caixas de comentários, o leque de estratégias é quase infinito, não-linear e torna-se impossível estabelecer uma relação direta com recompensas exatas. Para agravar ainda mais o nosso problema, os signos apenas podem surgir na intersubjetividade (Volosinov, 1986, p. 12), o que significa que uma estratégia só existe verdadeiramente enquanto tal quando entra em jogo. Assim, uma aplicação da teoria dos jogos ao discurso exige uma simplificação do mesmo, a criação de um enquadramento artificial de categorias que se materializem num leque de opções útil para compreender o comportamento do ponto de vista da racionalidade. No caso desta dissertação, a categorização construída foi a da agressão/não agressão.

A segunda questão, a das recompensas, é aquela em torno da qual gravitam todas as outras questões levantadas nesta dissertação, uma vez que apenas podemos considerar um

comportamento racional que pesa ganhos e custos se chegarmos a um entendimento sobre quais são os ganhos e custos para os jogadores, para os comentadores, para os cidadãos. Tal como no caso da estratégia, a nossa resposta começa pela introdução de um constrangimento: a ideia de que as recompensas estão intrinsecamente ligadas ao conceito de poder. Este é um constrangimento porque implica a introdução de uma noção relacional: só é possível ter poder sobre algo ou alguém. A conceptualização das recompensas no campo do poder implica também a exclusão de outro tipo de recompensas que podem estar presentes no discurso, nomeadamente os ganhos relacionados com a fruição pessoal desligada do poder, como a fruição estética do conteúdo dos comentários ou o treino e exercitação da escrita e argumentação.

Apesar destas possíveis críticas, o nosso objetivo nesta dissertação é o de estudar a participação como algo indissociável do poder, tal como sugerido por Carpentier (2007). No entanto, a noção de poder que aqui queremos expor não é apenas aquela que foi avançada por Carpentier que separa *'control-haves'* de *'control-have-nots'*. Interessa-nos também estudar as relações de poder entre os intervenientes que não estão propriamente ligadas a uma propriedade do poder que é adquirida através de cargos governamentais ou editoriais, algo a que Foucault (1991, p. 26) chama a microfísica do poder:

*"Now, the study of this micro-physics presupposes that the power exercised on the body is conceived not as property, but as a strategy, that its effects of domination are attributed not to 'appropriation', but to dispositions, manoeuvres, tactics, techniques, functioning; that one should decipher in a network of relations, constantly in tension, in activity, rather than a privilege that one might possess; (...)"*

Isto implica a existência de relações de poder não só entre a redação e os leitores, entre o Estado e a esfera pública, mas também entre os vários intervenientes do espaço das caixas de comentários. O que está aqui em causa não é só um poder económico ou autoritário, mas um poder discursivo e intersubjetivo. Este tipo de poder é colocado em evidência no trabalho de Elias e Scotson (1994) sobre a comunidade de Winston Parva. Nesta comunidade a dicotomia entre os *'melhores'* e os *'piores'* não tem origem em qualquer diferença em termos de posses materiais, acesso a recursos ou mesmo nível de educação, a diferença é instituída apenas porque um grupo se considera superior, a dominação ocorre no terreno do simbólico. Assim, podemos considerar que o conflito nas caixas de comentários é orientado pela procura do poder simbólico enquanto recompensa.

Numa última nota relativamente à noção de poder, importa salientar que os mecanismos que permitem a obtenção de poder e a eficácia das estratégias dependem, também e sobretudo, dos participantes. Embora os *websites* possam introduzir mecanismos de valoração, a natureza da participação discursiva faz com que o próprio discurso influencie os processos de obtenção de recompensas. “A definição dos instrumentos e das causas legítimas da luta faz, com efeito, parte das causas da luta e a eficácia relativa dos instrumentos que permitem dominar o jogo (o capital nas suas diferentes espécies) está igualmente em jogo, logo sujeita a variações segundo o decorrer do jogo” (Bourdieu, 2010). Esta característica é posta em evidência no esporádico metadiscurso dos comentadores sobre a legitimidade dos comentários e dos comentadores em geral.

Assim, o que está em disputa nas caixas de comentários é a definição da opinião pública da hegemonia, dos grupos ‘superiores’ e ‘inferiores’ de Winston Parva. É uma batalha sangrenta para impor uma interpretação da notícia. Se enquadrarmos os comentários dentro da noção de representações sociais proposta por Moscovici, estes funcionam como mecanismos de ancoragem para o fenómeno ‘novo’ que é a notícia. Após termos definido as recompensas como poder, importa perguntar como conseguiremos chegar a uma esquematização das relações de poder em jogo.

### 3.4 Poder e estratégia: desenhar o mapa do tesouro

Como construir um esquema de recompensas coerente num universo de jogadores com objetivos e valorações diferentes? A questão afigura-se como sendo difícil à partida, mas para dificultar a resposta evidencia-se a constatação de que os jogadores das caixas de comentários são de difícil acesso. Num estudo que procurou inquirir os comentadores de uma notícia do jornal Público (Ribeiro, 2013) ,mesmo com a possibilidade de contactar os comentadores, a taxa de resposta foi de 23% para 108 endereços. Neste contexto, para além da dificuldade técnica em reunir uma amostra de tamanho razoável de comentadores, nada nos garante um acesso real às motivações e objetivos dos comentadores através de uma metodologia como o inquérito por questionário.

O que nos propomos a seguir nesta dissertação são dois caminhos da teoria dos jogos que, apesar de distintos, são complementares. O primeiro caminho assenta num princípio que, apesar de parecer óbvio, é de extrema importância quando trabalhamos num contexto dinâmico como o discurso. As recompensas, das ações do próprio e dos outros, são, para os

comentadores e para o investigador, desconhecidas. Mesmo após decorrer o período em que uma notícia está ‘viva’, ou seja, é objeto de interação para os utilizadores, o comentador não consegue auferir qual foi o efeito do seu comentário no público que levou a sua mensagem em consideração, até porque é legítimo afirmar que a grande maioria dos leitores não inscreve a sua reação nas caixas de comentários (cf. Nonnecke & Preece, 2000). O máximo que o comentador pode fazer é recolher alguns elementos que apontam para um determinado efeito da sua estratégia.

Assim, enquadrámos o jogo dos comentários como um jogo de Informação Incompleta, um tipo de jogo definido por Harsanyi (1995, p. 293) como uma situação em que *“The players may lack full information about the other players’ (or even their own) payoff functions, about the physical or social resources, about the strategies available to other players (or even to themselves), about the amount of information the other players have about various aspects of the game, and so on.”* Assim, neste contexto de jogo de Informação Incompleta, os jogadores agem não de acordo com valores fixos de recompensas, mas de acordo com as suas crenças relativamente ao valor das recompensas. Estas crenças podem ser influenciadas por uma série de fatores que são internos e externos às caixas de comentários. Chegamos, portanto, ao primeiro caminho de análise das recompensas: observando as estratégias escolhidas pelos jogadores obtemos informações sobre as suas crenças. Estas crenças serão por sua vez objeto de análise para produzir uma proposta explicativa para o comportamento dos utilizadores nas caixas de comentários.

É neste domínio que exploraremos também o raciocínio contrafactual e a promiscuidade entre crenças e racionalidade. *“Beliefs about what it is rational to do depend on causal beliefs, including beliefs about what the causal consequences would be of actions that are alternatives to the one I am going to choose. But what is rational depends on what is believed, and I also reason about the way my beliefs and those of others would change if we received unexpected information.”* (Stalnaker, 1999, p. 4) O trabalho de Stalnaker sobre as crenças é central para a interpretação dos dados empíricos que recolhemos e voltaremos a ele de uma forma mais pormenorizada no decorrer da análise.

O segundo caminho para o estudo das recompensas dos utilizadores das caixas de comentários constitui um enquadramento ‘ambiental’ que complementa a abordagem individual do primeiro caminho. O segundo percurso de análise que propomos nesta dissertação implica uma viragem para outro ramo da teoria dos jogos, a Teoria dos Jogos Evolutiva. Esta formulação

da teoria dos jogos tem origem na Biologia e foi desenvolvida por Smith e Price (1973) para modelar a competição Darwiniana.

Se considerarmos o percurso teórico trilhado até agora nesta dissertação, verificamos de imediato uma incompatibilidade aparente: como aplicar as noções de estratégia e racionalidade ao campo da biologia, que lida com um objeto de estudo incapaz de formular raciocínios complexos? A resposta encontra-se numa adaptação da noção de estratégia. A estratégia deixa de ser uma escolha do jogador e passa a ser uma característica do jogador, ou seja, o jogador enquadra-se num determinado tipo. Um exemplo básico é a divisão macho/fêmea. Neste caso, a estratégia não é uma escolha ponderada mas uma característica inata do jogador.

Apesar de a Teoria dos Jogos Evolutiva ter sido desenvolvida na área da Biologia, a divisão dos indivíduos e dos comportamentos em tipos não é nova nas Ciências Sociais. Merton (1965, p. 176) distingue entre cinco tipos de adaptação individual considerando os meios e os objetivos (Conformismo, Inovação, Ritualismo, Evasão e Rebelião). No seu ensaio humorístico “As leis fundamentais da estupidez humana”, (Cipolla, 1993) classifica os seres humanos em quatro grandes grupos (Crédulos, Inteligentes, Bandidos e Estúpidos). Skyrms (1998) explica o desenvolvimento do contrato social com base na Teoria dos Jogos Evolutiva.

A diferença fundamental entre as Ciências Sociais e a Biologia consiste em não cair na tentação de fixar um determinado tipo a um indivíduo, admitindo a variação de comportamento segundo as circunstâncias. No entanto, será também inocente e improdutivo ignorar a existência de certas tendências e padrões de comportamento num determinado conjunto de indivíduos.

Há duas outras características da Teoria dos Jogos Evolutiva que a tornam particularmente pertinente neste contexto. A primeira é a introdução de dinâmicas replicativas, ou seja, as estratégias que são mais bem-sucedidas num determinado contexto tendem a multiplicar-se. É fácil perceber como esta noção deriva da biologia e da reprodução das espécies. A segunda noção, que está associada à primeira, é a de que o sucesso de uma estratégia também depende da frequência com que esta é escolhida. Por exemplo, no mundo animal, uma estratégia de predação de uma espécie sobre a outra é a mais eficaz. A espécie que se alimenta da outra multiplica-se enquanto o número de presas diminui. A partir do momento em que o número de presas é escasso, a estratégia de predação perde a sua eficácia e a multiplicação dos predadores estagna. Esta é a forma evolutiva da estrutura de um jogo clássico chamado “A Tragédia dos Comuns”.

O exercício a que nos propomos é o de aplicar estes princípios da Teoria dos Jogos Evolutiva às caixas de comentários considerando a agressividade como estratégia. Este método não só é útil para compreender os participantes, mas também para explorar a vertente dos não participantes, i.e. explorar as estratégias ausentes, que não se replicam, e os fatores que levam a esta ausência.

Neste momento dispomos das ferramentas teóricas necessárias para suportar o nosso confronto com o objeto empírico. Certos conceitos e modelos poderiam ser mais explorados, mas parece-nos mais pertinente elaborá-los quando a análise colocar essa necessidade.

## 4. Metodologia e desenho da análise

Com o propósito apresentar uma visão abrangente das estratégias nas caixas de comentários, vamos dividir a nossa análise em duas partes. Na primeira, tentaremos perceber até que ponto a agressividade é influenciada pelas estruturas de comentários e pelo conteúdo das notícias. Isto implica a realização de estudo comparativo entre os vários jornais e secções analisados, bem como o estudo de outras variáveis que podem influenciar a agressividade no discurso. A segunda parte prende-se com o estudo da interação entre os utilizadores. Vamos olhar para a esquematização das estratégias escolhidas pelos utilizadores e retirar conclusões das mesmas.

### 4.1 Hipóteses e questões do estudo

A primeira parte da análise será orientada por duas hipóteses e uma questão:

#### **H1. Quanto mais conservador o sistema de moderação menor é a taxa de agressividade.**

Parece óbvio à partida que uma abordagem mais proactiva e interventiva face à publicação de comentários se irá traduzir numa diminuição da agressividade. No entanto, é importante confirmar que esta variação se verifica de facto e em que grau, uma vez que não é evidente que a adoção de um sistema de pré-moderação se traduza numa eliminação completa da agressividade. Assim, espera-se que A Bola revele um menor índice de agressividade, seguida do Público e de Jornal de Notícias. A confirmação desta hipótese significa que, em certa medida, uma total autonomia da participação dos públicos tende a degenerar na agressividade.

#### **H2. A agressividade é, sobretudo, uma estratégia de influência do poder.**

A agressividade assume-se como uma estratégia de influência do poder, ou seja, pretende alterar comportamentos punindo determinadas posições. Esta hipótese decorre de duas constatações de estudos anteriores. O primeiro, que analisou os grandes fenómenos de participação pública através de petições *online* e manifestações nas redes sociais, concluiu que “quanto maior é a perceção de que existe um desnível de poder, maior é a necessidade que os participantes sentem de o colmatar com a sua participação” (Gonçalves, 2013, p. 151). A segunda constatação que nos leva a defender esta hipótese é a de Coe *et al.* (2014), que mostra que os artigos de opinião têm uma grande taxa de incivilidade nos seus comentários. Um artigo de opinião é, por definição, um texto em que é privilegiado um determinado ponto de vista em

detrimento de outros. Não estando ligado exclusivamente aos factos, a opinião é suscetível de ser alterada pela influência de terceiros. A opinião é também algo que está intrinsecamente ligado ao seu autor, pelo que quando o objetivo é influenciar um decisor, faz sentido fazê-lo num espaço em que está expressa a sua opinião.

Assim, espera-se uma maior prevalência da agressividade nas secções de política, onde as notícias se centram frequentemente na opinião e afirmações dos protagonistas do governo e dos partidos. As notícias mais factuais e que não aparentem desequilíbrios de poder terão menos comentários agressivos.

#### **Q1. Qual o peso do conteúdo e das estruturas na agressividade dos comentários?**

Esta questão congrega as duas hipóteses apresentadas acima. Uma resposta precisa a este problema ajudar-nos-á a compreender os fatores que induzem a agressividade e os catalisadores da sua manifestação. Ao compreendermos como é que as duas dimensões interagem seremos capazes de explicar grande parte dos comportamentos agressivos nas caixas de comentários.

Paralelamente às nossas hipóteses centrais, avançaremos com um teste de outros fatores periféricos que são, normalmente, associados a uma prevalência da agressividade.

#### **Q2. Qual a influência do anonimato na agressividade dos comentários?**

O anonimato é frequentemente apontado como uma das principais causas para os comportamentos agressivos na Internet. Conscientes que a falsificação de identidades é perfeitamente possível em qualquer um dos *sites* analisados, não deixaremos de observar se a opção de os utilizadores se identificarem tem uma influência na agressividade dos comentários.

#### **Q3. Há uma diferença na dimensão do texto dos comentários agressivos e não agressivos?**

Esta questão pretende levantar o problema da complexidade e investimento no discurso dos comentários. Assim, verificaremos se os utilizadores que recorrem a um discurso agressivo investem menos ou mais recursos na elaboração do discurso. Apesar de termos consciência que a dimensão é apenas uma das vertentes que podem caracterizar a elaboração do discurso, consideramos que este pode ser um indicador relevante.

#### **Q4. Qual a relevância dos comentários agressivos para o conteúdo da notícia?**

Há uma tendência para desvalorizar o conteúdo dos comentários agressivos ou incivis. Pretendemos observar qual a relevância do conteúdo para o tema avançado no texto da notícia.

Estas serão as questões e hipóteses que vão orientar a primeira parte da nossa análise. Na segunda parte vamos olhar com mais pormenor para a interação entre utilizadores em busca de padrões e tendências. Analisaremos questões como o nível de interação, o diálogo entre comentadores e as implicações que os comportamentos dos comentadores acarretam para os restantes participantes.

## 4.2 Amostra e *corpus* de análise

Uma das vertentes mais difíceis do nosso estudo consistiu na seleção do *corpus* de análise. Trabalhos anteriores que abordaram o mesmo tema optaram por selecionar comentários de um leque limitado de notícias, algo que não respondia às nossas necessidades em termos de estudo comparativo. Por outro lado, Coe *et al.* (2014) escolheram uma abordagem tipo censos de uma publicação que, apesar de satisfazer as nossas exigências quanto ao conteúdo, não permitia elaborar a comparação entre diferentes sistemas de comentários. Assim, optámos por um meio-termo entre estas abordagens, escolhendo todas as notícias de duas secções de cada jornal. A escolha de duas secções distintas garante-nos um termo de comparação quanto ao conteúdo, enquanto a seleção de diferentes publicações satisfaz os critérios da variabilidade de abordagens ao tratamento de comentários.

Assim, a nossa amostra inicial contemplava quatro publicações: A Bola, Diário de Notícias, Jornal de Notícias e Público. Os dois últimos constituíram os elementos centrais da análise, apresentando notícias e secções semelhantes, diferindo no sistema de comentários usado. Interessava-nos particularmente a análise do jornal Público, devido ao sistema complexo que utiliza. A Bola surge como termo de comparação que introduz variações significativas em termos de temas e sistemas de comentários. É diferente considerar a agressividade quando esta é espoletada por um acontecimento político, económico ou social e quando esta é despertada por um tema mais simbólico como o futebol. Para além disso, existe a percepção de que os comentários dos jornais desportivos são mais propícios à agressividade. O jornal A Bola foi escolhido por apresentar o maior número de *pageviews* entre os jornais desportivos nacionais. Estas diferenças entre os jornais de informação generalista e os jornais desportivos foram levadas em consideração na nossa análise.

A escolha do Diário de Notícias (DN) tinha como intenção estabelecer uma comparação entre dois sistemas semelhantes de jornais que pertencem ao mesmo grupo (JN e DN), mas que são dirigidos a públicos distintos. No entanto, devido a constrangimentos de tempo e de recursos

e ao facto de se considerar que os restantes jornais já representavam uma amostra volumosa, a análise aos comentários do Diário de Notícias teve que ser abandonada.

Para limitar o volume da amostra foi necessário proceder a uma seleção das secções a analisar. No caso dos generalistas foram escolhidas as secções de Sociedade e Política, uma vez que o nosso objetivo é o de testar a agressividade como estratégia ligada ao poder. A secção de Política foi escolhida como tendo uma ligação mais próxima ao poder e a secção de sociedade como tratando de assunto mais quotidianos, de intervenção menos estratégica, mas que nem por isso estão desligados de relações de poder. A escolha das secções Porto e Benfica n'A Bola teve como objetivo observar um meio em que as afiliações e oposições são mais bem definidas.

Em termos temporais, um mês foi a duração definida para a recolha de comentários nos jornais generalistas. Consideramos que esta era a duração mínima para que os resultados assumissem alguma robustez, abordando uma maior diversidade de temas e atores. Assim foi efetuada uma recolha de todos os comentários às notícias das secções em questão publicadas entre 12 de junho de 2013 e 11 de julho de 2013. Neste período os *sites* dos jornais foram consultados diariamente e os links das notícias foram registados. A partir de 16 de julho, iniciou-se a recolha dos comentários, que foram gravados em ficheiros de texto uma vez que o conteúdo dos *websites* poderia sofrer alterações posteriores. A recolha iniciou-se a esta data porque se considerou necessário dar um intervalo para que os comentários pudessem estabilizar, uma vez que a maior atividade de comentários às notícias se dá no dia da publicação e nos dois dias posteriores. Assim, todas as notícias estariam 'estáveis' à data da recolha de comentários. O processo de recolha de comentários durou duas semanas. No caso d'A Bola, apesar da recolha ter abrangido o período todo, a amostra teve que ser reduzida aos primeiros 500 comentários de cada secção devido a constrangimentos de tempo. Para o registo e análise de dados foi usado o programa IBM SPSS Statistics 22. Assim, em 903 notícias foram recolhidos 27087 comentários que estão distribuídos segundo a tabela.

|        |         | Secção   |           |         |          | Total |
|--------|---------|----------|-----------|---------|----------|-------|
|        |         | Política | Sociedade | Benfica | FC Porto |       |
| Jornal | A Bola  | 0        | 0         | 500     | 500      | 1000  |
|        | JN      | 8970     | 1321      | 0       | 0        | 10291 |
|        | Público | 8170     | 7626      | 0       | 0        | 15796 |
| Total  |         | 17140    | 8947      | 500     | 500      | 27087 |

*Tabela 3: Distribuição da amostra*

Importa ainda chamar a atenção para dois acontecimentos que inflacionaram significativamente o tamanho da amostra. O primeiro foi a greve dos professores ao exame de Português do 12º ano no dia 17/06/13. Este acontecimento gerou um grande volume de comentários, não só no próprio dia, mas também nos dias anteriores. Esta inflação afetou sobretudo a secção de sociedade do Público. O segundo acontecimento, ou série de acontecimentos, dá-se no início de julho com a demissão do ministro das finanças, Vítor Gaspar, e a demissão “irrevogável” de Paulo Portas, ministro do Estado e dos Negócios Estrangeiros, que acaba por resultar na sua promoção a vice-primeiro-ministro. Neste caso, a inflação deu-se nas secções de política de ambos os generalistas. No entanto, em vez de dificultar a análise, estes casos permitiram-nos retirar conclusões importantes sobre a função e fluxo dos comentários.

### 4.3 Variáveis de análise

O método escolhido para o tratamento da amostra foi a análise de conteúdo. Assim, cada unidade de análise, o comentário, foi classificada segundo dez variáveis:

**Notícia:** todas as notícias recolhidas foram numeradas, tendo sido registado a que notícia pertence cada comentário.

**Data:** foi registada a data de publicação da notícia comentada.

**Jornal:** a publicação onde foi feito o comentário.

**Secção:** a secção onde foi feito o comentário.

**Estratégia/Agressividade:** um comentário agressivo usa a argumentação *ad hominem* negativa ou linguagem ofensiva na construção do discurso. Uma simples insinuação do género “Você não é professor de certeza” é suficiente para ser considerada agressiva. Qualquer tipo de discriminação também é considerado agressividade em relação ao grupo discriminado. O recurso simples ao humor não é considerado agressividade. Contudo, trocadilhos ofensivos ou o apelo à linguagem humorística para mascarar ou justificar a agressividade não se enquadram no discurso humorístico. Utilizar erros ortográficos ou argumentação deficiente para rebaixar, humilhar ou ridicularizar o sujeito e o seu discurso também são encarados como uma forma de agressividade. Contra argumentar ou apontar simplesmente o erro não se enquadra nesta categoria. Se considerarmos a classificação de Paul Graham (2008), os comentários agressivos situam-se nos dois primeiros níveis: “chamar nomes” e “*ad hominem*”. Manifestar apoio ou

concordância perante um comentário agressivo também é encarado como uma forma de agressividade.

Para além de ser considerada a agressividade ou não dos comentários, também foi considerado o enquadramento estratégico do comentário, i.e. se um comentário é uma resposta agressiva a um comentário não agressivo, se é um comentário não agressivo à notícia, se é uma resposta agressiva a uma resposta não agressiva, etc. Para facilitar a análise de algumas situações, esta variável foi recodificada em duas subvariáveis:

**Agressividade:** se um comentário é agressivo ou não.

**Nível:** define o nível de interação em que decorre um comentário. Por exemplo, o nível 1 corresponde a um comentário à notícia, o nível 2 é uma resposta a esse comentário, o nível 3 é uma resposta à resposta e assim sucessivamente. Apesar de os *websites* permitirem no máximo um nível de resposta, foram consideradas as situações em que um comentário se refere claramente a outro comentário, mesmo não sendo respostas do ponto de vista do sistema informático.

**Destinatário:** foi considerado o destinatário principal do comentário segundo a seguinte divisão:

- Externo – O comentário refere-se a uma pessoa ou grupo que não integra o grupo dos comentadores.
- Interno – O comentário é dirigido a um ou vários comentadores.
- Indefinido – O comentário não se refere a um grupo ou indivíduo específico (e. g. “Bom dia!”)

Em situações em que há comentários dirigidos a outros comentadores e são referidas pessoas externas, deu-se primazia à classificação do destinatário interno. Quando há agressividade, o destinatário é sempre aquele que é visado pela agressividade, sendo que em situação de agressividade a múltiplos destinatários dá-se primazia à classificação de destinatário interno, caso este exista.

**Autor:** o grau de identificação do autor do comentário, que foi dividido em três categorias.

- Anónimo - considera-se também anónimo aquele que assina com o título ou conteúdo do comentário.
- Pseudónimo

- Nome credível - Sempre que o autor do comentário assinar com um nome que pode corresponder ao seu nome real.

Nem sempre é fácil definir a fronteira entre nome real e nome próprio. Sempre que um nome real aparece associado a outras palavras ou número é considerado pseudónimo. Se o autor usar só iniciais é considerado pseudónimo, no entanto, caso use uma inicial e um nome completo é considerado nome real. Assim, 'joão91' é pseudónimo, 'JFFG' é pseudónimo e 'J. Gonçalves' é um nome credível. Considerou-se que a introdução de outros elementos que não o nome da pessoa era suficiente para existir um desdobramento da identidade.

**Relevância:** os comentários foram classificados segundo a sua contribuição para o tema da notícia segundo três níveis.

- Relevância direta – O comentário contribui diretamente para o acontecimento/tema da notícia.

- Relevância indireta – O assunto do comentário pode ser ligado ao conteúdo da notícia, ainda que o assunto não seja abordado na notícia.

- Irrelevante – O comentário está descontextualizado e não possui qualquer relação com o tema tratado. O simples insulto gratuito ao protagonista da notícia é considerado irrelevante, apesar de se referir a algo relacionado com a notícia, uma vez que nada acrescenta à discussão.

**Pessoa:** Por fim, procedeu-se à distinção entre um registo pessoal, que usa a primeira ou segunda pessoa, de um registo impessoal, que usa a terceira pessoa e o discurso indireto. O objetivo foi perceber até que ponto é que o indivíduo se implica no discurso. Se o comentário aparece como uma resposta pessoal ou como uma argumentação distanciada.

Os dados foram codificados ente julho de 2013 e junho de 2014 por um único codificador. No entanto, tratando-se de uma análise de conteúdo com variáveis que podem assumir alguma subjetividade, considerou-se necessário realizar um teste de fiabilidade (*intercoder reliability*). Segundo Lombard, Snyder-Duch e Bracken (2002, p. 589) *"It is widely acknowledged that intercoder reliability is a critical component of content analysis and (although it does not ensure validity) when it is not established, the data and interpretations of the data can never be considered valid."* Este teste de fiabilidade consiste em submeter o mesmo conjunto de casos a diferentes codificadores para garantir que os critérios definidos pelo investigador são sólidos e permitem uma interpretação consistente dos dados.

Assim, foi preparado um teste de fiabilidade com três codificadores independentes, sem qualquer experiência prévia em análise de conteúdo, a uma amostra de 288 casos<sup>10</sup>. Os codificadores receberam uma formação de 45 minutos e codificaram as variáveis Agressividade, Destinatário, Autor, Relevância e Pessoa. As restantes variáveis não foram sujeitas a codificação uma vez que não dependiam de questões interpretativas, com a exceção do Nível que apresenta uma dependência baixa de um esforço interpretativo. Para medir a fiabilidade foi usado o Kappa de Cohen ( $\kappa$ ) para as variáveis nominais e o Alfa de Krippendorff ( $\alpha$ ) para a variável ordinal (Relevância). Ambas as medidas levam em consideração a concordância por acaso. Assim, um valor igual a 0 significa que apenas existe concordância aleatória e um valor de 1 é igual a uma concordância total.

| Variável      | Concordância   |
|---------------|----------------|
| Agressividade | 0.56 $\kappa$  |
| Destinatário  | 0.406 $\kappa$ |
| Autor         | 0.799 $\kappa$ |
| Relevância    | 0.386 $\alpha$ |
| Pessoa        | 0.403 $\kappa$ |

*Tabela 4: Fiabilidade*

Os valores apresentados são a média dos valores obtidos ao comparar a codificação dos voluntários com a codificação do investigador. Duas das variáveis (Agressividade e Autor) apresentam resultados sólidos para o Kappa. A Relevância, o Destinatário e a Pessoa, apesar de apresentarem valores aceitáveis, ficam um pouco aquém dos resultados desejados e deverão ser interpretadas com algumas reservas. No caso particular do Destinatário, a grande maioria dos casos de discordância verificaram-se nos comentários não agressivos, relativamente a considerar os destinatários externos ou indiretos. Por fim, importa salientar que a falta de tempo e recursos impôs um período de treino dos codificadores relativamente curto. Estamos convencidos de que os valores reais de fiabilidade da análise são ligeiramente superiores aos obtidos. Não obstante, consideramos que os resultados obtidos são suficientemente sólidos para garantir a credibilidade dos dados, sobretudo tendo em conta que foram usadas medidas bastante conservadoras.

Os comentários que continham apenas mensagens publicitárias ou que eram uma repetição de outro comentário dentro da mesma notícia foram contabilizados nos números da notícia, secção, jornal e data, mas não foram considerados para análise nas restantes variáveis. Estes casos correspondem a cerca de 1,5% da amostra (N=395).

<sup>10</sup> Foram escolhidos casos de 5 notícias diferentes (59 da secção de Política do JN, 53 da secção de Sociedade do JN, 82 da secção de Política do Público, 35 da secção Porto d'A Bola e 59 da secção de Sociedade do Público)

## 4.4 Entrevistas

Para complementar os resultados obtidos através da análise de conteúdo, foram entrevistados os responsáveis pelas secções de comentários dos dois diários generalistas analisados. Do jornal Público foi entrevistado Hugo Torres, jornalista e gestor de comunidade, do JN foram entrevistados Nuno Marques, editor da secção Online/Mundo, e Cláudia Luís, jornalista da mesma secção.

Todas as entrevistas foram realizadas isoladamente, presencialmente e com registo áudio. As questões colocadas almejavam compreender o modelo de funcionamento dos sistemas de comentários, o papel dos jornalistas neste sistema, os constrangimentos existentes e a opinião pessoal dos entrevistados sobre o tema. Consideramos que as entrevistas assumem uma grande importância não só para compreender melhor as lógicas de funcionamento das caixas de comentários, mas também para entender as perceções dos jornalistas sobre o conteúdo destes espaços de participação. O guião de entrevista utilizado pode ser encontrado em anexo (Anexo 4).

## 4.5 Caracterização dos jornais em análise

A definição de qualquer jogo começa pela descrição das suas regras e as caixas de comentários não são exceção. Neste caso, não falamos de regras implícitas que são determinadas na e pela interação, mas das regras que os jornais impõem nos seus espaços de comentários. Estas regras não se materializam apenas nos critérios de publicação, mas também nos próprios aspetos técnicos do sistema: limite de caracteres, moderação, obrigatoriedade do registo, etc.

Elencar as opções dos jornais relativamente à forma e conteúdo ideal dos seus espaços de participação *online* não só nos ajuda a perceber a posição das direções relativamente a estes espaços, como pode dar-nos pistas para a variação dos valores de agressividade e do comportamento dos leitores nas várias publicações.

Para a nossa análise selecionamos dois diários generalistas e um diário desportivo. A seleção levou em conta não só o estudo de diferentes leitores-tipo e conteúdos, mas também as diferenças existentes entre os sistemas de moderação. Assim, as publicações escolhidas foram A Bola, o Jornal de Notícias e o Público. Para além de uma análise dos *websites* dos jornais e dos critérios de publicação, no caso do Público e do Jornal de Notícias foram entrevistados jornalistas com responsabilidades na gestão das caixas de comentários. Será também

importante alertar que vamos descrever o sistema do Público de acordo com as suas características no nosso período de análise, junho e julho de 2013, uma vez que as regras do sistema foram alteradas entretanto.

#### 4.5.1 A Bola – controlo de fronteiras para comentários

O sistema adotado pela edição *online* do jornal A Bola é, sem grande margem para dúvida, o mais conservador. Na sua estrutura global, as regras assumem uma forma semelhante ao do controlo de fronteiras: o registo é obrigatório e só passam pelo crivo da moderação os comentários que cumprem os requisitos. A Bola aplica um sistema de pré-moderação, o que significa que todos os comentários submetidos pelos utilizadores têm que ser aprovados pela redação antes de serem publicados no *website*. O propósito desta regra é simples, evitar que sejam publicados no espaço do jornal comentários que violem os critérios estabelecidos pelo jornal. O sistema de pré-moderação é eficaz no controlo dos conteúdos, mas exige um compromisso em termos de recursos da parte das redações, uma vez que se parte do pressuposto que todos os comentários têm que ser lidos antes de serem publicados.

Uma das características mais relevantes no *website* d'A Bola é a obrigatoriedade do registo para poder publicar comentários. Os utilizadores têm que fornecer o seu endereço de email (que é sujeito a verificação), nome e país para poderem ter acesso às funcionalidades da caixa de comentários. Quando quiserem submeter um comentário, os utilizadores deverão introduzir as suas credenciais no *site* para serem identificados. O registo obrigatório dos comentadores cumpre uma dupla função. Por um lado, é uma forma de responsabilização dos comentadores perante o jornal, sendo um caminho para traçar a origem dos comentários a um determinado indivíduo, acabando com o anonimato puro. Claro que um utilizador pode fornecer um nome falso ou criar um endereço de correio eletrónico apenas para aquele efeito, no entanto é inegável que existe uma clara intenção de responsabilização inerente ao registo. Por outro lado, o registo é um processo que implica um determinado investimento em termos de tempo e esforço, o que ajuda a evitar a proliferação de comentadores esporádicos que não se comprometem com texto publicado. A redução do número de comentadores (e comentários) através da imposição do registo pode ser uma das razões pelas quais o sistema de pré-moderação d'Abola se mantém sustentável. Na realização de um pequeno teste a um sábado de manhã, um comentário submetido demorou cerca de 40 minutos a ser publicado após a submissão.

Viramo-nos agora para as regras que constroem o texto dos comentários. A Bola impõe um limite de 300 caracteres a cada comentário, uma dimensão relativamente reduzida mas que ajuda a facilitar a moderação. Este limite leva a que, por vezes, os comentadores dividam uma mensagem em dois ou mais comentários para poderem completar a sua ideia. Do ponto de vista dos critérios de publicação, as regras d'A Bola afirmam que não são admitidos comentários xenófobos, racistas e agressivos. Também não são admitidas insinuações sobre jogadores e clubes nem publicidade. No entanto, os comentários com erros ortográficos e abreviaturas não serão excluídos apenas por causa dessas características. O texto completo das regras de publicação d'A Bola pode ser encontrado em anexo (Anexo 1).

Ao nível da interação entre utilizadores, o *website* d'A Bola não oferece grandes possibilidades formais. Não existe qualquer funcionalidade de resposta ou de interação com os comentários de outros utilizadores. No entanto, a nossa observação constatou que, apesar da ausência de mecanismos formais, os utilizadores interagem entre si e referiam-se aos comentários de outros através do nome de utilizador ou do conteúdo do comentário em questão. Para terminar a nossa descrição, importa referir que a ordem de apresentação dos comentários sob as notícias segue um critério meramente cronológico, sendo que os comentários mais recentes são os que aparecem mais acima e nas primeiras páginas.

#### 4.5.2 Jornal de Notícias – a minha liberdade termina na denúncia do outro

Se A Bola se situa no extremo mais conservador do espectro de políticas de moderação de comentários, o Jornal de Notícias (JN) aproxima-se do extremo oposto. Ao contrário do sistema de pré-moderação d'A Bola, os comentários do JN são sujeitos a uma pós-moderação mediante denúncia. Isto significa que os comentários são imediatamente publicados no *website* e só serão moderados mediante denúncia posterior. Este tipo de sistema é mais arriscado do ponto de vista da violação dos critérios de publicação, uma vez que não há qualquer tipo de controlo anterior à publicação excetuando os filtros informáticos que procuram impedir a publicação de linguagem ofensiva e de publicidade. Estes filtros são uma defesa do jornal, no entanto a sua eficácia é relativa uma vez que são facilmente contornados pelos utilizadores mais experientes.

O sistema de denúncia do Jornal de Notícias significa que apenas os comentários que foram assinalados pelos utilizadores como violando as regras de publicação são alvo de moderação. Cada comentário tem, no canto superior direito, um *link* que permite denunciar o

texto com um simples clique. Um primeiro olhar sobre este sistema pode induzir-nos a pensar que este remete o jornalista para um papel menos ativo na moderação, uma vez que são os utilizadores que direcionam os comentários ao crivo da moderação. No entanto, através da nossa entrevista com Nuno Marques, editor da secção Mundo/Online do jornal, e com Cláudia Luís, que pertence à mesma secção, percebemos que é frequente os jornalistas adotarem, quando o tempo o permite, uma atitude mais proactiva, denunciando eles próprios os comentários às notícias que violam as regras para os limpar no sistema informático logo de seguida. Será também importante mencionar que não existe um jornalista destacado exclusivamente para a moderação, sendo o trabalho distribuído por vários profissionais consoante a disponibilidade.

Ao comentar, mesmo que deseje aparecer como anónimo, um comentador é obrigado a fornecer um nome e um endereço de correio eletrónico que, no entanto, não é sujeito a verificação. Caso deseje, o utilizador pode criar uma conta, mas são quase nulos os comentários escritos por utilizadores registados. Todos estes fatores jogam em prol de uma maior celeridade no processo de comentário e contribuem para um maior imediatismo na interação. Contudo, este imediatismo pode implicar também uma menor ponderação na publicação e dificultar a gestão do espaço de comentários.

Na entrevista que realizámos, debatemos também a possibilidade de ‘fechar’ a algumas notícias à publicação de comentários. Quando uma determinada notícia gera um fluxo ingerível de comentários que violam os critérios de publicação, o jornalista pode eliminar todos os comentários a essa notícia e impedir a publicação de novos comentários. Em alguns casos excecionais, esta possibilidade é usada de uma forma preventiva, quando os temas são identificados como sensíveis e potencialmente geradores de conflito. “Notícias que envolvem ciganos, acidentes rodoviários, violações, homossexualidade, abusos de menores, pedofilia na Igreja e algumas mortes, sobretudo de políticos, regra geral são para cortar”, explica Nuno Marques. Assim, percebe-se que a proteção dos protagonistas das notícias, sobretudo das vítimas, também é levada em consideração no encerramento. Uma notícia que contém vítimas menores ou mulheres será mais facilmente encerrada do que uma sobre um jogo de futebol Benfica-Porto, apesar de a última poder representar um maior potencial para o conflito e insulto. Isto acontece não só para a proteção das pessoas retratadas na notícia mas também porque o encerramento de notícias em determinados temas como o desporto se revela ineficaz. Na entrevista com Nuno Marques, o editor refere as consequências de encerrar os comentários num

jogo de futebol importante: “os insultos, que eram para aquele texto do futebol, começaram a aparecer em todos os textos à volta”.

No Jornal de Notícias os comentários não podem ultrapassar os 750 caracteres. Apesar do utilizador ser obrigado a fornecer um nome para publicar o comentário, pode escolher aparecer como anónimo perante os outros utilizadores. A conduta do utilizador da Controlinveste também especifica os critérios gerais para a publicação de comentários, salvaguardando situações como a linguagem ofensiva, o insulto e a violação da lei. De notar que estes critérios condenam também a prática do *off-topic*, ou seja, o envio de mensagens que nada têm a ver com o assunto da notícia. A Conduta do Utilizador da Controlinveste pode ser encontrada em anexo para consulta (Anexo 2).

No que diz respeito à interação entre utilizadores, o JN abre mais algumas possibilidades do que A Bola. Cada comentário feito à notícia tem um botão de resposta, que permite a outros utilizadores responder diretamente a um comentário. As respostas são publicadas como comentários normais, mas ficam associadas ao comentário a que respondem, criando uma ferramenta formal para a interação entre utilizadores. O mecanismo apenas permite um nível de resposta, ou seja, não é possível responder a uma ‘resposta’ do ponto de vista do sistema, mas na prática é possível gerar discussões com múltiplos níveis de resposta usando a mesma prática adotada no *site* d’A Bola. Os comentários aparecem sob o texto da notícia por ordem cronológica, com exceção das respostas que aparecem sempre abaixo do comentário a que respondem.

#### 4.5.3 Público – dividir a tarte

O jornal Público desenvolveu uma abordagem inovadora ao problema da moderação. O jornal adota um sistema de pré-moderação, tal como A Bola, mas os responsáveis pela moderação são os utilizadores das caixas de comentários. O mecanismo funciona com base num sistema de reputação: os utilizadores com melhor reputação moderam os comentários dos outros e podem publicar sem moderação. O ganho ou perda de reputação está relacionado com a aprovação ou rejeição de comentários, participação em inquéritos e aprovação ou negação de denúncias efetuadas. Assim, os utilizadores que mais participam e que têm a aprovação da comunidade são premiados com um maior poder de moderação. No entanto, este poder de moderação pode ser retirado caso se verifique uma violação das regras. Importa salientar que

para além da moderação prévia, o Público dispõe de um sistema de pós-moderação de comentários, da responsabilidade da redação, mediante denúncia dos utilizadores.

Este sistema introduz a pré-moderação e resolve o problema da escassez de recursos humanos depositando o grosso da responsabilidade da moderação na comunidade. Em certa medida, a solução aproxima-se do exemplo do dividir e escolher do bolo. No entanto, há que salientar que os critérios da comunidade podem não ser os critérios do jornal e que o sistema de reputação pode ser enviesado por uma determinada linha de pensamento que não é a explicitada nos critérios de publicação do jornal. Apesar do seu carácter único, podemos situar este sistema num meio-termo entre o d'A Bola e do JN, uma vez que não há um elevado controlo da parte da redação mas mantém-se o princípio da moderação prévia na maior parte dos casos.

No período em que foi efetuada a análise o registo ainda não era obrigatório no Público. Os comentários anónimos, apesar de não terem uma reputação associada, eram permitidos no jornal. Os utilizadores registados tinham, no entanto, o benefício de integrar o sistema de reputação e a possibilidade de adquirir mais poder dentro da comunidade. Mais uma vez, a permissão do comentário anónimo diminui o esforço e o compromisso dos comentadores e contribui para uma maior participação em número. Esta afirmação é corroborada pelos dados que o jornal gentilmente nos cedeu, que mostram uma quebra abrupta (cerca de 50%) no número de comentários após a decisão de não admitir comentários anónimos, que entrou em vigor em agosto de 2013.

Os comentários do Público têm um limite de 800 caracteres. Os atuais critérios de publicação contemplam as advertências para comentários racistas, insultuosos, sexistas e outro tipo de situações que violem a lei. Para além dos critérios de publicação, o Público faz uma série de recomendações em termos de estilo e forma, incluindo a assinatura dos comentários com o nome real dos autores. Os critérios de publicação do jornal e a explicação do sistema de comentários e inquéritos podem ser encontrados em anexo (Anexo 3).

Ao nível da interação entre os utilizadores o sistema do Público é semelhante ao do JN. Existe um botão de resposta junto aos comentários, sendo que os comentários efetuados desta forma ficam associados ao comentário que é alvo de resposta. No entanto, tal como no JN, não é possível 'responder' a uma resposta. Contudo, a interação entre os utilizadores assume uma dimensão mais profunda no caso do Público, uma vez que são os utilizadores que se moderam

entre si. As relações de poder neste caso não são apenas implícitas mas explícitas, já que os comentadores dependem uns dos outros para aceder a níveis de reputação superiores.

Também no Público os comentários são apresentados por ordem cronológica sob as notícias, com as respostas a aparecer abaixo dos comentários a que se referem. Para além dos mecanismos normais de apresentação dos comentários, o Público dá destaque a um ou dois comentários por dia na sua *homepage*. Em entrevista com o gestor de comunidade do Público, Hugo Torres, abordámos também a questão do encerramento de notícias a comentários. O jornalista explicou que este tipo de medida só acontece em casos muito residuais e com notícias que abordam temáticas e pessoas com características particularmente sensíveis. A decisão de encerrar uma notícia nunca cabe a apenas um jornalista, tendo que ser discutida pela redação.

#### 4.5.4 Síntese

Como referimos acima, estas publicações foram escolhidas pelas características dos seus sistemas de comentários. Ao contemplar uma diversidade de situações, pretendemos conseguir identificar padrões e clivagens que nos ajudem a compreender melhor os fenómenos que se desenrolam nas caixas de comentários. Assim, podemos resumir as principais características de cada jornal numa tabela:

|                      | A Bola        | Jornal de Notícias | Público                       |
|----------------------|---------------|--------------------|-------------------------------|
| Moderação            | Pré-moderação | Pós-moderação      | Pré-moderação e Pós-moderação |
| Moderadores          | Redação       | Redação            | Utilizadores                  |
| Anonimato            | Não           | Sim                | Sim <sup>11</sup>             |
| Limite de caracteres | 300           | 750                | 800                           |
| Nível de resposta    | 0             | 1                  | 1                             |

*Tabela 5: Comparação dos sistemas de moderação*

---

<sup>11</sup> Até 13-08-2013.



## 5. Poder e Castigo: agressividade como estratégia de influência

Olhando para os dados que resultam da análise de conteúdo, a primeira conclusão aparente está relacionada com o elevado nível global de agressividade verificado. Mais de metade dos comentários (51,7%) revela alguma forma de agressão. Mesmo considerando que os critérios usados para definir a agressividade foram bastante conservadores, o valor revela que a agressividade é a estratégia preferencial nas caixas de comentários e vem confirmar as conclusões dos estudos supracitados. No entanto, mais do que constatar a presença da agressividade, importa perceber os seus contornos.

Relativamente à primeira hipótese avançada e à distribuição da agressividade pelos jornais, os dados vão no sentido de confirmar a relação proposta: quanto mais conservador o mecanismo, menor o nível de agressividade. A percentagem de agressividade n'A Bola é a menor (39,2%), seguida do Público (45,3%) e do Jornal de Noticias (62,8%),  $p < 0.000$   $\phi_c = 0.175$ . O V de Cramer mostra-nos que a relação existente é considerável, pelo que podemos identificar alguma influência dos sistemas de moderação na agressividade. Ainda assim, mesmo no contexto d'A Bola, em que existe moderação prévia dos jornalistas a todos os comentários, há uma grande percentagem de comentários agressivos, sobretudo relativos a insinuações de manipulação de arbitragens e mensagens de carácter depreciativo sobre os adeptos e jogadores de um determinado clube. No entanto, é também possível encontrar comentários que recorrem a uma agressividade mais direta, cuja passagem pela moderação é difícil de compreender:

“tanta coisa por causa deste gajo ..... nem sei o que veem nele para alem de ser feio ..... quando sair de portugal vai andar desaparecidooo nau tenho duvidas”, comentário à notícia «**FC Porto vende jogadores e troca de treinadores continuando a ganhar**» - Mangala *in* A Bola, 14-06-2013

O Público e o Jornal de Noticias estão separados por 8,5 pontos percentuais na taxa de agressividade, mas as diferenças entre as publicações vão para além do que é apontado nas percentagens, uma vez que a agressividade no Público é, regra geral, expressa num registo mais moderado que no Jornal de Noticias, que apresenta uma menor prevalência do insulto gratuito e palavrões. Contudo, a elevada percentagem de comentários agressivos não deixa de colocar em questão a capacidade da comunidade para se auto-moderar. A permeabilidade face à agressão,

alguma dela contendo violações flagrantes dos critérios de publicação, lança dúvidas sobre o zelo e interesses de alguns moderadores.

Não será por acaso que, ao remover os comentários anónimos, o Público apertou as regras de acesso ao estatuto de moderador, penalizando mais os moderadores que aprovam comentários que são posteriormente denunciados com sucesso. O gestor de comunidade do Público, Hugo Torres admite as fragilidades do sistema: “No início, não foram um nem dois comentadores que se aperceberam que isto funciona na base da acumulação de pontos. Começaram a fazer muitos comentários do género «acho muito bem» e «sim senhor», subiram a moderadores rapidamente e tornaram-se em ‘estados independentes’ do Público a ditar as suas próprias regras”. Esta situação recorda-nos uma ideia de Rousseau (2010, p. 28): “ao ser cada um o seu próprio juiz, neste ou naquele ponto, logo quereria sê-lo em todos e o estado natural manter-se-ia e associação forçosamente se tomaria ilusória ou tirânica”. Os comentadores aprendem as regras do jogo, sobem segundo as regras e quando chegam ao topo criam as suas próprias leis.

Este tipo de comportamentos vai de encontro aos princípios que enumeramos na nossa abordagem. Estes participantes têm consciência do funcionamento do sistema em que se inserem e põem em prática estratégias premeditadas com o propósito de obter maior poder dentro do sistema. Este exemplo extremo de razão subjetiva, apesar de não provar por si a nossa teoria, encarna na perfeição a noção de pensamento estratégico subjacente à teoria dos jogos. No entanto, este tipo de moderação enviesada não passa despercebida aos restantes participantes, que se queixam do facto de determinados comentários serem publicados. Por outro lado, as acusações de censura são frequentes e transversais às três publicações, mas com maior ênfase nos jornais que optam por uma pré-moderação. De facto, o escrutínio dos moderadores chega a ser de tal ordem que origina teorias elaboradas sobre a moderação opinativa:

“É conforme a hora. De manhã/tarde são socialistas/comunas/BE que estão ocupados a fazerem de censores dos comentários no Público. Ao fim da tarde, à noite/depois da meia noite são mais gente to PSD/CDS. Já experimentei várias horas/tipos de comentários e cheguei a uma conclusão: como têm horários/turnos diferentes as pessoas que fazem de censores no Público dividem-se em partidos e assim controlam os comentários divulgados (Comunas/Xuxas/BE de manhã e tarde, e depois, no final da tarde, noite e depois da meia noite temos os PSD/CDS). De vez em quando temos alguém trocado que inverte as posições e isso causa um pouco de confusão (turnos trocados por qualquer razão?). Ainda não descobriram isso? É fácil descobrir-lhes as carecas. Assim apagam os comentários que não gostam

equitativamente”: comentário à notícia **Portas recua na demissão e fica no Governo** in Público, 06/07/2013.

Estas situações, e outras semelhantes, remetem diretamente para as relações de poder não só entre os comentadores mas também fora do âmbito das caixas de comentários. No Público, este tipo de estratégia é evidente pela ligação que o sistema de moderação tem com a interação entre os utilizadores. No caso do JN, apesar de a moderação ser um tema menos debatido, verificam-se estratégias para contornar os filtros, disfarçando os palavrões e publicando o mesmo comentário em diferentes notícias.

Tendo em consideração estas informações, podemos afirmar que a nossa primeira hipótese é corroborada pelos dados e que diferentes sistemas resultam em diferentes níveis e formas de agressividade. Claro que se poderá afirmar que fatores como a composição socioeconómica do público-alvo de cada jornal também têm influência na taxa de agressividade. No entanto, e baseando-nos nas características do discurso, acreditamos que este tipo de fatores têm mais influência na forma que a agressividade assume do que propriamente na existência de agressividade ou não. Há discursos que recorrem a um vocabulário bastante polido mas que não deixam de ser agressivos sendo que o inverso também acontece.

Tendo analisado a influência do sistema de moderação e do jornal na agressividade, voltamo-nos agora para o problema do conteúdo e da agressividade nas diferentes secções. Em primeiro lugar importa observar o panorama geral da frequência de comentários para determinar quais as características dos períodos de maior mobilização de comentadores. Assim, apresentamos o gráfico de frequências relativo ao período de análise nas secções de Política e Sociedade.

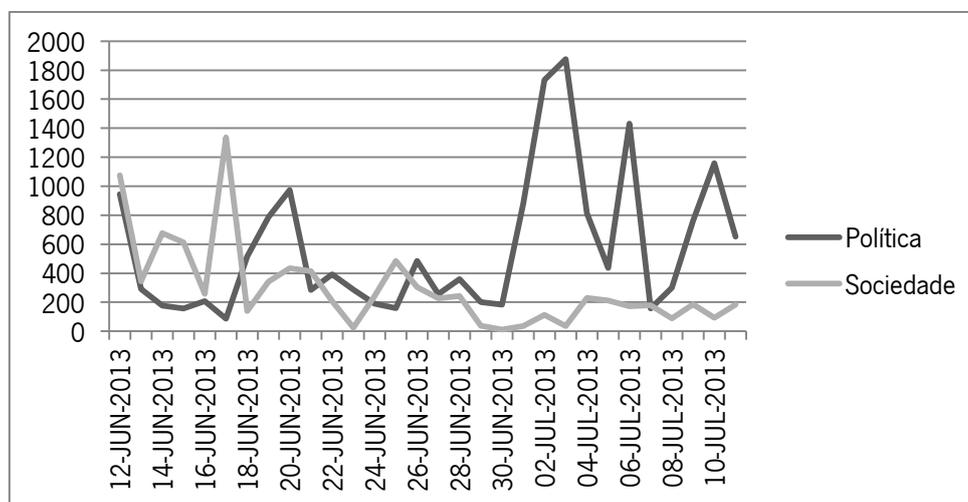


Gráfico 1: Número de comentários por data e secção

Observando o gráfico podemos relacionar os picos de comentários a assuntos específicos que dominaram a atualidade nacional. Os picos da secção de sociedade, entre os dias 12 e 17 de junho, estão relacionados com a greve dos professores ao exame de Português. No caso da secção de Política temos um primeiro pico (12-06-2104) que está relacionado com a hipótese de cortes definitivos na função pública e com a multa de 1300 euros a um cidadão que insultou o Presidente da República. O segundo pico (20-06-2014) deve-se, sobretudo, a duas declarações polémicas, uma de Alberto João Jardim, presidente do Governo Regional da Madeira, a sugerir a proibição de greves em determinados setores, a outra, do ministro Poiares Maduro, afirma que o problema de Portugal é que “tudo é contestado”. Por fim, os grandes picos no início do mês de julho estão relacionados com as demissões de dois ministros e com a instabilidade e indefinição que lhes seguiu. Poder-se-á estranhar o facto de alguns picos serem seguidos de uma quebra substancial. Isto deve-se ao facto de os comentários estarem associados à data de publicação da notícia e não à da publicação do comentário. Assim, determinadas notícias, pelo seu tema, congregam os comentários relativos a um assunto publicados ao longo de vários dias.

Tendo em conta este panorama, podemos enunciar duas evidências: os picos de comentários localizam-se em alturas de instabilidade e indecisão e/ou em situações em que há a percepção de uma injustiça nas ações ou discurso de um dos detentores de poder. Os resultados globais da frequência dos comentários ajudam-nos a perceber quais os assuntos que espoletam a participação dos leitores, mas não nos dizem muito sobre as características desses comentários. Para compreender um pouco melhor a distribuição da agressividade, comparamos a percentagem de comentários agressivos nas diferentes secções:

|          |               |             | Secção   |           |         |          | Total  |
|----------|---------------|-------------|----------|-----------|---------|----------|--------|
|          |               |             | Política | Sociedade | Benfica | FC Porto |        |
| Agressão | Agressivo     | Contagem    | 9762     | 3640      | 172     | 214      | 13788  |
|          |               | % em Secção | 57,9%    | 41,2%     | 34,8%   | 43,6%    | 51,7%  |
|          | Não Agressivo | Contagem    | 7097     | 5200      | 322     | 277      | 12896  |
|          |               | % em Secção | 42,1%    | 58,8%     | 65,2%   | 56,4%    | 48,3%  |
| Total    |               | Contagem    | 16859    | 8840      | 494     | 491      | 26684  |
|          |               | % em Secção | 100,0%   | 100,0%    | 100,0%  | 100,0%   | 100,0% |

*Tabela 6: Distribuição da agressividade por secção*

$$p < 0.000, \Phi_c = 0.164$$

Os dados apontam para uma prevalência superior da agressividade na secção de Política, uma informação que corrobora a ligação que estabelecemos entre agressividade e poder. No entanto, antes de procedermos a uma interpretação desta informação, importa excluir a influência dos sistemas de moderação nos resultados, uma vez que a secção de Sociedade do Público apresentou uma contagem bastante superior à do JN. Assim, podemos observar na tabela que a diferença na agressividade entre secções se verifica nos dois jornais, sendo mais acentuada no jornal Público.

|         |        |           |          | Agressão  |       |               |       |
|---------|--------|-----------|----------|-----------|-------|---------------|-------|
|         |        |           |          | Agressivo |       | Não Agressivo |       |
| Jornal  | A Bola | Secção    | Benfica  | 172       | 34,8% | 322           | 65,2% |
|         |        |           | FC Porto | 214       | 43,6% | 277           | 56,4% |
| JN      | Secção | Política  | 5619     | 64,1%     | 3152  | 35,9%         |       |
|         |        | Sociedade | 705      | 54,2%     | 595   | 45,8%         |       |
| Público | Secção | Política  | 4143     | 51,2%     | 3945  | 48,8%         |       |
|         |        | Sociedade | 2935     | 38,9%     | 4605  | 61,1%         |       |

*Tabela 7: Agressividade por jornal e secção*

Como interpretar estes resultados? Ao contrário da influência dos sistemas de moderação, em que a redução da agressividade não resulta propriamente de uma decisão do comentador, aqui podemos falar numa verdadeira opção estratégica. **Um utilizador opta por um discurso agressivo porque considera que é a opção mais racional naquele determinado contexto.** Assim, o que leva a que os utilizadores optem por uma estratégia mais agressiva no caso da política? De acordo com a nossa hipótese, será a ligação aos atores do poder que determina esta opção. O que está em causa nas caixas de comentários é a interpretação da notícia, ou seja, a formação da opinião pública que vai influenciar as decisões daqueles que a levam em consideração.

A maior agressividade na política é um dado que corrobora esta ideia, mas que, por si, não nos permite avançar muito mais neste raciocínio, até porque as notícias de Sociedade também podem apresentar uma ligação, em menor grau, com o poder. Para retirarmos mais dos dados que recolhemos optámos por fazer uma análise dos extremos, ou seja, olhar para as 10 notícias com maior e menor percentagem de agressividade de cada secção (Política e Sociedade) de cada jornal (Público e JN). Para garantir que os dados têm alguma consistência, optámos por escolher apenas as notícias em que o número total de comentários se situava no 4º

quartil da amostra total ( $N > 30$ ), uma vez que notícias com 100% de agressividade mas com um número reduzido de comentários não nos permitem retirar conclusões. Os resultados dessa análise aos extremos podem ser encontrados em anexo (Anexo 5).

A análise dos extremos dá-nos algumas pistas interessantes para compreender os fatores que espoletam a agressividade. Nas notícias mais agressivas de política, apenas 2 em 20 não fazem título com declarações de políticos (“Primeiro-ministro vaiado em Évora à chegada à Embraer” e “Marido de Maria Luís Albuquerque rescinde contrato com EDP”). Note-se que as notícias baseadas em declarações são muito mais propícias à agressividade uma vez que definem um alvo e uma posição clara para essa agressividade. As opiniões prestam-se mais à contestação do que os factos. No entanto, para além disso, podemos observar nas notícias mais agressivas de política três grandes tendências:

1. Grande parte das notícias diz respeito à crise política iniciada com a demissão de dois ministros. Esta evidência é notória sobretudo no jornal Público, em que muitas das notícias com maior índice de agressividade gravitam em torno do tema da queda do governo. Por oposição, as notícias que vão no sentido de chegar a uma solução ou de obter um acordo estão entre as que têm um menor índice de agressividade (Acordo mantém Portas no Governo com coordenação da área económica; PSD e CDS fazem declaração ao país às 19.30; Cavaco exige acordo tripartido e eleições em Junho de 2014; Passos e Portas voltam a reunir-se hoje de manhã; Portas foi a Belém garantir solução governativa "sólida e abrangente");
2. Há uma tendência nas notícias mais agressivas para provocar uma cisão entre dois grandes grupos. Isto não é só notório nas notícias de Política (Pró-Governo/Anti-Governo; Lisboa/Madeira), mas também nas de Sociedade (Norte/Sul; Governo/Professores; Grevistas/Não-grevistas);
3. Verificam-se elevados índices de agressividade em situações em que existem determinados grupos ou indivíduos que são vulneráveis à argumentação *ad hominem* por serem uma minoria ou pelas suas ações (“Centena e meia de pessoas estiveram na marcha LGBT no Porto”; “Portugal progrediu na luta contra discriminação racial, mas persistem situações preocupantes”; “Marido de Maria Luís Albuquerque rescinde contrato com EDP”)

A terceira tendência corresponde ao que já se suspeitava relativamente às caixas de comentários e que foi referido nas entrevistas: há determinados temas e grupos que são

vulneráveis à agressividade devido ao racismo, xenofobia, homofobia e outras características dos utilizadores. No entanto, mesmo nestas situações, podemos facilmente identificar um conflito de poder entre grupos distintos da sociedade.

Mais relevantes para a nossa argumentação são as duas primeiras tendências, já que delas decorre um raciocínio do género: a participação agressiva é mais eficaz quando a opinião pública pode fazer a diferença e quando há uma cisão na opinião pública, ou seja, quando há disputas de poder. Assim, a agressividade nas caixas de comentários não é apenas uma manifestação de racismo, xenofobia e outras formas de discriminação, mas é uma estratégia para ganhar vantagem numa disputa pelo poder que é dirigida a atores específicos. Este tipo de raciocínio não é apenas uma conclusão que emerge dos dados, é uma linha de pensamento evidente no discurso dos comentadores:

“faz prazer de ver que cada dia que passa os comentarios contra a classe politica portuguesa de todos os partidos,que estao e estiveram no governo aumenta,devia haver 10 vezes mais para mostrar a toda essa banda de parasitas estao a ser observados pelo povo que começa a se interessar pela politica aplicada no pais,so destas maneira e em castigando os partidos e politicos corruptos nas eleicoes,é que o pais um dia pode ser governado por pessoas compententes e honestas,que nao é o caso actual” comentário à notícia **Passos garante que "será encontrada uma forma de poder garantir o apoio político do CDS"** in JN, 04-07-2013.

Os comentários são um instrumento usado para ‘dar uma lição’ aos políticos. A participação não se faz através de uma lógica de argumentação mas de uma lógica de punição. O que aqui está subjacente não é apenas o pensamento estratégico de maximizar os ganhos do próprio mas também o de aumentar os prejuízos que uma determinada linha de ação acarreta para os destinatários, que, na maior parte dos casos, são os políticos. Uma vez que os mecanismos formais de participação no Estado são percebidos como ineficazes, os públicos tentam influenciar os decisores através da opinião pública. A frustração pela falta de poder formal leva a uma busca de outras estratégias de poder:

“Sim, claro, e é mesmo aqui nos comentários que se vão encontrar as soluções. A não ser que algum dos anónimos que por aqui anda seja alguém com poder de decisão ou que influencie a decisão. Ai já vale a pena apresentar propostas. Até lá, tanto vale o pedido de propostas como as críticas à atuação do governo.” comentário à notícia **Passos convoca Conselho de Ministros extraordinário para sábado** in Público, 18-06-2013.

Apesar de estarem despojados de qualquer tipo de poder formal, o elevado número de comentários indicia que os comentadores acreditam na importância daqueles espaços para a

definição da opinião pública. As notícias do Público sobre a greve dos professores são uma autêntica competição de forças entre professores e críticos da greve, em que a luta pela imposição de uma interpretação das notícias é mais do que evidente. De facto, a influência percebida destes espaços é tanta que, durante a nossa análise, nos deparamos frequentemente com insinuações de que alguns comentadores eram remunerados para publicar textos a favor de uma determinada ideia ou partido:

“Este espaço de comentários está pejado de comissários políticos do Governo. De facto agora o combate pela opinião pública faz-se em espaços como estes, pagam-lhes mais de 3.000 euros por mês (são os famosos "especialistas" contratados pelos gabinetes ministeriais e pagos pelos nossos impostos) para virem para aqui despejar verborreia...” comentário à notícia **O dia da greve: sindicatos denunciam irregularidades na realização dos exames** in Público, 17-06-2013.

Concluimos, a partir destes dados, que a agressividade é percebida como o meio mais eficaz para travar o combate da opinião pública. Neste contexto, a componente estratégica é central para compreender a razão pela qual a agressividade é percebida como mais eficaz. Do ponto de vista do indivíduo, assumir uma postura agressiva não lhe garante, à partida, qualquer tipo de benefício. Aliás, se considerarmos que a agressividade é mal vista em contexto social, até lhe pode trazer prejuízo. No entanto, se considerarmos que a participação tem o objetivo estratégico de condicionar a ação do outro, de alterar as suas recompensas na escolha de uma determinada estratégia, a agressividade aparece como um método eficaz. Nesta perspetiva, a estratégia que se opõe à agressividade é a exaltação, a indução positiva do outro para melhorar as recompensas de uma determinada estratégia. No entanto, as manifestações de contestação são mais frequentes do que as de apoio, as más notícias mais frequentes que as boas e, assim, a agressividade também é mais observada do que a exaltação:

“internet é uma invenção extraordinaria,porque internet é um livro mundial de actualidade,e todos os politicos mesmo se a censura està sempre em alerta,todos os homens politicos tem medo,tem medo,porque,porque eles sabem muito bem,que quando fazem asneiras ou tralfulhices eles sao destruidos como simples m@@das,porque tudo se sabe dia menos dia,eles tem medo,porque sabem que podem ser criticados pelo povo,quando sao incompetentes,quando fazem vigarices ou asneiras,estou seguro que internet,vai ajudar muito a democracia e a honestidade que falta muito em muitos paises e sobretudo na classe politica” comentário à notícia **Passos garante que "será encontrada uma forma de poder garantir o apoio político do CDS"** in JN, 04-07-2013.

Uma vertente dos dados que nos ajuda a sustentar a afirmação de que a agressividade se apresenta como uma forma de influenciar os sistemas de recompensas de alvos específicos é a distribuição da agressividade segundo os destinatários.

|              |               |               | Agressão  |               | Total  |
|--------------|---------------|---------------|-----------|---------------|--------|
|              |               |               | Agressivo | Não Agressivo |        |
| Destinatário | Externo       | Contagem      | 9239      | 5546          | 14785  |
|              |               | % em Agressão | 67,0%     | 43,1%         | 55,5%  |
|              | Interno       | Contagem      | 3276      | 2089          | 5365   |
|              |               | % em Agressão | 23,8%     | 16,2%         | 20,1%  |
|              | Indefinido    | Contagem      | 1271      | 5229          | 6500   |
|              |               | % em Agressão | 9,2%      | 40,6%         | 24,4%  |
| Total        | Contagem      |               | 13786     | 12864         | 26650  |
|              | % em Agressão |               | 100,0%    | 100,0%        | 100,0% |

*Tabela 8: Distribuição da agressividade por destinatário*

$$p < 0.000, \Phi_c = 0.366$$

Estes dados permitem-nos concluir que a grande maioria dos comentários agressivos reporta-se a destinatários externos à caixa de comentários, ou seja, indivíduos ou grupos específicos. Note-se que apenas 9,2% dos comentários agressivos têm um destinatário indefinido e representam uma agressividade não direcionada. No caso dos comentários não agressivos, a distribuição entre destinatários externos e definidos é mais equilibrada. O que significa que os comentadores tanto se dedicam a referir situações concretas como a elaborar comentários mais abstratos sobre os temas.

Por fim, importa referir que esta linha de pensamento, sobretudo quando aplicada ao campo da política, implica uma crença relativamente ao sistema de recompensas dos alvos da agressão: os detentores do poder preocupam-se mais com a manutenção do poder e a legitimação do mesmo perante a opinião pública do que com um uso eficaz do poder em prol de recompensas globais. A razão instrumental subjetiva e egoísta impõe-se à razão objetiva do 'bem comum'. Pouco importa se esta crença é fundamentada ou não, basta que ela exista na mente dos comentadores para influenciar a sua postura perante o poder e a consequente escolha da agressividade como estratégia. Claro que nem todos os comentadores têm o mesmo sistema de crenças, caso contrário não existiria uma percentagem razoável de comentários não agressivos, e nem toda agressividade pode ser atribuída às disputas de poder, mas as relações de poder e a

determinação da opinião pública representam uma parte substancial da agressividade nas caixas de comentários.

Retomando as nossas hipóteses e questões iniciais, verificamos que o conteúdo tem uma influência significativa ( $p < 0.000$ ) nos níveis de agressividade, com as declarações dos políticos a figurarem entre as notícias com maior índice de agressividade. A exploração dos dados acima apresentados permitiu-nos responder à questão sobre a influência dos sistemas de comentários e do conteúdo na proliferação de discursos agressivos. De facto, as notícias de Política mais agressivas do JN apresentam índices de agressividade superiores às notícias mais agressivas de Política no Público, mostrando que o fator moderação está sempre presente.

Antes de avançarmos para a exploração de outros fatores, há ainda uma última consideração relativamente à composição dos públicos que decorre dos dados e que não deve ser ignorada. Embora os critérios acima enunciados sejam transversais às publicações, há variações quanto aos alvos dessa agressividade de acordo com aquelas que são as características dos leitores. Por exemplo, dependendo da composição do público, a agressividade relativa a um tema como a queda do governo pode estar direccionada ao governo ou à oposição. Estas diferenças tornam-se explícitas quando olhamos para os dados do jornal A Bola. A secção FC Porto apresenta uma percentagem de agressão superior em quase 9% ( $p < 0.005$ ,  $\phi_c = 0.090$ ) à da secção do Benfica. A nossa interpretação dos dados é que, apesar das notícias relativas aos dois clubes serem semelhantes em conteúdo, a existência de um maior número de leitores benfiquistas reflete-se numa maior agressividade quando o tópico corresponde ao clube rival.

Este tipo de constatação pode ser transposto para a nossa análise dos casos extremos. No caso do jornal Público, três das dez notícias mais agressivas, incluindo a mais agressiva, têm António José Seguro, o líder do maior partido da oposição, como ator principal. Entre estas notícias mais agressivas, nenhuma faz alusão ao primeiro-ministro no título. No Jornal de Notícias, verifica-se a situação oposta: três das dez notícias mais agressivas, incluindo a mais agressiva, têm o primeiro-ministro como ator principal e nenhuma das notícias faz referência a António José Seguro no título. Assim, como seria de esperar, as variações nas afiliações partidárias dos leitores de um jornal têm influência nos alvos escolhidos para essa agressividade, mas os critérios que determinam a presença da agressividade, a ligação com o poder, continuam a verificar-se.

## 5.1 As outras facetas da agressividade

Viramo-nos agora para uma caracterização da agressividade segundo outros parâmetros. O primeiro fator que nos ocupará é o da identificação, uma vez que o anonimato é frequentemente apontado como uma das causas da agressividade. Assim, cruzamos a percentagem de agressividade com o autor para obter um retrato desta relação. O jornal A Bola foi excluído desta análise uma vez que não permite o anonimato.

|       |              |            | Agressão  |               | Total  |
|-------|--------------|------------|-----------|---------------|--------|
|       |              |            | Agressivo | Não Agressivo |        |
| Autor | Anónimo      | Contagem   | 7509      | 7663          | 15172  |
|       |              | % em Autor | 49,5%     | 50,5%         | 100,0% |
|       | Pseudónimo   | Contagem   | 3705      | 2466          | 6171   |
|       |              | % em Autor | 60,0%     | 40,0%         | 100,0% |
|       | Nome Próprio | Contagem   | 2186      | 2168          | 4354   |
|       |              | % em Autor | 50,2%     | 49,8%         | 100,0% |
| Total | Contagem     |            | 13400     | 12297         | 25697  |
|       | % em Autor   |            | 52,1%     | 47,9%         | 100,0% |

Tabela 9: Distribuição da agressividade por identificação do autor

$$p < 0.000, \Phi_c = 0.089$$

Os dados revelam que, na verdade, os utilizadores que se apresentam como anónimos são aqueles que menos comentários agressivos publicam. Em contrapartida, a percentagem de agressividade dos que escolhem um pseudónimo é superior em quase 10% à dos restantes. No entanto, o valor reduzido para o V de Cramer não nos permite retirar conclusões destes valores, excetuando que o anonimato não é um fator com grande influência na agressividade. Como explicar que não exista diferença? Embora o propósito deste trabalho não seja o estudo do anonimato, podemos avançar uma justificação possível para o valor ligeiramente superior dos pseudónimos.

Se retomarmos o texto de Suler (2004, p. 324), encontramos uma ideia que está associada ao problema com que nos deparamos: *“Under the influence of anonymity, the person may attempt an invisible non-identity, resulting in a reducing, simplifying, or compartmentalizing of self-expression. In dissociative imagination, the expressed but split-off self may evolve greatly in complexity.”* Assim, os indivíduos que publicam sob um pseudónimo criam identidades

alternativas como forma de escapar às consequências morais da agressividade. No fundo, não só fazem com que as consequências das suas ações recaiam sobre a sua identidade virtual, como criam uma personalidade que possui características agressivas. Quem acompanha as caixas de comentários consegue identificar uma série de pseudónimos que já se tornaram eles próprios celebridades dentro desse espaço. Vamos aprofundar esta questão ao abordar as interações entre utilizadores.

Ainda sobre o anonimato, convém fazer a distinção entre as publicações, uma vez que, no Público, deixar de ser anónimo implica um registo. No caso deste jornal, as proporções de agressividade consoante a identificação apresentam um crescimento positivo consoante o aumento do grau de identificação.

|       |              |            | Agressão  |               | Total  |
|-------|--------------|------------|-----------|---------------|--------|
|       |              |            | Agressivo | Não Agressivo |        |
| Autor | Anónimo      | Contagem   | 5664      | 6518          | 12182  |
|       |              | % em Autor | 46,5%     | 53,5%         | 100,0% |
|       | Pseudónimo   | Contagem   | 609       | 808           | 1417   |
|       |              | % em Autor | 43,0%     | 57,0%         | 100,0% |
|       | Nome Próprio | Contagem   | 804       | 1224          | 2028   |
|       |              | % em Autor | 39,6%     | 60,4%         | 100,0% |
| Total | Contagem     |            | 7077      | 8550          | 15627  |
|       | % em Autor   |            | 45,3%     | 54,7%         | 100,0% |

*Tabela 10: Agressividade segundo identificação do autor (Público)*

$$p < 0.000, \Phi_c = 0.048$$

Estes dados mostram que o registo tem efetivamente uma influência positiva no controlo da agressividade, embora, dentro dos utilizadores registados, aqueles que apresentam um nome próprio continuem a revelar índices menores de agressividade. No entanto, as diferenças entre os vários níveis são relativamente pequenas. Os dados relativos ao Jornal de Notícias assumem uma distribuição semelhante ao quadro geral, com os pseudónimos a revelarem-se como a categoria mais agressiva.

|       |              |            | Agressão  |               | Total  |
|-------|--------------|------------|-----------|---------------|--------|
|       |              |            | Agressivo | Não Agressivo |        |
| Autor | Anónimo      | Contagem   | 1845      | 1145          | 2990   |
|       |              | % em Autor | 61,7%     | 38,3%         | 100,0% |
|       | Pseudónimo   | Contagem   | 3096      | 1658          | 4754   |
|       |              | % em Autor | 65,1%     | 34,9%         | 100,0% |
|       | Nome Próprio | Contagem   | 1382      | 944           | 2326   |
|       |              | % em Autor | 59,4%     | 40,6%         | 100,0% |
| Total |              | Contagem   | 6323      | 3747          | 10070  |
|       |              | % em Autor | 62,8%     | 37,2%         | 100,0% |

Tabela 11: Agressividade segundo identificação do autor (Jornal de Notícias)

$$p < 0.000, \Phi_c = 0.049$$

Na verdade, não devemos considerar as variações reduzidas na agressividade que decorrem da variação da identificação como surpreendentes, uma vez que, mesmo com o registo e a indicação de um nome plausível, será difícil falar numa identidade que se reporta à identidade ‘real’. No nosso entender, uma verdadeira identificação teria que passar por um de dois caminhos: por uma forte ligação à identidade física da pessoa e à sua rede de relações e fatores identitários, algo que se consegue concretizar em certa medida na integração dos comentários com o Facebook e outras redes sociais virtuais, ou pela construção de outra identidade *online*, uma identidade que não constituísse uma simples adoção de um pseudónimo, mas que fosse baseada numa relação de interdependência com os outros utilizadores.

Relativamente às diferenças observadas no número de palavras dos comentários agressivos (cf. Anexo 6), saliente-se que a média observada nos comentários agressivos (48,1 em ambos jornais) é ligeiramente superior à dos não agressivos (44,5 no JN e 43,3 no Público),  $p < 0.000$  para ambos os jornais. Isto contraria a hipótese de que os comentadores agressivos investiriam menos nos seus textos. Na verdade, o discurso de concordância exige, regra geral, menos palavras do que a discórdia, razão que pode explicar esta diferença. Expressões como “Muito bem!”, “Concordo” ou “Subscrevo” são frequentes nos comentários e podem contribuir para a redução do número médio de palavras. Esta relação verifica-se no jornal Público e no JN, uma vez que a relação observada n’A Bola não é significativa ( $p < 0.680$ ).

Talvez mais relevante do que constatar a diferença de palavras na agressividade é verificar a diferença entre as médias de palavras entre os comentários que usam um discurso pessoal ou impessoal.

|               | N     | Média   | Desvio Padrão | Erro Padrão | Intervalo de confiança de 95% para média |                 | Mínimo | Máximo |
|---------------|-------|---------|---------------|-------------|--|-----------------|--------|--------|
|               |       |         |               |             | Limite inferior                          | Limite superior |        |        |
| Pessoal       | 17895 | 52,3627 | 39,53112      | ,29551      | 51,7834                                  | 52,9419         | 1,00   | 313,00 |
| Impessoal     | 8657  | 31,8565 | 31,24806      | ,33585      | 31,1982                                  | 32,5149         | 1,00   | 250,00 |
| Não se aplica | 137   | 3,8978  | 12,33556      | 1,05390     | 1,8137                                   | 5,9820          | 1,00   | 127,00 |
| Total         | 26689 | 45,4624 | 38,28965      | ,23438      | 45,0030                                  | 45,9218         | 1,00   | 313,00 |

Tabela 12: Média de palavras por tipo de discurso

p<0.000

Variável dependente: N° Palavras

Scheffe

| (I) Pessoa    | (J) Pessoa    | Diferença média (I-J) | Erro Padrão | Sig. | Intervalo de Confiança 95% |                 |
|---------------|---------------|-----------------------|-------------|------|----------------------------|-----------------|
|               |               |                       |             |      | Limite inferior            | Limite superior |
| Pessoal       | Impessoal     | 20,50614              | ,48375      | ,000 | 19,3220                    | 21,6903         |
|               | Não se aplica | 48,46486              | 3,16897     | ,000 | 40,7076                    | 56,2221         |
| Impessoal     | Pessoal       | -20,50614             | ,48375      | ,000 | -21,6903                   | -19,3220        |
|               | Não se aplica | 27,95872              | 3,18179     | ,000 | 20,1701                    | 35,7474         |
| Não se aplica | Pessoal       | -48,46486             | 3,16897     | ,000 | -56,2221                   | -40,7076        |
|               | Impessoal     | -27,95872             | 3,18179     | ,000 | -35,7474                   | -20,1701        |

\*. A diferença média é significativa no nível 0.05.

Tabela 13: Teste de Scheffe a média de palavras por tipo de discurso

Podemos observar que existe uma diferença significativa ( $p < 0.000$ ) superior a 20 palavras entre o discurso pessoal e o impessoal. Note-se que existem três casos em que os comentadores conseguiram contornar os limites de caracteres dos jornais e publicar comentários com mais de 200 palavras. Esta diferença é tão substancial que não pode ser atribuída apenas às diferenças nas formas gramaticais usadas, resulta de um investimento superior da parte dos comentadores que recorrem a um discurso pessoal. O facto de um comentador se implicar no comentário indica-nos que o assunto em questão justifica que este se envolva pessoalmente e, conseqüentemente, produza um discurso mais extenso.

Finalmente, resta-nos observar a relação entre a relevância dos comentários para a notícia e a agressividade. Importa salientar que esta relevância não foi considerada do ponto de

vista estratégico, mas do ponto de vista do valor acrescentado para a notícia. Assim, um insulto a um político pode ter valor estratégico mas não possui qualquer valor de relevância. No entanto, nenhuma condição invalida que um comentário possa ser simultaneamente agressivo e relevante, pelo que importa observar a relação entre ambos. A relevância manifesta-se através da introdução de factos associados à notícia, argumentação e manifestação de uma opinião pessoal.

|            |               |               | Agressão  |               | Total  |
|------------|---------------|---------------|-----------|---------------|--------|
|            |               |               | Agressivo | Não Agressivo |        |
| Relevância | Direta        | Contagem      | 1066      | 4132          | 5198   |
|            |               | % em Agressão | 7,7%      | 32,0%         | 19,5%  |
|            | Indireta      | Contagem      | 3355      | 4845          | 8200   |
|            |               | % em Agressão | 24,3%     | 37,6%         | 30,7%  |
|            | Irrelevante   | Contagem      | 9365      | 3919          | 13284  |
|            |               | % em Agressão | 67,9%     | 30,4%         | 49,8%  |
| Total      | Contagem      |               | 13786     | 12896         | 26682  |
|            | % em Agressão |               | 100,0%    | 100,0%        | 100,0% |

*Tabela 14: Distribuição da relevância por agressividade*

$$p < 0.000, \Phi_c = 0.401$$

O valor fiabilidade de 0.386  $\alpha$  (Alfa de Krippendorff) aconselha alguma cautela na interpretação dos resultados da relevância. No entanto, dada a força da relação analisada ( $\Phi_c = 0.401$ ), podemos afirmar com segurança que existe uma forte associação inversa entre a agressividade e a relevância. Se interpretarmos os dados de acordo com o nosso quadro das crenças em sistemas de recompensas, o que verificamos é que os quadros de pensamento argumentativo e estratégico são incompatíveis, ou seja, aqueles que tentam marcar a diferença pela relevância dos argumentos têm mais tendência para rejeitar uma abordagem agressiva e vice-versa. Como seria de esperar, a secção de Política é aquela em que a relevância é mais desvalorizada, com apenas 15,3% de comentários diretamente relevantes para o conteúdo da notícia.

|            |             |             | Secção   |           |         |          | Total |
|------------|-------------|-------------|----------|-----------|---------|----------|-------|
|            |             |             | Política | Sociedade | Benfica | FC Porto |       |
| Relevância | Direta      | Contagem    | 2580     | 2226      | 228     | 165      | 5199  |
|            |             | % em Secção | 15,3%    | 25,2%     | 46,2%   | 33,6%    | 19,5% |
|            | Indireta    | Contagem    | 4843     | 3081      | 139     | 140      | 8203  |
|            |             | % em Secção | 28,7%    | 34,8%     | 28,1%   | 28,5%    | 30,7% |
|            | Irrelevante | Contagem    | 9441     | 3534      | 127     | 186      | 13288 |
|            |             | % em Secção | 56,0%    | 40,0%     | 25,7%   | 37,9%    | 49,8% |
| Total      | Contagem    | 16864       | 8841     | 494       | 491     | 26690    |       |
|            | % em Secção | 100,0%      | 100,0%   | 100,0%    | 100,0%  | 100,0%   |       |

*Tabela 15: Distribuição da relevância por secção*

$$p < 0.000, \Phi_c = 0.135$$

A primeira parte da análise mostrou-nos que existe um certo grau de influência dos sistemas de moderação no controlo da agressividade. No entanto, permitiu-nos também verificar que mesmo os sistemas de pré-moderação apresentam um elevado grau de permeabilidade relativamente à agressividade, o que revela a ineficácia dos sistemas e pode também significar que nem todas as formas de agressividade são uma violação explícita dos critérios de publicação dos jornais.

De seguida, exploramos a agressividade enquanto estratégia de influência do poder. Mostramos que as notícias em que existe maior percentagem de comentários agressivos são aquelas que se dirigem a atores específicos em posições de poder e em situações de indecisão, ou seja, em que o peso da opinião pública é percebido como determinante.

## 6. Jogos de Interação: a luta pelo poder entre os comentadores

Na primeira parte da análise exploramos a relação entre a agressividade nos comentários e as lógicas de poder político e social. No entanto, limitar a análise a esta vertente significa deixar uma vertente importante da agressão por explicar. Como foi revelado pelos dados apresentados acima, quase um quarto da agressividade é dirigida a outros comentadores. Mais uma vez, vamos alicerçar a nossa interpretação dos dados nas relações de poder, quer estas se manifestem no confronto de duas coligações de comentadores com opiniões diferentes (e.g. professores vs. anti-grevistas), quer na busca individual de superioridade e de poder.

Para estudar este tipo de relações vamos introduzir uma nova forma de apresentação dos dados usada na teoria dos jogos para representar jogos na sua forma extensiva. A estrutura dos dados está organizada numa árvore em que cada nó representa um ponto de decisão, uma escolha do comentador, e cada ramo traduz a estratégia escolhida. Assim, o mapa detalhado da agressividade apresenta os seguintes contornos:

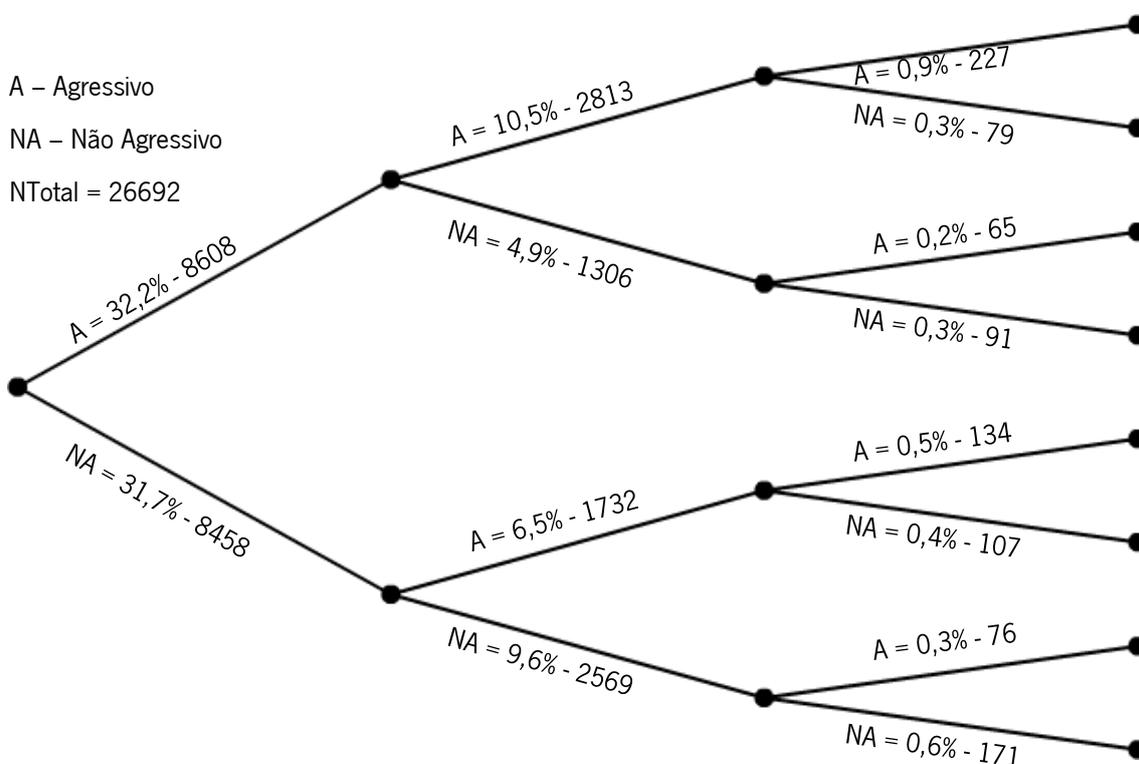


Ilustração 1: Distribuição da agressividade por ponto de decisão

Só foi representada a informação relativamente aos três primeiros níveis de interação, uma vez que os restantes níveis apresentam percentagens muito pequenas ( $n \leq 30$ ) e a sua introdução compromete a legibilidade da árvore. Olhando para os dados, a primeira conclusão que podemos retirar é a de que a agressão gera mais agressão. As respostas aos comentários agressivos tendem a ser agressivas, enquanto o oposto também se verifica. Em cada nível, os extremos são os que apresentam os valores mais elevados, algo que se verifica inclusive no quarto nível que não está representado na árvore<sup>12</sup>. Isto significa que assistimos a uma certa dinâmica replicativa, em que os comportamentos agressivos geram agressividade. Podemos verificar esta replicação não só entre os comentadores, mas também na relação com os títulos das notícias. Se recuperarmos as notícias com maior índice de agressividade, verificamos que algumas citações de políticos podem ser consideradas agressivas ou apelos à agressividade.

Se olharmos para as cinco notícias que apresentam um maior número absoluto de comentários agressivos dirigidos a outros comentadores, torna-se bastante evidente que estes são provocados por um confronto entre coligações de comentadores. As duas situações retratadas, a demissão de Vítor Gaspar e a greve dos professores, são questões que polarizaram a opinião pública e em que existe a perceção de que a interpretação dominante pode ter consequências no desenrolar dos acontecimentos.

| Agressivo | Não Agressivo | Total | Título  |
|-----------|---------------|-------|---|
| 144       | 125           | 269   | Público - O dia da greve: sindicatos denunciam irregularidades na realização dos exames               |
| 134       | 98            | 232   | Público - Ministério convoca todos os professores para estarem nas escolas no dia da greve aos exames |
| 83        | 60            | 143   | Público - "Estão a dever-me as horas extraordinárias dos últimos 20 anos"                             |
| 82        | 6             | 88    | JN - Vítor Gaspar sai e entra Maria Luís Albuquerque  |
| 54        | 48            | 102   | Público - Milhares de professores em manifestação e promessa de "grande greve" na segunda-feira       |

*Tabela 16: Notícias com mais comentários agressivos dirigidos a comentadores*

A agressão nestes contextos tem também uma componente estratégica. Ao mostrar-me agressivo perante uma determinada posição estou também a agir como dissuasor, fazendo com que comentadores que tenham uma posição oposta à minha se sintam intimidados a comentar. Reconhecendo este jogo de forças entre posições, há utilizadores que desenvolvem estratégias para que a sua posição aparente ser dominante. Por exemplo, na notícia do Público "Centena e

<sup>12</sup> A tabela de frequências completa pode ser encontrada no Anexo 7.

meia de pessoas estiveram na marcha LGBT no Porto” verificam-se uma série de comentários de apoio à marcha com apenas pequenas variações de vocabulário. Em reação a esta estratégia um dos comentadores afirma:

“Anda uma doida a escrever de 5 em 5 minutos para fingir que há muito apoio popular a este tipo de manifestações da treta! Não há, não! E não é por repetir mil vezes a lengalenga que tapas o fracasso desse pseudo-desfile. Tem paciência. As pessoas têm mais com que se preocupar.”

As estratégias de combate não passam apenas pela multiplicação artificial das opiniões, mas também pela fabricação de opiniões atribuídas a determinados atores centrais para a interpretação da notícia. Será difícil verificar se isto acontece de facto ou não, uma vez que a verificação da identidade dos comentadores é extremamente difícil. No entanto, chamamos a atenção para um exemplo deste tipo de insinuações. Após o exame de Português do 9º ano de escolaridade, uma série de comentadores identificavam-se como tendo realizado o exame. A um dado ponto um comentador questiona o facto de existirem tantos jovens a comentar a notícia:

“40 e tal comentários, 30 de estudantes que fizeram o exame? Bem, o público-alvo do Público está mesmo a mudar. O anonimato tem destas brincadeiras... é da idade (mental) dos comentadores...” comentário à notícia **Exame de Português do 9.º ano com perguntas mais difíceis que o do 12.º** *in* Público, 20/06/2013.

Acumulam-se cada vez mais evidências de que existe um pensamento estratégico por trás dos vários tipos de comentários. Há um conjunto de critérios, não só pessoais mas também de conteúdo e forma, que justificam, em primeiro lugar, a participação no espaço de comentários e, num segundo nível, a adoção de uma estratégia agressiva ou não agressiva. Após observar as características das cinco notícias com mais agressividade entre comentadores, sentimos alguma necessidade de explorar um pouco mais a forma como ela se desenrolava. A nossa intuição apontava no sentido de que, para este tipo de agressividade se desenrolar, ter que existir um número equilibrado de comentários de fações opostas de uma determinada questão.

Para investigar um pouco mais esta questão, decidimos fazer um exercício baseado na Teoria dos Jogos Evolutiva, descrevendo a evolução inicial dos comentários num ambiente de conflito. Para concretizar esta ideia, analisamos os primeiros 150 comentários apresentados na notícia com maior índice de agressividade entre comentadores: “O dia da greve: sindicatos denunciam irregularidades na realização dos exames” publicada no jornal Público. Cada comentário foi classificado segundo a sua posição relativamente à greve dos professores: pró, neutra ou contra. Após a recolha, os comentários foram ordenados cronologicamente e foram

registados os valores cumulativos de comentários de cada tipo a cada hora. Note-se que o sistema de apresentação de comentários do Público faz com que as respostas a um determinado comentário sejam apresentadas junto desse comentário. Assim, a ordem de apresentação não coincidia necessariamente com a ordem cronológica e a partir das 11h15 todos os comentários são respostas a um comentário anterior. Tratando-se de um teste exploratório não foi feito nenhum teste de fiabilidade à análise de conteúdo.

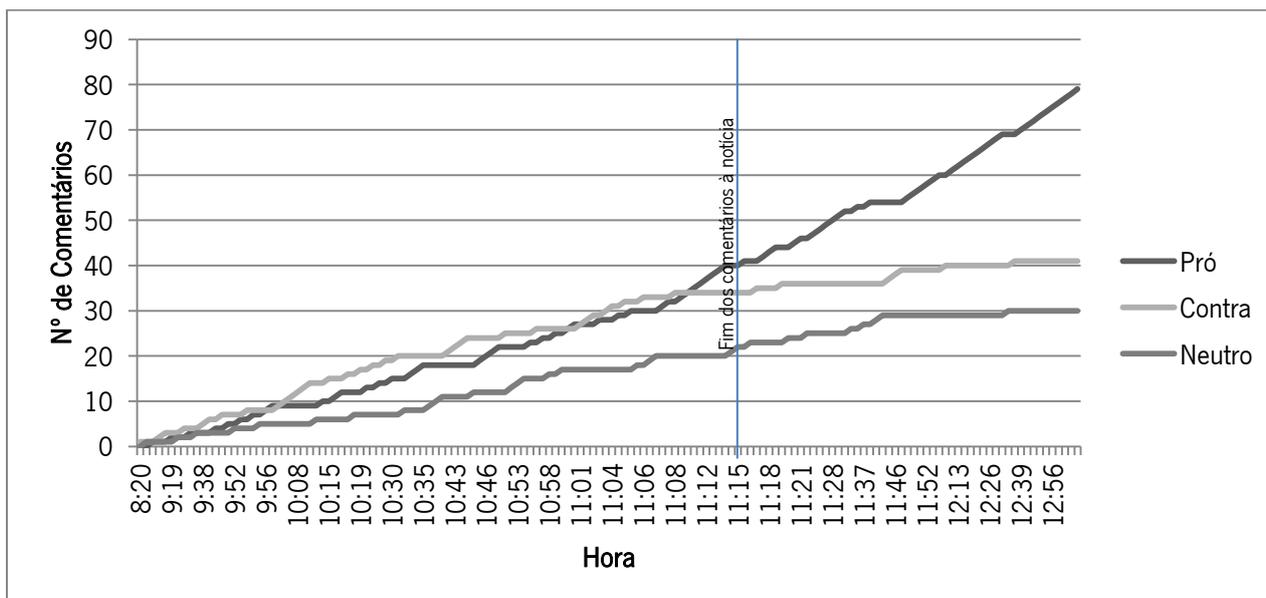


Gráfico 2: Evolução das posições

Os resultados não poderiam corroborar mais a nossa hipótese do equilíbrio de forças. De facto, as linhas dos argumentos pró e contra a greve dos professores coincidem quase perfeitamente até o limiar das respostas. Isto permite-nos avançar com a hipótese de que o sistema de recompensas de um dos lados do conflito é proporcional ao equilíbrio que existe entre o número de comentários. No fundo, é uma relação que se aproxima da realidade do equilíbrio dos sexos na espécie humana. Partindo do princípio que o ser humano é monogâmico, quanto maior for o equilíbrio entre os sexos maior será a replicação da espécie. Da mesma forma, quanto maior for o equilíbrio dos argumentos, maior tendência existirá para a replicação e discussão.

Outra constatação que emergiu da análise foi a de que havia uma tendência para os comentários contra a greve se situarem num primeiro nível de discurso, comentários à notícia, e de que os comentários a favor da greve se encontravam mais no segundo nível, o das respostas. Apesar de não ter sido registado o nível destes comentários, o gráfico tende a confirmar esta

ideia, uma vez que a partir da hora em que apenas foram recolhidas respostas o número de comentários a favor cresce quase geometricamente. Esta tendência leva-nos a pensar que existe quase uma diferenciação dos papéis que cada grupo desempenha na batalha discursiva, assumindo os comentadores contra a greve o papel de provocadores e os comentadores a favor da greve o papel de reatores.

Tratando-se de um exercício exploratório, não podemos generalizar as conclusões que surgiram deste caso particular. No entanto, estamos convencidos que uma aplicação sistemática da abordagem evolutiva a uma amostra maior poderá gerar conclusões interessantes. No que respeita ao nosso estudo, aproveitaremos a indicação sobre a atribuição de papéis para explorar as diferenças entre o comportamento dos indivíduos que não se identificam e os restantes que apontam um nome ou um pseudónimo. Desta comparação foi excluído o jornal A Bola uma vez que não permite comentários anónimos.

| Nível de resposta | Autor   |            |              | Total  |
|-------------------|---------|------------|--------------|--------|
|                   | Anónimo | Pseudónimo | Nome Próprio |        |
| 1,00 Contagem     | 8826    | 4262       | 3210         | 16298  |
| % em Autor        | 58,2%   | 69,0%      | 73,7%        | 63,4%  |
| 2,00 Contagem     | 5680    | 1608       | 961          | 8249   |
| % em Autor        | 37,4%   | 26,0%      | 22,1%        | 32,1%  |
| 3,00 Contagem     | 563     | 218        | 140          | 921    |
| % em Autor        | 3,7%    | 3,5%       | 3,2%         | 3,6%   |
| 4,00 Contagem     | 72      | 60         | 35           | 167    |
| % em Autor        | 0,5%    | 1,0%       | 0,8%         | 0,6%   |
| 5,00 Contagem     | 27      | 13         | 10           | 50     |
| % em Autor        | 0,2%    | 0,2%       | 0,2%         | 0,2%   |
| 6,00 Contagem     | 5       | 9          | 1            | 15     |
| % em Autor        | 0,0%    | 0,1%       | 0,0%         | 0,1%   |
| 7,00 Contagem     | 2       | 2          | 0            | 4      |
| % em Autor        | 0,0%    | 0,0%       | 0,0%         | 0,0%   |
| 8,00 Contagem     | 0       | 1          | 0            | 1      |
| % em Autor        | 0,0%    | 0,0%       | 0,0%         | 0,0%   |
| Total Contagem    | 15175   | 6173       | 4357         | 25705  |
| % em Autor        | 100,0%  | 100,0%     | 100,0%       | 100,0% |

Tabela 17: Distribuição de nível por autores

$p < 0.000$ ,  $\Phi_C = 0.103$

Aquilo que os dados nos mostram é uma tendência superior dos anónimos em se situarem mais no segundo nível do que os restantes níveis de identificação. A explicação que apresentamos para este fenómeno é o facto de a adoção de um pseudónimo ou de um nome implicar uma continuidade na caixa de comentários, ou seja, uma utilização mais frequente. No caso dos anónimos, a utilização será mais esporádica e constrangida a determinados temas, razão pela qual os comentários assumem um papel mais reacionário. Para explorar em mais detalhe as diferenças entre os anónimos e os identificados construímos uma árvore com a diferença de percentagens de frequência entre os identificados e os anónimos, excluindo os casos do jornal A Bola.

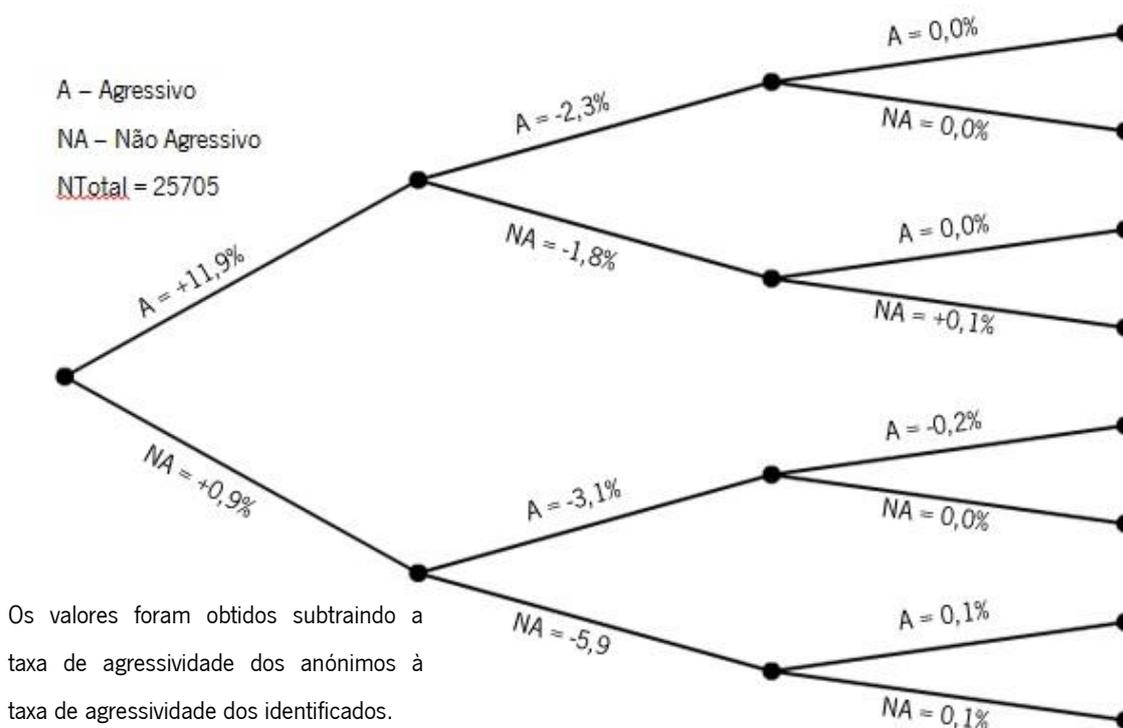


Ilustração 2: Diferenças na agressividade entre anónimos e identificados

Observando os dados, há duas percentagens que se destacam. Em primeiro lugar, os pseudónimos e anónimos apresentam uma taxa de agressividade no primeiro nível que é superior em 11,9% à taxa dos anónimos. Em segundo lugar, os anónimos tendem a ser mais cooperativos face a estratégias não agressivas no primeiro nível do que os identificados (-5,9%). Estes dados confirmam a nossa suspeita do carácter mais provocador dos indivíduos identificados e coincidem com a nossa observação.

De facto, há um conjunto de indivíduos que apresenta estratégias transversais a várias notícias, ou seja, comentam regularmente e em várias notícias. Alguns destes provocadores adquiriram o estatuto de celebridades das caixas de comentários, chegando a ser mencionados mesmo antes de terem comentado uma notícia. Este comentário, apesar de não ter sido recolhido no período delimitado pela análise, ilustra bem esta situação e as reações dos restantes comentadores:

“Estimados ,Tem havido diariamente comentários em praticamente todas as noticias de um tal " MOREIRA-FRANCE" .O que eu sugiro é que as pessoas não lhe respondam ,porque ele, segundo informações da família sofre de desequilíbrio mental e défice cognitivo .Conforme consta no relatório médico , é filho de emigrantes em França , desempregado, com um elevado complexo de inferioridade.Já esteve internado na ala psiquiátrica num hospital de Paris . Foi-lhe diagnosticado bipolaridade e impotência sexual . Posto isto o melhor é dar-lhe ao desprezo .” comentário à notícia **Matou a mulher e amigo coveiro por ciúmes** in JN a 20-03-2014.

Uma parte destes comentadores mais frequentes tem uma agenda política clara, outra parte, no entanto, parece procurar mais uma auto-gratificação através do rebaixamento dos restantes comentadores e grupos sociais. Este tipo de comportamento manifesta-se em comentários obscenos e despropositados sobre o conteúdo das notícias ou no uso do espaço dos comentários para insultar e/ou rebaixar um determinado grupo independentemente do conteúdo da notícia. Apesar do número de comentários deste género ser bastante reduzido, e acreditamos que a moderação tem um papel importante a limitar este tipo de agressividade, a natureza extrema destes textos eclipsa o conteúdo dos restantes comentários e a agressividade na Internet é, frequentemente, associada exclusivamente a estes comentadores, que na gíria da Internet são apelidados de *trolls*. Note-se, no entanto, que a nossa análise não incidiu sobre secções como Segurança, onde acreditamos que o carácter das notícias se pode prestar mais a este tipo de comentários, segundo a informação recolhida em entrevista.

Há um último dado que poderá ser pertinente do ponto de vista da interação entre os utilizadores, a diferença entre os vários jornais nos níveis de interação. Mas qual é o significado de um nível de interação superior? Há dois grandes motivos que podem levar a comentar outro comentário: o primeiro é quando um comentário menciona um dado, facto ou informação relevante à minha intervenção que não está presente na notícia, o segundo é quando um comentário tem uma influência importante na luta pela opinião pública, logo, merece ser reforçado ou contraposto. Existe uma ideia comum subjacente a estes dois princípios, responder

a um comentário significa que lhe reconhecemos valor. Assim, quanto maior for o nível de resposta numa publicação, maior será o valor de cada comentário isolado para a comunidade.

Realizámos uma ANOVA unidirecional para comparar o nível médio em cada jornal:

|         | N     | Média  | Desvio Padrão | Erro Padrão | Intervalo de confiança de 95% para média |                 | Mínimo | Máximo |
|---------|-------|--------|---------------|-------------|--|-----------------|--------|--------|
|         |       |        |               |             | Limite inferior                          | Limite superior |        |        |
| A Bola  | 985   | 1,2985 | ,67794        | ,02160      | 1,2561                                   | 1,3409          | 1,00   | 7,00   |
| JN      | 10073 | 1,2910 | ,53826        | ,00536      | 1,2805                                   | 1,3015          | 1,00   | 7,00   |
| Público | 15634 | 1,5097 | ,66787        | ,00534      | 1,4993                                   | 1,5202          | 1,00   | 8,00   |
| Total   | 26692 | 1,4194 | ,63172        | ,00387      | 1,4118                                   | 1,4270          | 1,00   | 8,00   |

Tabela 18: ANOVA de nível médio por jornal

$p < 0.000$

Realizamos também um teste de Scheffe para localizar as diferenças significativas:

Variável dependente: Nível

Scheffe

| (I) Jornal | (J) Jornal | Diferença média (I-J) | Erro Padrão | Sig. | Intervalo de Confiança 95% |                 |
|------------|------------|-----------------------|-------------|------|----------------------------|-----------------|
|            |            |                       |             |      | Limite inferior            | Limite superior |
| A Bola     | JN         | ,00750                | ,02078      | ,937 | -,0434                     | ,0584           |
|            | Público    | -,21125               | ,02045      | ,000 | -,2613                     | -,1612          |
| JN         | A Bola     | -,00750               | ,02078      | ,937 | -,0584                     | ,0434           |
|            | Público    | -,21875               | ,00795      | ,000 | -,2382                     | -,1993          |
| Público    | A Bola     | ,21125                | ,02045      | ,000 | ,1612                      | ,2613           |
|            | JN         | ,21875                | ,00795      | ,000 | ,1993                      | ,2382           |

\*. A diferença média é significativa no nível 0.05.

Tabela 19: Teste de Scheffe de nível médio por jornal

Os dados mostram-nos que não existe uma diferença significativa ( $p < 0.937$ ) entre o nível de interação d'A Bola e do Jornal de Notícias. No entanto, o mesmo não se verifica relativamente à diferença entre o Público e os dois outros jornais ( $p < 0.000$ ). A média do público encontra-se mais próxima do segundo nível de interação do que do primeiro, o que nos permite concluir que existe uma grande taxa de resposta no jornal e, de acordo com o princípio que estabelecemos acima, que os comentadores atribuem um maior valor a cada comentário e ao espaço de comentários em geral.

Ainda relativamente ao valor dos comentários, podemos identificar um problema transversal a todas as caixas de comentários analisadas a que chamaremos o dilema de San Marino. San Marino tem uma equipa nacional de futebol que participa nos apuramentos para os campeonatos do mundo e europeus de futebol. O dilema de San Marino é que qualquer jogador consegue chegar à seleção e competir com as melhores equipas do mundo devido à baixa população e, conseqüentemente, baixa concorrência que existe. No entanto, o mérito reconhecido a esse jogador também é quase nulo exatamente por essa razão. Portanto, a ideia subjacente é que não há ganho em ser simultaneamente o melhor e o único a fazer algo.

Este é um dilema que também se verifica nas caixas de comentários, quanto menor o número de comentários, maior saliência tem um determinado comentário, no entanto, um número reduzido de comentários também significa que há pouca discussão. Pelo contrário, um número elevado de comentários aponta para um elevado envolvimento, mas reduz o comentário individual à insignificância. Alguns sistemas de comentários tentam contornar este dilema usando um sistema de pontuação que dá destaque aos comentários mais pontuados, no entanto, nenhum dos jornais analisados recorre a esse mecanismo.

A análise da interação entre utilizadores permitiu-nos conceber a agressividade como estratégia na relação entre os comentadores. A polarização das posições em determinados temas faz com que a agressividade seja usada não só para provocar efeitos nos protagonistas do poder, mas também para dissuadir e atacar os comentadores que defendem uma posição oposta. Paralelamente a estes casos, observam-se situações em que a agressividade é usada como estratégia não numa dicotomia (grupo A/grupo B), mas numa divisão (eu/outro) em que a agressividade é usada como estratégia de superiorização.

Por fim, constatamos que as diferenças relativas às diversas publicações não se limitam à taxa de agressividade, mas manifestam-se no nível de interação discursiva dos comentários.

## **6.1 Pensar fora da caixa: a visão dos jornalistas**

Os jornalistas, particularmente aqueles que lidam diariamente com as caixas de comentários, são simultaneamente observadores privilegiados e atores nestes espaços de participação. Assim, consideramos essencial para a consolidação da nossa análise escutar as percepções e opiniões de jornalistas com responsabilidades nas caixas de comentários do Jornal de Notícias e no Público.

Uma das vertentes que pretendemos explorar foi a dos constrangimentos que estão inerentes à gestão destes espaços. No caso do Jornal de Notícias percebemos que, para além da falta de recursos e tempo, a decisão abrir indiscriminadamente todas as notícias do jornal a comentários sem moderação não passou pelos jornalistas e foi de responsabilidade empresarial. No caso do Público, embora as linhas orientadoras do jornal apontem no sentido de uma maior interação com os públicos, a implementação deste princípio encontra alguns obstáculos quer na mentalidade de alguns jornalistas, quer na falta de tempo dos profissionais: “é uma coisa que paradoxalmente se agravou no momento em que dissemos ‘agora é que vamos falar muito com os leitores’, devido ao despedimento coletivo de 50 pessoas”, afirma Hugo Torres. A partir destes testemunhos percebe-se, por um lado, uma tensão entre a vertente económica do negócio e a atenção dada às caixas de comentários e, por outro, entre as funções tradicionais da profissão do jornalista e as exigências da interação com os leitores. “Os comentários são mais uma preocupação da nossa pequena comunidade [de jornalistas] do *online* do que propriamente da redação”, explica Cláudia Luís, do Jornal de Notícias.

Uma informação extremamente pertinente para a nossa análise reside nas perceções dos jornalistas sobre a agressividade. Estas perceções complementam a nossa análise não só porque representam um ponto de observação distinto, mas também porque a interação dos jornalistas com os comentários não se limita às duas secções que estudamos. No caso do JN, a agressividade é sobretudo associada aos comentários abusivos e perversos. A jornalista Cláudia Luís afirma mesmo que só é concebível justificar alguns dos comentários que são feitos com algum tipo de perturbação mental. O editor do *online*, Nuno Marques, fala do facto de os comentadores gostarem da “má-língua” de “mandar o bitaite”. De facto, foi no JN que observamos uma maior frequência de comentários de *trolls* que agiam sob pseudónimos. “Nós já os conhecemos, já sabemos o nome que eles utilizam e o tipo de comentários que fazem”, afirma a Cláudia Luís.

No caso do Público, Hugo Torres atribui as motivações por trás dos comentários agressivos ao contexto, ao conjunto de fatores culturais, sociais e económicos que caracterizam o Portugal de hoje. Para o gestor de comunidade do Público, “tudo aquilo que afeta as suas vidas e que elas [as pessoas] queriam dizer ao primeiro-ministro, dizem-no aqui”. Esta visão da agressividade nas caixas de comentários enquadra-se nas conclusões que retiramos com a análise dos dados. Os comentários são uma forma de fazer chegar mensagens aos decisores sobre assuntos que são relevantes para os públicos. Hugo Torres arrisca mesmo dizer que

“algumas das pessoas que comentam têm a perfeita consciência de que as caixas de comentários são acompanhadas pelos assessores dos políticos de topo.” Este tipo de constatação remete-nos para a um pensamento estratégico de alto nível que encara o comentário como uma forma de construir a representação da opinião pública.

Hugo Torres fala ainda das posições mais extremas e da postura dos comentadores. “Nós temos que nos manter tão no centro quanto nos seja possível e há pessoas que não admitem isso, não admitem que em certos assuntos que alguém se posicione no centro, consideram que só existe uma verdade absoluta”, refere. Embora não tenhamos abordado a questão do posicionamento dos comentadores relativamente ao trabalho jornalístico, esta ideia de que as pessoas estão comprometidas com uma posição coincide com a hipótese das coligações que avançamos. Uma das opiniões de Nuno Marques alinha-se com esta ideia de que a discussão fica em segundo plano face às posições absolutas e agressão: “Poucas pessoas gostam de discutir, a maior parte gosta de mandar ‘bitaites’”.

Uma outra ideia pertinente do editor do JN é a de que os comentários negativos acabam por afastar os comentadores que contribuem de uma forma positiva. Esta ideia liga-se com a replicação da agressividade que observámos na nossa análise das interações entre os comentadores. De facto, a ideia de que as intervenções do conjunto dos comentadores condicionam o discurso individual é transversal ao pensamento estratégico que sugerimos nesta dissertação.

Um último tema a abordar no que concerne às caixas de comentários é a sua utilidade para o trabalho do jornalista. Apesar do principal foco do nosso trabalho estar orientado para a relação entre o poder e a participação, esta é uma vertente que merece ser mencionada por representar uma possível função das caixas de comentários. A este respeito, as informações recolhidas em ambos os jornais são concordantes: os comentários podem ajudar o trabalho dos jornalistas.

O tipo de contribuições fornecidas neste âmbito pode dividir-se em dois tipos: os comentários relativos ao trabalho do jornalista e os comentários que contêm informação pertinente para a notícia. Os entrevistados de ambos os jornais destacam como positivo o *feedback* construtivo que recebem em relação às peças. No caso do Público, Hugo Torres destaca o exemplo de alguns jornalistas que vão enriquecendo e corrigindo o texto com base nos comentários dos leitores. No entanto, a concordância também se verifica relativamente ao *feedback* destrutivo que é encarado como frustrante. “O feedback negativo irrita-nos todos os

dias”, explica Nuno Marques. O editor conta-nos que uma pequena gralha gera muitas vezes páginas e páginas de insultos ao jornalista, o que torna a leitura dos comentários um trabalho penoso para os profissionais. Relativamente ao segundo tipo de contribuições, as informações pertinentes para a notícia, todos os entrevistados relatam casos em que os comentários foram úteis. A identificação de vítimas e informações mais especializada são alguns exemplos apontados. Os jornalistas explicam que os comentários nunca podem servir como fonte, mas fornecem pistas para investigação do jornalista, que procura confirmar a informação para depois a publicar.

Em jeito de resumo, podemos afirmar que existem vários pontos de contacto na perceção dos jornalistas das duas publicações. As contribuições para o trabalho dos jornalistas, a escassez de recursos e as posições extremas dos comentadores são alguns dos pontos comuns. A respeito das motivações da agressividade, as perceções variam um pouco. No Jornal de Notícias, as representações da agressividade são mais influenciadas pelos *trolls*, enquanto no Público a interpretação aproxima-se mais da agressividade estratégica. Consideramos que a componente estratégica se encontra presente em ambas as publicações, mas que no JN os comentários mais extremos relativizam a agressividade estratégica.

## 7. Conclusões

O nosso principal propósito nesta dissertação era explorar a hipótese do comportamento estratégico nas caixas de comentários, uma vez que os estudos sobre o conteúdo das mesmas estiveram, até hoje, muito centrados em torno das questões do civismo e do debate democrático. Com efeito, conseguimos traçar um panorama complexo da realidade das caixas de comentários que se reveste de dinâmicas de poder que não são perceptíveis a um olhar superficial.

Recuperando a nossa primeira hipótese, que sugere que os sistemas de moderação têm uma influência na agressividade, verificamos que a eficácia destes mecanismos está longe de ser perfeita, com percentagens a rondar os 40% mesmo nos sistemas com pré-moderação. No entanto, as diferenças nos sistemas de moderação traduzem-se também numa variação das taxas de agressividade, com os sistemas mais conservadores a conseguir uma maior redução de comentários agressivos.

Acerca da nossa segunda hipótese, que afirma que o conteúdo influencia a proliferação da agressividade, os dados mostram-nos que as notícias da secção de Política apresentam taxas de agressividade superiores às de Sociedade. No entanto, mesmo dentro das secções, verificou-se que existem picos de agressividade em notícias que apresentam declarações de elementos detentores de poder ou que induzem a uma divisão clara da opinião pública, como no caso da greve dos professores.

Recuperando as restantes hipótese verificamos que, contrariamente ao que é frequentemente afirmado, a identificação e o registo não têm uma grande influência nos comportamentos agressivos. Tal pode acontecer porque, mesmo sendo o registo obrigatório, nada força os utilizadores a usarem a sua identidade 'real'. Por fim, verificamos que não existe um menor investimento em termos de número de palavras nos comentários agressivos, verificando-se inclusive a tendência oposta.

Existe um pensamento estratégico nas caixas de comentários na medida em que os utilizadores têm consciência da visibilidade e dos efeitos que aqueles espaços têm nas esferas do poder. Assim, as intervenções dos comentadores estão orientadas para a construção de uma narrativa da opinião pública, uma narrativa que não se faz de factos e argumentos, mas sobretudo de experiências e emoções. Não devemos ser lesto a desconsiderar estas lógicas não-argumentativas, uma vez que a sua análise pode desvelar pistas pertinentes sobre as

crenças e lógicas dos públicos. De facto, em domínios como a publicidade o apelo ao *pathos* é hoje muito mais frequente do que uma argumentação baseada no *logos*.

No entanto, afirmar que o discurso se centra em torno da emoção não significa que este não seja racional. *“But if emotions are themselves propositional attitudes, and if they are themselves very much like beliefs, then the connection is not at all mysterious. In fact, it is obvious.”* (Solomon, 1977, p. 45). Pelo contrário, a emoção e a agressividade são consideradas as formas mais eficazes de chegar ao poder devido às crenças dos utilizadores. Segundo a teoria dos jogos, são as crenças relativamente aos sistemas de recompensas, o nosso e dos destinatários, que determinam a racionalidade de uma ação. Assim, na nossa análise, e respondendo à questão que lançamos sobre a interação entre utilizadores, identificamos três crenças para uma abordagem estratégico-racional:

- as recompensas dos comentadores dependem sobretudo do sistema de recompensas do destinatário;

- defender uma posição só acarreta recompensas significativas quando esta posição se encontra ameaçada, ou seja, não compensa repetir uma posição que já é dominante;

- as estratégias apresentam um certo grau de replicação, a agressividade gera agressão.

Isto significa que a agressividade surge, sobretudo, da crença de que a argumentação não agressiva é menos eficaz do que a agressividade a marcar uma posição. Na gíria da teoria dos jogos, a agressividade é a estratégia dominante, pelo menos no quadro interpretativo daqueles que a praticam. Note-se que mesmo os utilizadores que reprovam, à partida, a agressão, são impulsionados a ser agressivos quando um outro utilizador adota uma atitude agressiva devido ao primeiro princípio. O raciocínio em causa é: se ele usa a agressão então não vale a pena recorrer à argumentação para o contrariar. É desta linha de pensamento que decorre a terceira crença que enumerámos.

Um outro fator que abona a favor do recurso à agressividade e emoção enquanto discurso em detrimento da argumentação do estilo Habermasiano é a consonância. Se considerarmos que os utilizadores veem as caixas de comentários como uma representação da opinião pública, faz sentido que usem um discurso que dê força a uma determinada representação. Ora, os apelos à emoção e o discurso simples que assentam numa vontade comum são mais suscetíveis de criar consonância. Por alguma razão as palavras de ordem proferidas nas manifestações apelam quase sempre a uma depreciação ou consequência relativamente aos visados. É mais fácil criar consonância em torno de “Governo para a rua!” do

que em torno de “A política económica do governo tem provocado consequências nefastas para as famílias portuguesas”.

A este respeito é necessário ainda mencionar os inquéritos do jornal Público. Se a consonância e o conflito entre posições caracterizam as caixas de comentários, porque é que os inquéritos, que formalizam estas duas características, não são usados como meio preferencial para estas batalhas? Em primeiro lugar, os inquéritos não estão disponíveis em todas as notícias e, mesmo naquelas em que estão disponíveis, verificamos na mesma um elevado número de comentários. A nossa resposta para este problema é que os inquéritos, apesar de serem um bom barómetro da opinião pública, não captam a vertente emocional e agressiva que caracteriza as intervenções dos comentadores. Substituir os comentários pelos inquéritos seria o mesmo que substituir as manifestações por petições. A petição até pode ser mais eficaz do ponto de vista formal, uma vez que leva um assunto a ser discutido na Assembleia da República, mas carece da carga emocional e simbólica que pretende afetar os decisores.

Por fim, foi possível distinguir na nossa análise entre dois papéis cuja divisão não é estática: provocadores e reacionários. Esta constatação surgiu da informação de que existe uma propensão de certos comentadores para fazer comentários à notícia enquanto outros estão mais inclinados a responder a outros comentadores. Claro que os comentários à notícia são, em certa medida, uma reação a uma provocação da notícia, mas a forma e tom que estes comentários assumem são diferentes.

Tendo em consideração os fatores acima mencionados, concluímos que as duas razões que motivam a agressividade estratégica nos comentários são: as caixas de comentários são vistas como uma representação da opinião pública e os participantes acreditam que os sistemas de valores dos detentores de poder e dos outros comentadores são mais afetados pela ameaça e agressividade do que por uma argumentação crítico-racional.

No entanto, é também necessário reconhecer algumas limitações à nossa abordagem. Em primeiro lugar, a limitação da análise a duas secções deixa de parte uma quantidade substancial de comentários que podem apresentar características diferentes. Em particular, estudar as secções ligadas ao crime e segurança pode ajudar-nos a entender um tipo de agressividade que é mais perversa e menos estratégica. Por outro lado, a limitação em termos de publicações limita também a abordagem a diferentes sistemas e públicos. O sistema do jornal Expresso, por exemplo, introduz algumas variações interessantes como a possibilidade de pontuar os comentários e de comentar com múltiplos níveis de resposta.

Em segundo lugar, o foco da análise na agressividade pode ter ofuscado um pouco outras vertentes estratégicas, como o tipo de argumentação e informações mais específicas sobre os destinatários. No entanto, considerando a dimensão da amostra, uma análise mais detalhada seria difícil de concretizar no âmbito de uma dissertação de mestrado.

Por fim, as considerações a respeito das crenças dos utilizadores emergem sobretudo dos dados. Admitimos que seria pertinente, mas complicado, confirmar estas crenças através da aplicação de entrevistas ou questionários aos comentadores. O trabalho de Fábio Ribeiro (2013) vai neste sentido, apresentando um panorama transversal da participação em vários tipos de media e procurando ir ao encontro dos participantes.

Para além de Fábio Ribeiro, também Marisa Torres da Silva se dedicou ao estudo da participação nos media portugueses. Para além do trabalho supracitado sobre os comentários nos jornais Público e Expresso (Silva, 2013), a investigadora dedicou as suas teses de mestrado (Silva, 2007) e de doutoramento (Silva, 2009) ao estudo das cartas dos leitores na imprensa portuguesa. Neste contexto, também Rui Couceiro (2009) dedicou a sua tese de mestrado ao estudo da rubrica Nós por Cá, um programa da estação televisiva Sic, em que analisou as contribuições dos telespectadores. Por fim, o trabalho de Susana Sampaio Dias (2008), que se debruçou sobre o programa Antena Aberta, da rádio Antena 1 e da RTPN, representa uma contribuição importante para o estudo da participação na rádio e televisão públicas.

Queremos apresentar a nossa dissertação como uma contribuição para esta sequência de estudos sobre a participação nos media. Ao realizar um estudo de largo espectro sobre os comentários *online*, esperamos ter introduzido novas dimensões sobre os problemas e o potencial da participação na rede.

## 7.1 Questões e caminhos

Uma das questões que decorre imediatamente do nosso trabalho é: como tornar o debate menos agressivo? A solução de fundo passaria por restaurar a fé dos públicos nos mecanismos democráticos e na boa vontade dos detentores de poder. No entanto, tal solução afigura-se como dificilmente concretizável, pelo menos em curto prazo. Uma outra solução passa por tentar equilibrar os sistemas de recompensas dos comentadores, recompensando o debate construtivo e penalizando as intervenções destrutivas. Em certa medida, é isto que o jornal Público tenta fazer, recompensando com poder os utilizadores que cumprem as regras. No

entanto, tanto esta solução como a pré-moderação não resolvem o problema de fundo, as crenças que os utilizadores têm sobre a eficácia da agressividade na definição da opinião pública.

Neste contexto de crenças e valores do público português, será difícil encontrar uma resposta estrutural ao problema da agressividade. A solução, no nosso entender, poderia passar por uma alteração substancial do enquadramento das caixas de comentários, uma transição do paradigma da competição para o da cooperação. Um sistema que não estivesse exclusivamente centrado nas notícias, mas que permitisse simultaneamente a construção de um discurso público transversal e com um impacto efetivo na organização do jornal. Em vez de uma discussão ancorada nas notícias com alguns pontos de contacto entre artigos, teríamos uma discussão ancorada na atualidade que se iria particularizar nas notícias. A existência de um discurso mais centralizado, que permita um desenvolvimento de opiniões mais complexas, aliado a um sistema de recompensas mais elaborado e a uma monitorização do jornal poderia produzir resultados interessantes. No fundo, o que está em causa é a passagem do comentário para o discurso e o diálogo. No entanto, o desenvolvimento deste sistema seria um trabalho complexo, que não tem cabimento nesta dissertação.

O sistema proposto acima levanta, no entanto, outra questão que não explorámos no decorrer da dissertação. Os sistemas mais complexos, como o do Público, acarretam também um custo em termos da inclusão de determinados públicos. De facto, não foram um nem dois os casos de utilizadores que digitaram comentários que demonstravam uma não compreensão do funcionamento dos sistemas. Enquanto para um utilizador com elevada literacia mediática, o papel, a função e o funcionamento dos comentários podem ser razoavelmente claros, para um grande segmento de utilizadores os sistemas excessivamente complexos podem representar um desafio intransponível. Assim, é preciso considerar que a complexificação dos sistemas deve dotar os utilizadores de múltiplos mecanismos e caminhos que auxiliem a integração e compreensão dos comentadores menos experientes.

Por fim, consideramos que a análise evolutiva do conteúdo dos comentários pode desbravar caminhos e facultar resultados interessantes para a compreensão das dinâmicas do discurso *online*. Compreender como se desenvolvem os tópicos mais discutidos ou com maior agressividade pode ajudar-nos a desenvolver novas formas de apresentação e organização do discurso que evitem a redundância e permitam uma troca de ideias mais completa.

Criar mecanismos que permitam desenvolver o perfil de utilizador, personalizá-lo e possibilitar a criação de relações de interdependência entre os utilizadores também poderia ser uma solução. A ameaça de expulsão da caixa de comentários nada quer dizer a um utilizador que pode simplesmente criar uma conta semelhante à anterior, no entanto, quando esse utilizador construiu uma reputação e uma rede de relações, a ameaça de expulsão adquire uma carga punitiva mais palpável.

Consideramos que o nosso trabalho nesta dissertação permite alcançar um maior entendimento das crenças e motivações que orientam a publicação de comentários *online*. Com base neste trabalho exploratório, importa prosseguir com uma investigação mais crítica, que aprofunde as dinâmicas discursivas e o papel da formação e interação com os públicos nas caixas de comentários.

## 8. Referências Bibliográficas

- Barton, M. D. (2005). The future of rational-critical debate in online public spheres. *Computers and Composition*(22), 177-190.
- Bostrom, R. N. (1968). Game Theory in Communication Research. *The Journal of Communication*, 18, 369-388.
- Boudon, R. (1976). Comment on Hauser's Review of Education, Opportunity and Social Inequality. *American Journal of Sociology*, 81, 1178-1179.
- Boudon, R. (1981). *La lógica de lo social - Introducción al análisis sociológico*. Madrid: RIALP.
- Boudon, R. (2012). *La rationalité*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Bourdieu, P. (1998). *O Que Falar Quer Dizer*. Algés: DIFEL.
- Bourdieu, P. (2010). *A distinção : uma crítica social da faculdade do juízo*. Lisboa: Edições 70.
- Carpentier, N. (2007). Rescuing Participation. Acedido em 06-06-2013, <http://www.youtube.com/watch?v=eFbARxyPsOs&hl=pt&gl=BR>
- Castells, M. (2003). *A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura - Volume II: O Poder da Identidade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Castells, M. (2012). *Networks of Outrage and Hope*. Cambridge: Polity Press.
- Chung, D. S. (2007). Profits and Perils: Online News Producers' Perceptions of Interactivity and Uses of Interactive Features. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 13(1), 43-61.
- Cipolla, C. M. (1993). *Allegro ma non troppo*. Oeiras: Celta Editora.
- Coe, K., Kenski, K., & Rains, S. A. (2014). Online and Uncivil? Patterns and Determinants of Incivility in Newspaper Website Comments. *Journal of Communication*, n/a-n/a. doi: 10.1111/jcom.12104
- Couceiro, R. (2009). Jornalismo e cidadãos em interação: estudo de caso da rubrica Nós por Cá Atas VI SOPCOM.
- Cybernetics, L. G. (1976). Community Memory: A Public Information Network. In D. Ahl (Ed.), *The Best of Creative Computing Volume 1*. New Jersey: Creative Computing Press.
- Dahlberg, L. (2001). Computer-Mediated Communication and The Public Sphere: A Critical Analysis. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 7(1), 0-0. doi: 10.1111/j.1083-6101.2001.tb00137.x

- Dahlgren, P. (2006). The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation. *Political Communication*, 22(2), 147-162.
- Damásio, A. (1995). *O Erro de Descartes*. Lisboa: Publicações Europa-América.
- Dewey, J. (2004). *La opinión pública y sus problemas*. Madrid: Ediciones Morata, S. L.
- Dias, S. S. (2008). *Participação, Democracia e Media: um Estudo de Caso da Antena Aberta da Antena 1 e RTPN*. Comunicação apresentada nas III Jornadas Internacionais de Jornalismo, Porto.
- Domingo, D., Quandt, T., Heinonen, A., Paulussen, S., Singer, J. B., & Vujnovic, M. (2008). PARTICIPATORY JOURNALISM PRACTICES IN THE MEDIA AND BEYOND. *Journalism Practice*, 2(3), 326-342. doi: 10.1080/17512780802281065
- Elias, N., & Scotson, J. L. (1994). *The established and the outsiders: a sociological enquiry into community problems*. London, Thousand Oaks & New Delhi: Sage Publications.
- Foucault, M. (1991). *Discipline & Punish: The Birth of Prison*. New York: Vintage Books.
- Fujihara, T., Kohyama, T., Andreu, J. M., & Ramirez, J. M. (1999). Justification of Interpersonal Aggression in Japanese, American, and Spanish Students. *AGGRESSIVE BEHAVIOR*, 25, 185-195.
- Goffman, E. (1970). *Strategic Interaction*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Gonçalves, J. (2013). Teoria da Participação Pública na Internet. *Observatorio (OBS\*)*, 7(2), 139-160.
- Goodman, E., & Cherubini, F. (2013). Online comment moderation: emerging best practices: World Editors Forum.
- Grácio, R. A. (2010). *A Interacção Argumentativa*. Coimbra: Grácio Editor.
- Graham, P. (2008). How to Disagree. Acedido em 06-06-2014, <http://www.paulgraham.com/disagree.html>
- Habermas, J. (1984a). *Mudança estrutural da Esfera Pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- Habermas, J. (1984b). *The theory of communicative action*. Boston: Beacon Press.
- Habermas, J. (1992). Further Reflections on the Public Sphere. In C. J. Calhoun (Ed.), *Habermas and the public sphere* (pp. 421-461). Cambridge: MIT Press.
- Hall, S. (1993). Encoding, decoding. In S. During (Ed.), *The Cultural Studies Reader*. London and New York: Routledge.
- Hall, S. (1997). The Centrality of Culture. In T. Kenneth (Ed.), *Media and Cultural Regulation*. Sage.

- Harsanyi, J. C. (1995). Games with Incomplete Information. *The American Economic Review*, 85(3), 291-303. doi: 10.2307/2118175
- Horkheimer, M. (2004). *Eclipse of Reason*. London & New York: Continuum.
- Huizinga, J. (2003). *Homo Ludens*. Lisboa: Edições 70.
- Innis, H. (1951). *The Bias of Communication*. Toronto: University of Toronto Press.
- Kammer, A. (2013). Audience Participation in the Production of Online News - Towards a Typology. *Nordicom Review*, 34(Special Issue), 113-126.
- Koetsier, T., & Bergmans, L. (2005). *Mathematics and the Divine: A Historical Study*. Amsterdam: Elsevier B.V.
- Lévy, P. (2003). *Ciberdemocracia*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Lewis, J., Williams, A., & Franklin, B. (2008). A COMPROMISED FOURTH ESTATE? *Journalism Studies*, 9(1), 1-20. doi: 10.1080/14616700701767974
- Lippman, W. (1997). *Public Opinion*. New York: Free Press Paperbacks.
- Lombard, M., Snyder-Duch, J., & Bracken, C. C. (2002). Content Analysis in Mass Communication: Assessment and Reporting of Intercoder Reliability. *Human Communication Research*, 28(4), 587-604. doi: 10.1111/j.1468-2958.2002.tb00826.x
- McLuhan, M. (2008). *Compreender os Meios de Comunicação - Extensões do Homem*. Lisboa: Relógio D'Água.
- McQuail, D. (1997). *Audience Analysis*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Merton, R. K. (1965). *Elements de Theorie et de Methode Sociologique*. Brionne: Gérard Monfort.
- Myerson, R. B. (1991). *Game Theory: Analysis of Conflict*. EUA: Harvard University Press.
- Navio, C. (2012). *A voz do cidadão no Jornal de Notícias*. (Mestrado), Universidade Nova de Lisboa, Lisboa.
- Newhagen, J. E., Cordes, J. W., & Levy, M. R. (1995). Nightly@nbc.com: Audience Scope and the Perception of Interactivity in Viewer Mail on the Internet. *Journal of Communication*, 45(3), 164-175.
- Nonnecke, B., & Preece, J. (2000). *Lurker demographics: Counting the silent* Paper presented at the CHI 2000, The Hague.
- Papacharissi, Z. (2002). The virtual sphere: The internet as a public sphere. *New Media & Society*, 4(9), 9-27.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: the collapse and revival of American community*. New York: Simon & Shuster Paperbacks.

- Rakow, L. F. (1999). The Public at the Table: From Public Access to Public Participation. *New Media & Society*, 1, 74-82.
- Ribeiro, F. (2013). *A participação dos cidadãos nos média portuguesas: estímulos e constrangimentos*. Universidade do Minho, Braga.
- Rousseau, J. J. (2010). *O Contrato Social*. Oeiras: AD ASTRA ET ULTRA.
- Schelling, T. (1960). *The strategy of conflict*. Cambridge: Harvard University Press.
- Schuler, D. (1994). Community networks: building a new participatory medium. *Communications of the ACM*, 37(1), 38-51.
- Schuler, D. (2008). Civic intelligence and the public sphere. In M. Tovey (Ed.), *COLLECTIVE INTELLIGENCE: Creating a Prosperous World at Peace* (pp. 83-94). Virginia: Earth Intelligence Network.
- Schultz, T. (1999). Interactive Options in Online Journalism: A Content Analysis of 100 U.S. Newspapers. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 5(1). doi: 10.1111/j.1083-6101.1999.tb00331.x
- Silva, M. T. d. (2007). *A voz dos leitores na imprensa : um estudo de caso sobre as «Cartas ao director» no jornal Público*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Silva, M. T. d. (2009). *AS CARTAS DOS LEITORES NA IMPRENSA PORTUGUESA: UMA FORMA DE COMUNICAÇÃO E DEBATE DO PÚBLICO*. Universidade Nova de Lisboa, Lisboa.
- Silva, M. T. d. (2013). Participação e deliberação: um estudo de caso dos comentários às notícias sobre as eleições presidenciais brasileiras. *Comunicação e Sociedade*, 23, 82-95.
- Skyrms, B. (1998). *The Evolution of the Social Contract*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Smith, J. M., & Price, G. R. (1973). The logic of animal conflict. *Nature*, 246(5427), 15-18.
- Solomon, R. C. (1977). The Logic of Emotion. *Noûs*, 11(1), 41-49.
- Stalnakar, R. (1999). Knowledge, Belief, and Counterfactual Reasoning in Games. In C. Bicchieri, R. Jeffrey & B. Skyrms (Eds.), *The Logic of Strategy*. Oxford University Press.
- Strandberg, K., & Berg, J. (2013). Comentários dos Leitores dos Jornais Online: Conversa Democrática ou Discursos de Opereta Virtuais? *Comunicação e Sociedade*, 23, 110-131.
- Suler, J. (2004). The Online Disinhibition Effect. *CyberPsychology & Behavior*, 7(3), 321-326.
- Swedberg, R. (2001). Sociology and game theory: contemporary and historical perspectives *Theory and Society*, 30, 301-335.

Tadeu, J. (2012). *Participação política e os comentários dos leitores no jornalismo online português. Significado e importância política dos comentários dos leitores nos websites dos sete jornais generalistas portugueses e as estratégias para a sua gestão.*, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa.

Volosinov, V. N. (1986). *Marxism and the Philosophy of Language*. Cambridge, Massachussets: Harvard University Press.

Wright, S., & Street, J. (2007). Democracy, deliberation and design: the case of online discussion forums. *New Media & Society*, 9(5), 849-869.



## 9. Anexos

### Anexo 1 - Regras de publicação de comentários d'A Bola<sup>13</sup>

#### Regras para publicação de comentários em A BOLA.pt (actualizado)

##### Redacção

Porque A BOLA quer os seus leitores cada vez mais perto, as notícias de A BOLA.pt podem ser comentadas. Leia aqui as regras para aprovação de comentários.

É com enorme prazer que A BOLA.pt disponibiliza aos seus leitores a possibilidade de interagirem com os conteúdos do site, dando as suas opiniões sobre o desporto nacional e internacional.

No entanto, o acto de comentar implica noção de responsabilidade social, pelo que existem uma série de regras definidas.

Nos casos em que alguma situação não esteja prevista pelas regras, compete à redacção de A BOLA.pt decidir se o comentário viola ou não as regras, aceitando-o ou recusando-o.

Vários leitores têm perguntado por que razão os seus comentários não são aprovados. Obviamente, é impossível responder a toda a gente, pelo que a explicação é simples: viola algum dos pontos abaixo mencionados.

1. Comentários com termos ofensivos, insultos, difamações ou palavrões não serão publicados.
2. Comentários com conteúdo xenófobo não serão publicados.
3. Comentários com insinuações que possam ser consideradas difamatórias não serão publicados. Dizer que o clube A compra árbitros, que o jogador B foi apanhado a beber na noite ou que o dirigente C desvia dinheiro do clube, é algo que não cabe em A BOLA online, por ser considerado difamatório. Da mesma forma, não serão aceites comentários que se refiram a pessoas (agentes de desporto ou leitores) de forma depreciativa ou jocosa.
4. Mesmo que um comentário seja muito interessante e bem escrito, não será publicado caso se verifique algum atropelo às regras enunciadas ou a qualquer outra de bom senso.
5. Os erros de português e o uso de abreviaturas não são motivo para exclusão de comentários, desde que os mesmos sejam perceptíveis. No entanto, A BOLA.pt encoraja os seus leitores a escreverem em linguagem clara e a evitarem abreviaturas sempre que possível.
6. Não serão também publicados comentários de teor publicitário.
7. Comentários que incluam links para outros sites poderão ser recusados.
8. Trocas de 'piropos' entre leitores, quando consideradas abusivas, não serão aceites. A fronteira entre o que é brincadeira e o que é provocação é difícil de definir, mas tentaremos ser justos.

---

<sup>13</sup> Retirado de <http://www.abola.pt/nnh/ver.aspx?id=169884> em 05/07/2014.

9. A BOLA.pt não censura opiniões nem edita comentários publicados, mas não permitirá que o espaço de comentários se transforme numa área de insultos, difamações, insinuações não fundamentadas, incitação ao ódio ou à violência, nem de piadas ofensivas.

10. Não serão aceites comentários de utilizadores com *nicknames* que violem qualquer destas regras.

11. Comentários exclusivamente escritos em letra maiúscula não serão aprovados. Além de se tornarem desagradáveis para quem lê, uma frase escrita em maiúsculas é considerada um grito, de acordo com as regras de etiqueta da internet – ainda que possam ser frases sem qualquer insulto. (exemplo: CRISTIANO RONALDO É O MELHOR JOGADOR PORTUGUÊS). Se parte do comentário for escrito em minúsculas e outra parte em maiúsculas, cada caso será apreciado individualmente. Será considerado aceitável algo como «Cristiano Ronaldo é o melhor jogador português. FORÇA CRISTIANO»

Se mesmo depois de ler estas explicações substirem dúvidas sobre que tipo de comentários são aceites e quais os bloqueados, propomos um exercício: imagine se as suas palavras podem ofender algum leitor ou, em alternativa, se lhe fossem dirigidas a si o incomodariam (se a resposta for afirmativa, já sabe: não será publicado).

**Nota:** Depois de escrever e enviar o seu comentário, surgirá no ecrã a informação de que o mesmo foi recebido e aguarda activação. Não vale a pena enviá-lo de novo, pois esse procedimento em nada acelerará a publicação.

## Anexo 2 – Conduta do Utilizador da Controlinveste<sup>14</sup>

### CONDUTA DO UTILIZADOR

Os Utilizadores das funcionalidades (Fóruns, Blogues e Comentários) dos sites da Controlinveste só podem ser pessoas singulares e/ou associações ou pessoas colectivas de fim não lucrativo.

É terminantemente proibido ao Utilizador:

1. Enviar qualquer mensagem abusiva, obscena, insultuosa, de ódio, ameaçadora, sexualmente tendenciosa ou qualquer outro material que possa violar a lei em vigor. Tal conduta conduz à expulsão imediata e permanente do Utilizador, sendo inclusive notificado o seu provedor de Internet;
2. Colocar a mesma mensagem, ou séries de mensagens semelhantes para uma ou mais secções ou posts (excessivo "cross-posting" ou "multiple-posting");
3. Mensagens excessivas, tais como posts ou comentários duplos. No caso específico dos Fóruns, por exemplo, caso o Utilizador publique um post sobre um tema que não desperte interesse à comunidade do Fórum, não é permitido enviar mais uma vez ou criar um novo tópico sobre o mesmo assunto;
4. A prática do off-topic (enviar mensagens, tanto para o Fórum, quanto para o campo Comentários, que nada tenham a ver com o assunto em questão);
5. Enviar tópicos repetidos. Veja sempre todos os tópicos dos Fóruns antes de criar um novo tópico;
6. Enviar mensagens desrespeitosas, tanto de forma colectiva quanto pessoal, aos participantes do Fórum ou do campo Comentários, ou mesmo através de posts nos Blogues;
7. Enviar correntes de e-mail, as chamadas "chain letters";
8. Disponibilizar moradas, números de telefones e/ou telemóveis nas mensagens;
9. Recorrer a publicidade abusiva sob a forma de correio em massa ("spam");
10. Enviar mensagens não relacionadas com o Fórum, o tema do tópico, ou a notícia em questão;
11. Menção a matérias ilegais, publicar nudez explícita ou conteúdos que possam simplesmente ferir susceptibilidades;
12. Desrespeitar a propriedade intelectual alheia (plágio);
13. Evitar usar símbolos como #####\$%\$, ou quaisquer outros caracteres semelhantes;
14. Personificar alguém ou alguma entidade, ou utilizar um endereço de e-mail com o objectivo de se fazer passar por essa pessoa; deliberadamente usar um nome de Utilizador muito semelhante a outro já existente com o propósito de se fazer passar por esse outro Utilizador; usar um nome de Utilizador que viole os direitos de propriedade intelectual de outra pessoa; usar um nome de Utilizador que, no critério da Controlinveste Conteúdos, S.A., seja ofensivo, obsceno ou difamatório;
15. Disponibilizar, transmitir, enviar qualquer conteúdo que não tenha o direito de utilizar, ao abrigo de qualquer lei, ou de qualquer forma de contrato ou protocolo (como por exemplo informação confidencial

---

<sup>14</sup> Retirado de <http://www.in.pt/info/termosdeuso.aspx> em 05/07/2014

obtida em função do seu posto de trabalho), bem como enviar qualquer conteúdo que infrinja qualquer registo de patente, marca, segredo industrial, ou qualquer tipo de registo autoral de qualquer pessoa, entidade ou instituição;

16. Enviar propositadamente qualquer material que contenha vírus de software ou qualquer outro código informático, ficheiros ou programas cujo objectivo seja interromper, destruir ou limitar a funcionalidade de qualquer computador ou sistema informático (hardware e software) ou equipamento de telecomunicações;

17. Recolher ou armazenar ou disponibilizar sob qualquer formato informações pessoais sobre outros Utilizadores;

18. Promover ou fornecer material instrutivo sobre actividades ilegais, bem como distribuir qualquer agressão (física, emocional, etc) sobre qualquer grupo ou indivíduo, ou promover qualquer acto de crueldade sobre animais. Isto inclui, mas não se limita a, disponibilizar informações sobre construção de bombas, granadas, fabrico de venenos, disquetes bomba, etc.

## Anexo 3 – Critérios de publicação e explicação do sistema de comentários do PÚBLICO<sup>15</sup>

### Comentários e Inquéritos

O PÚBLICO foi o primeiro jornal português a implementar um modelo de gestão de comentários centrado na comunidade. Os comentários, que são moderados antes de serem publicados, são aprovados ou rejeitados pelos próprios autores desde Novembro de 2012. Os critérios de publicação a seguir são definidos pelo PÚBLICO. Os jornalistas também participam na moderação e são os únicos que podem validar denúncias feitas por leitores.

Cada leitor tem uma reputação, calculada automaticamente a partir do número de participações na comunidade – comentando, votando e acrescentando argumentos em inquéritos, moderando comentários de outros leitores. A qualidade dessas participações também conta: aprovar um comentário, por exemplo, contribui para aumentar a reputação; mas, se esse comentário violar os critérios de publicação e for denunciado por outro leitor, o moderador é penalizado.

Todos os leitores registados têm página pessoal, com o histórico da participação no site e a possibilidade de partilhar contacto, fotografia, hiperligações (links) para páginas pessoais, blogues e redes sociais (pode optar por não o fazer), com a restante comunidade (é nesta página que também tem acesso aos artigos escolhidos para ler mais tarde).

Os leitores podem registar-se através do Facebook e do Twitter. Optando por esta forma de registo, os leitores criam uma ligação directa entre o seus perfis no PÚBLICO e as suas páginas naquelas redes sociais. Isto significa que os comentários feitos no PÚBLICO por leitores registados deste modo são acompanhados pela assinatura e pela fotografia patentes na rede social usada para o efeito, assim como um link para o perfil do utilizador nessa rede social.

O PÚBLICO escolhe diariamente um comentário (ou mais) para destacar na página principal do site e em todas as páginas de secção. A actualidade, a excepcionalidade da opinião e a educação dos contributos dos leitores são critérios para esta escolha.

#### Conceito

O conceito de comunidade do PÚBLICO assenta em três ideias:

##### 1. Reputação do leitor

O leitor interage com o PÚBLICO de muitas e diferentes maneiras. Não é autor de comentários isolados. Tem uma história, que é valorizada consoante tenha ou não contribuído para um debate saudável, informado e cordial no site. E essa reputação é tida em conta quando participa na moderação de comentários e inquéritos de outros leitores.

##### 2. Papel do PÚBLICO

Os leitores do PÚBLICO devem poder moderar os outros leitores, desde que disponham das ferramentas certas. A comunidade deve ser auto-suficiente no que diz respeito à qualidade e à relevância dessas participações. A acção do PÚBLICO deve limitar-se a determinar as regras a cumprir e a intervir apenas quando necessário.

##### 3. Interacção alargada

Os comentários devem ser usados para esclarecer outros leitores sobre a actualidade ou criticar a abordagem noticiosa, recorrendo à linguagem clara e concisa. Mas não devem ser a única forma de interacção. Para uma leitura mais directa e objectiva da opinião da comunidade, os inquéritos

---

<sup>15</sup> Retirado de <http://www.publico.pt/nos/comentarios-e-inqueritos> em 05-07-2014

passam a ser entendidos como uma “extensão natural” dos artigos, onde os leitores podem votar e argumentar.

Como o sistema de reputação se baseia numa avaliação qualitativa (feita pela comunidade sobre a participação de cada um dos leitores), o modelo aplicado à comunidade de leitores do PÚBLICO será alvo de observação constante por parte dos responsáveis editoriais do jornal e melhorada regularmente. O principal objectivo é construir um espaço de debate respeitado por todos.

### **Comentários**

Os comentários no PÚBLICO deixaram de ser publicados automaticamente a 5 de Março de 2011. Os contributos dos leitores estão sujeitos a aprovação desde essa data. A moderação pertenceu a uma equipa de editores de comentários do PÚBLICO durante ano e meio e, a 22 de Novembro de 2012, passou a ser desempenhada pelos próprios leitores em articulação com os jornalistas do PÚBLICO.

Escrever comentários – com o limite máximo de 800 caracteres – é possível por regra em todos os artigos. No entanto, quando o conteúdo é extremamente sensível, o PÚBLICO reserva a opção de impedir que determinado artigo seja comentado. Independentemente dessa acção, a possibilidade de comentar um artigo acaba 30 dias após a publicação desse artigo, para evitar interpelações que, pelo tempo passado, podem ficar sem resposta de outros leitores visados.

Os comentários anónimos não são permitidos, assim como a utilização da palavra “Anónimo” – ou de expressão similar – como nome de perfil. Apenas [leitores registados](#) podem participar na comunidade. O registo é livre e pode ser feito através das redes sociais Facebook e Twitter. O PÚBLICO garante a não divulgação dos dados fornecidos.

O PÚBLICO regista na sua base de dados o IP dos autores dos comentários.

### **Critérios de publicação**

Os comentários só devem ser publicados se estiverem de acordo com os seguintes critérios. Se violarem algum destes pontos, devem ser reprovados, mesmo que violem apenas um.

1. Os comentários devem ser escritos integralmente em português, salvo referências pontuais noutros idiomas, como nos casos de títulos de obras literárias ou cinematográficas, títulos de artigos ou vídeos, ou expressões idiomáticas;
2. São impublicáveis acusações de carácter criminal, insultos, linguagem grosseira ou difamatória, violações da vida privada, incitações ao ódio ou à violência, ou que preconizem violações dos direitos humanos;
3. São intoleráveis comentários racistas, xenófobos, sexistas, obscenos, homofóbicos, assim como comentários de tom extremista, violento ou de qualquer forma ofensivo em questões de etnia, nacionalidade, identidade, religião, filiação política ou partidária, clube, idade, género, preferências sexuais, incapacidade ou doença;
4. É inaceitável conteúdo comercial, publicitário (Compre Bicicletas ZZZ), partidário ou propagandístico (Vota Partido XXX!);
5. Os comentários não podem ser escritos integralmente em maiúsculas ou em parte, para destacar nomes ou outros elementos do texto. As maiúsculas devem ser usadas apenas no início das frases e em siglas e acrónimos;
6. Os comentários não podem incluir hiperligações (links), endereços web (URL) ou qualquer código HTML;
7. Os comentários não podem incluir moradas, endereços de e-mail ou números de telefone;
8. Não são permitidos comentários repetidos, quer estes sejam escritos no mesmo artigo ou em artigos diferentes;
9. É proibido ferir ou incentivar a ferir estas regras, mesmo com recurso ao humor, ao sarcasmo, à referência indirecta ou à citação.

O PÚBLICO reserva o direito de suspender a conta de utilizador de quem violar reiteradamente estes critérios de publicação.

Em caso de dúvida, por favor entre em contacto connosco através do endereço de correio electrónico [comunidade@publico.pt](mailto:comunidade@publico.pt).

O PÚBLICO sugere ainda critérios adicionais de estilo e conteúdo (que não servem para a reprovação de comentários caso não sejam cumpridos, mas para ajudar a melhorar a qualidade do debate):

1. Os comentários devem ser escritos com recurso a linguagem clara, concisa e com raciocínio e estilo fáceis de seguir;
2. Os comentários devem ser assinados com os nomes reais dos autores. O PÚBLICO disponibiliza a funcionalidade de comentário das notícias para incentivar a expressão livre da opinião dos cidadãos, o debate crítico da actualidade, a troca de ideias e a assunção pública de posições de uma forma livre e civicamente madura;
3. Os autores dos comentários podem utilizar pseudónimos, caso prefiram não assumir a sua verdadeira identidade. Nesse caso, o PÚBLICO sugere que cada leitor use sempre o mesmo pseudónimo, de forma a criar uma “persona” identificável;
4. O PÚBLICO considera a possibilidade de camuflar a identidade do autor de um comentário como um direito dos leitores e uma necessidade para garantir a livre expressão de todas as opiniões em casos sensíveis. Sempre que essa necessidade não exista, o PÚBLICO recomenda aos seus leitores que assinem os comentários com a sua verdadeira identidade.
5. Os comentários devem visar o tema do artigo em que são submetidos. Os comentários “fora de tópico” devem ser evitados;
6. Um comentário não é uma carta. Não devem ser utilizadas fórmulas de cortesia usuais como “Exmos senhores” e “atentamente”, nem agradecimentos;
7. Não repita o envio do seu comentário. Ele aparecerá no site quando for aprovado pela comunidade;
8. Se apenas pretende corrigir um erro num texto, utilize o formulário próprio para o efeito, acessível através do botão com o desenho de um lápis. Este botão encontra-se disponível em todas as notícias, entre a fotografia e o texto.

As caixas de comentários devem ser utilizadas para defender pontos de vista informados, relevantes e intelectualmente honestos, mantendo sempre o espírito do diálogo e evitando a todo o custo o confronto verbal e “perseguições” a outros leitores.

O PÚBLICO reserva o direito de editar gralhas e erros de ortografia ou pontuação nos comentários dos leitores, opção que não está ao alcance dos restantes leitores moderadores. Os comentários destacados na homepage ou nas páginas das secções são citações dos comentários originais e, por isso, podem não estar destacados na íntegra.

O PÚBLICO aceita (e agradece) todas as críticas ao seu trabalho, desde que estas sejam escritas com cordialidade e com a intenção de corrigir ou enriquecer a informação prestada pelo jornal. Ataques dirigidos individualmente a jornalistas, fotojornalistas, videojornalistas, infográficos ou a qualquer outro elemento da redacção não são tolerados.

### **Sistema de reputação**

Qualquer leitor do PÚBLICO se pode registar, directamente no site ou via Facebook ou Twitter. Todos os leitores registados começam no primeiro nível de reputação no sistema de reputação. Existem quatro níveis ao todo, estando associados diferentes poderes na comunidade a cada um. O leitor sobe ou desce de nível consoante um sistema automatizado de pontuação, que é influenciado em pesos variados pelos seguintes comportamentos:

### **Influência positiva**

1. Comentários escritos e aprovados pela comunidade;

2. Decisões de moderação de comentários de outros leitores que estejam de acordo com a decisão final da comunidade (sejam esses comentários aprovados ou rejeitados);
3. Denúncias efectuadas e confirmadas pelo PÚBLICO;
4. Respostas dadas em inquéritos;
5. Opiniões recebidas em argumentos por si criados nos inquéritos.

#### **Influência negativa**

1. Comentários escritos e reprovados pela comunidade;
2. Comentários ou argumentos por si escritos e denunciados;
3. Decisões de moderação de comentários de outros leitores contrárias à decisão final da comunidade (sejam esses comentários aprovados ou rejeitados);
4. Denúncias efectuadas que sejam rejeitadas pelo PÚBLICO;
5. Baixo número de opiniões recebidas em argumentos por si criados nos inquéritos.

#### **Inquéritos**

Os inquéritos são lançados pelo PÚBLICO e estão associados a um ou mais artigos. Podem estar ou não destacados na Homepage do site ou nas páginas de secção. As opções de resposta são escolhidas pelo PÚBLICO.

Os leitores registados podem votar nos inquéritos e, mais tarde, alterar o seu voto. É público, na página do leitor, o facto de ter provado em determinados inquéritos. Em nenhuma circunstância é divulgado o sentido de voto nos inquéritos.

A cada opção de resposta estão associados um máximo de dez argumentos que são adicionados pelos leitores, ordenados segundo o número de pessoas que concordam ou discordam desses argumentos. De cada vez que um outro leitor concorda com um argumento, esse argumento recebe mais um ponto na ordenação; cada discordância retira-lhe um ponto.

Caso a lista de argumentos seja inferior a 10 (incluindo os argumentos à espera de moderação), o leitor pode submeter um ou mais argumentos novos. Estes só serão publicados depois de aprovados pela comunidade.

Cada inquérito tem uma data de fecho (duas semanas após a publicação), a partir da qual não se pode interagir com o mesmo.

#### **Apagar a conta**

Quando uma conta de utilizador é apagada, os comentários e a participação em inquéritos (votos e argumentos) continuam a poder ser lidos por outros leitores.

Para apagar a sua conta tem de enviar um e-mail para [webmaster@publico.pt](mailto:webmaster@publico.pt), com o assunto “Apagar conta na comunidade PÚBLICO” e juntar-lhe os dados da conta que pretende apagar (nome de utilizador e e-mail com que fez o registo). O PÚBLICO entrará em contacto consigo através do e-mail associado à conta de utilizador, para concluir o processo.

Os dados da conta apagada serão guardados pelo PÚBLICO para arquivo.

## Anexo 4: Guião de entrevista

- Qual é/deve ser o papel dos comentários no jornal?
  
- Qual o peso que os comentários agressivos/ofensivos têm nas caixas de comentários?  
(Confrontar com dados)
  
- O que motiva as pessoas a fazer comentários agressivos?
  
- O anonimato estimula/permite a agressão? (Confrontar com dados)
  
- Porque escolheram este sistema de moderação? (Realizar algumas perguntas específicas sobre o modo de funcionamento das caixas de comentários)
  
- Quais as notícias mais comentadas? Como decidem quais as notícias que devem estar fechadas a comentários?
  
- Alguma vez houve uma tentativa de interação do jornal com os comentadores? Os jornalistas comentam/podem comentar as notícias?
  
- O conteúdo das caixas de comentários é útil ao trabalho jornalístico?
  
- Notam diferenças na evolução do comportamento dos comentadores ao longo do tempo?
  
- Com mais recursos, qual seria o modelo ideal de participação dos leitores no jornal?

## Anexo 5 – Análise dos extremos

### Notícias mais agressivas de Sociedade – Público (N > 30: 57 notícias)

| Agressivo | Não Agressivo | Total  | Titulo  |
|-----------|---------------|--------|---|
| 71,1%     | 28,9%         | 100,0% | Manuel Clemente enaltece capacidade de resistência das populações do Norte        |
| 62,5%     | 37,5%         | 100,0% | Poiares Maduro: falta de compromisso dos sindicatos impediu nova data de exames   |
| 61,0%     | 39,0%         | 100,0% | Fenprof acusa ministro Poiares Maduro de “mentir”                                 |
| 54,1%     | 45,9%         | 100,0% | Pais reclamam junto das escolas falta de equidade entre alunos por causa da greve |
| 52,9%     | 47,1%         | 100,0% | Centena e meia de pessoas estiveram na marcha LGBT no Porto                       |
| 51,6%     | 48,4%         | 100,0% | PSP acusada de usar “demasiada força” para quebrar piquete de greve               |
| 50,2%     | 49,8%         | 100,0% | Greve de professores aos exames está a dividir directores                         |
| 48,8%     | 51,2%         | 100,0% | Garcia Pereira acusa MEC de querer virar opinião pública contra os professores    |
| 48,7%     | 51,3%         | 100,0% | Enfermeiros iniciam greve, ministério acusa-os de optarem pelo “não diálogo”      |
| 48,6%     | 51,4%         | 100,0% | “Estão a dever-me as horas extraordinárias dos últimos 20 anos”                   |

### Notícias menos agressivas de Sociedade – Público (N > 30: 57 notícias)

| Agressivo | Não Agressivo | Total   | Titulo  |
|-----------|---------------|---------|---|
| 24,4%     | 75,6%         | 100,0 % | Pais e directores querem adiar exame de Matemática que coincide com greve geral         |
| 24,2%     | 75,8%         | 100,0 % | Média do exame de Português iguala pior resultado de sempre                             |
| 23,5%     | 76,5%         | 100,0 % | Mãe de aluna do 7.º ano agride professora na Escola Filipa de Vilhena                   |
| 23,1%     | 76,9%         | 100,0 % | Ministério diz que não tem relatos de irregularidades graves nos exames                 |
| 19,4%     | 80,6%         | 100,0 % | Horas de deitar irregulares podem afectar cérebro das crianças                          |
| 18,4%     | 81,6%         | 100,0 % | Calor: autoridades alertam para "previsões meteorológicas preocupantes"                 |
| 17,8%     | 82,2%         | 100,0 % | Programas de Matemática: a luta entre a memorização e a compreensão                     |
| 16,7%     | 83,3%         | 100,0 % | Alunos do 4.º ano estão melhor a Matemática do que a Português                          |
| 16,7%     | 83,3%         | 100,0 % | Exame de Biologia e Geologia "até era fácil"  |
| 15,6%     | 84,4%         | 100,0 % | Estado deve aumentar as pensões mínimas e criar novo período de vida activa para idosos |

**Notícias mais agressivas de Política – Público (N >30: 57 notícias)**

| <b>Agressivo</b> | <b>Não Agressivo</b> | <b>Total</b> | <b>Título</b>  |
|------------------|----------------------|--------------|--|
| 73,1%            | 26,9%                | 100,0%       | Seguro: “É necessário que se realizem eleições”  |
| 72,0%            | 28,0%                | 100,0%       | João Almeida defende que “não há recuo” de Portas e que CDS é “favorável à estabilidade” |
| 70,2%            | 29,8%                | 100,0%       | Conselheiro nacional do CDS arrasa Portas e sai em defesa da nova ministra das Finanças  |
| 67,6%            | 32,4%                | 100,0%       | Poiares Maduro nega renegociação da meta do défice                                       |
| 66,7%            | 33,3%                | 100,0%       | Mário Soares: "O Portas é um salta-pocinhas"   |
| 65,9%            | 34,1%                | 100,0%       | Seguro: solução para o PSD e CDS mas não para o país                                     |
| 65,6%            | 34,4%                | 100,0%       | Pires de Lima diz que Portas é o líder incontestável do CDS                              |
| 65,1%            | 34,9%                | 100,0%       | Marcelo: Teixeira dos Santos “era um fraco, politicamente”                               |
| 64,9%            | 35,1%                | 100,0%       | Seguro diz que empresas cotadas perderam "2,6 mil milhões de euros" num só dia           |
| 64,7%            | 35,3%                | 100,0%       | Cavaco “deu estalo à classe política”, diz Marcelo Rebelo de Sousa                       |

**Notícias menos agressivas de Política – Público (N >30: 57 notícias)**

| <b>Agressivo</b> | <b>Não Agressivo</b> | <b>Total</b> | <b>Título</b>   |
|------------------|----------------------|--------------|---|
| 44,2%            | 55,8%                | 100,0%       | Multado em 1300 euros por insultar e mandar Cavaco trabalhar                      |
| 43,3%            | 56,7%                | 100,0%       | Lobo Xavier acusa Cavaco Silva de "instaurar o caos"                              |
| 40,9%            | 59,1%                | 100,0%       | Seguro quer novo Governo para negociar segundo resgate                            |
| 40,0%            | 60,0%                | 100,0%       | Cavaco exige acordo tripartido e eleições em Junho de 2014                        |
| 38,0%            | 62,0%                | 100,0%       | Tribunal da Relação rejeita recurso de Fernando Seara para se candidatar a Lisboa |
| 37,0%            | 63,0%                | 100,0%       | Passos e Portas voltam a reunir-se hoje de manhã                                  |
| 35,5%            | 64,5%                | 100,0%       | Pires de Lima contra a “apologia do empobrecimento”                               |
| 35,5%            | 64,5%                | 100,0%       | Portas foi a Belém garantir solução governativa "sólida e abrangente"             |
| 32,3%            | 67,7%                | 100,0%       | Governo discute sábado reforma do Estado e nova agenda política                   |
| 26,5%            | 73,5%                | 100,0%       | Pressão europeia sobre Cavaco   |

**Notícias mais agressivas de Política – JN (N > 30: 68 notícias)**

| <b>Agressivo</b> | <b>Não Agressivo</b> | <b>Total</b> | <b>Título</b>  |
|------------------|----------------------|--------------|--|
| 85,1%            | 14,9%                | 100,0%       | Passos Coelho diz estar "trabalhar todos os dias para poder vir a baixar impostos" |
| 78,5%            | 21,5%                | 100,0%       | Mário Soares alerta que portugueses com fome "podem zangar-se"                     |
| 78,3%            | 21,7%                | 100,0%       | CDS-PP/Madeira diz que Governo não tem condições para continuar                    |
| 77,4%            | 22,6%                | 100,0%       | Alberto João Jardim "farto" da "incompetência" e "maldade" de Lisboa               |
| 77,0%            | 23,0%                | 100,0%       | Gaspar põe a nu as fragilidades do Governo   |
| 76,9%            | 23,1%                | 100,0%       | Primeiro-ministro vaiado em Évora à chegada à Embraer                              |
| 76,3%            | 23,7%                | 100,0%       | Passos Coelho promete apresentar reforma do Estado "dentro de muito pouco tempo"   |
| 74,4%            | 25,6%                | 100,0%       | Portas assegura que Portugal autorizou o sobrevoos do avião de Evo Morales         |
| 74,4%            | 25,6%                | 100,0%       | Marido de Maria Luís Albuquerque rescinde contrato com EDP                         |
| 74,3%            | 25,7%                | 100,0%       | Ministro diz que um dos grandes problemas em Portugal é que "tudo é contestado"    |

**Notícias menos agressivas de Política – JN (N > 30: 68 notícias)**

| <b>Agressivo</b> | <b>Não Agressivo</b> | <b>Total</b> | <b>Título</b>   |
|------------------|----------------------|--------------|---|
| 51,7%            | 48,3%                | 100,0%       | Fenprof acusa Governo de pôr em risco exames do ensino secundário                             |
| 50,0%            | 50,0%                | 100,0%       | Acordo mantém Portas no Governo com coordenação da área económica                             |
| 48,8%            | 51,2%                | 100,0%       | "Se há dinheiro paguem os subsídios", defende António José Seguro                             |
| 47,4%            | 52,6%                | 100,0%       | Frente Comum vai pedir fiscalização da lei dos subsídios à Provedoria de Justiça              |
| 46,2%            | 53,8%                | 100,0%       | "Teria imenso prazer em que Sócrates tivesse enfrentado a troika", diz Manuela Ferreira Leite |
| 44,4%            | 55,6%                | 100,0%       | Seguro propõe atualização dos valores das casas para baixar IMI                               |
| 43,5%            | 56,5%                | 100,0%       | PCP acusa Governo de não estar preocupado com alunos  |
| 43,4%            | 56,6%                | 100,0%       | PSD e CDS fazem declaração ao país às 19.30   |
| 42,8%            | 57,2%                | 100,0%       | PS diz que Governo prepara corte definitivo de subsídios na Função Pública                    |
| 37,8%            | 62,2%                | 100,0%       | Governo diz que pagar subsídio de férias em junho põe em risco limites trimestrais do défice  |

Notícias ordenadas por agressividade Sociedade – JN (N > 30: 12 notícias)

| Agressivo | Não Agressivo | Total  | Titulo   |
|-----------|---------------|--------|--|
| 74,2%     | 25,8%         | 100,0% | Portugal progrediu na luta contra discriminação racial, mas persistem situações preocupantes |
| 70,6%     | 29,4%         | 100,0% | Sindicato da PSP recorrerá à justiça se não receber subsídio de férias em junho              |
| 70,4%     | 29,6%         | 100,0% | Novo patriarca de Lisboa fala do Norte como exemplo a seguir no país                         |
| 65,7%     | 34,3%         | 100,0% | Vaticano reconhece segundo milagre de João Paulo II  |
| 65,4%     | 34,6%         | 100,0% | Cerca de centena e meia de participantes na Marcha do Orgulho LGBT Porto                     |
| 62,0%     | 38,0%         | 100,0% | "Vejam o caso do Brasil, abram os olhos", avisa bispo das Forças das Armadas                 |
| 57,4%     | 42,6%         | 100,0% | Multas entre os 100 e os 25 mil euros para quem fizer grafitos em espaços públicos           |
| 53,8%     | 46,2%         | 100,0% | Sem receber há três meses, 16 operários não têm dinheiro para regressar a Portugal           |
| 52,1%     | 47,9%         | 100,0% | Universo tem mais um planeta azul mas fora do Sistema Solar                                  |
| 51,8%     | 48,2%         | 100,0% | Ministério Público arquivou processo de Cavaco contra Miguel Sousa Tavares                   |
| 41,2%     | 58,8%         | 100,0% | Passear cães perigosos sob efeito de álcool ou droga dá prisão                               |
| 31,6%     | 68,4%         | 100,0% | Peixe proibido vendido como bacalhau em refeições pré-cozinhadas do Jumbo                    |

## Anexo 6 – ANOVA Agressão/Média de N° de Palavras

### Jornal de Notícias

|               | N     | Média   | Desvio Padrão | Erro Padrão | Intervalo de confiança de 95% para média |                 | Mínimo | Máximo |
|---------------|-------|---------|---------------|-------------|--|-----------------|--------|--------|
|               |       |         |               |             | Limite inferior                          | Limite superior |        |        |
| Agressivo     | 6323  | 48,0699 | 37,62050      | ,47311      | 47,1424                                  | 48,9974         | 1,00   | 155,00 |
| Não Agressivo | 3747  | 44,4924 | 38,23588      | ,62464      | 43,2677                                  | 45,7171         | 1,00   | 151,00 |
| Total         | 10070 | 46,7387 | 37,88824      | ,37756      | 45,9986                                  | 47,4788         | 1,00   | 155,00 |

p < 0.000

### Público

|               | N     | Média   | Desvio Padrão | Erro Padrão | Intervalo de confiança de 95% para média |                 | Mínimo | Máximo |
|---------------|-------|---------|---------------|-------------|--|-----------------|--------|--------|
|               |       |         |               |             | Limite inferior                          | Limite superior |        |        |
| Agressivo     | 7077  | 48,0759 | 39,57760      | ,47046      | 47,1536                                  | 48,9981         | 1,00   | 227,00 |
| Não Agressivo | 8550  | 43,2792 | 38,98797      | ,42165      | 42,4527                                  | 44,1057         | 1,00   | 313,00 |
| Total         | 15627 | 45,4515 | 39,32739      | ,31460      | 44,8348                                  | 46,0681         | 1,00   | 313,00 |

p < 0.000

### A Bola

|               | N   | Média   | Desvio Padrão | Erro Padrão | Intervalo de confiança de 95% para média |                 | Mínimo | Máximo |
|---------------|-----|---------|---------------|-------------|--|-----------------|--------|--------|
|               |     |         |               |             | Limite inferior                          | Limite superior |        |        |
| Agressivo     | 386 | 32,7332 | 17,51360      | ,89142      | 30,9805                                  | 34,4858         | 1,00   | 63,00  |
| Não Agressivo | 599 | 32,1753 | 17,87838      | ,73049      | 30,7407                                  | 33,6099         | 1,00   | 63,00  |
| Total         | 985 | 32,3939 | 17,72948      | ,56491      | 31,2853                                  | 33,5025         | 1,00   | 63,00  |

P < 0.630

## Anexo 7 – Tabela de Frequências (Estratégia)

|        |   | Estratégia |             |                    |                         |
|--------|---|------------|-------------|--------------------|-------------------------|
|        |   | Frequência | Percentagem | Percentagem válida | Percentagem acumulativa |
| Válido | Agressiva                                     | 8608       | 31,8        | 31,8               | 31,8                    |
|        | Cooperativa                                   | 8458       | 31,2        | 31,2               | 63,0                    |
|        | Agressiva-Agressiva                           | 2813       | 10,4        | 10,4               | 73,4                    |
|        | Agressiva-Cooperativa                         | 1306       | 4,8         | 4,8                | 78,2                    |
|        | Cooperativa-Agressiva                         | 1732       | 6,4         | 6,4                | 84,6                    |
|        | Cooperativa-Cooperativa                       | 2569       | 9,5         | 9,5                | 94,1                    |
|        | Cooperativa-Agressiva-Agressiva               | 134        | ,5          | ,5                 | 94,6                    |
|        | Cooperativa-Agressiva-Agressiva-Agressiva     | 15         | ,1          | ,1                 | 94,6                    |
|        | Cooperativa-Agressiva-Cooperativa             | 107        | ,4          | ,4                 | 95,0                    |
|        | Agressivo-Agressivo-Cooperativo-Agressivo     | 13         | ,0          | ,0                 | 95,1                    |
|        | Agressivo-Agressivo-Cooperativo               | 79         | ,3          | ,3                 | 95,4                    |
|        | Agr-Agr-Agr                                   | 227        | ,8          | ,8                 | 96,2                    |
|        | Coop-Coop-Coop                                | 171        | ,6          | ,6                 | 96,8                    |
|        | Agr-Coop-Agr                                  | 65         | ,2          | ,2                 | 97,1                    |
|        | Coop-Coop-Agr                                 | 76         | ,3          | ,3                 | 97,4                    |
|        | Agr-Coop-Coop                                 | 91         | ,3          | ,3                 | 97,7                    |
|        | Agr-Coop-Coop-Coop                            | 12         | ,0          | ,0                 | 97,7                    |
|        | Agressivo-Agressivo-Cooperativo-Cooperativo   | 11         | ,0          | ,0                 | 97,8                    |
|        | Cooperativo-Agressivo-Cooperativo-Cooperativo | 6          | ,0          | ,0                 | 97,8                    |
|        | Agressivo-Cooperativo-Agressivo-Agressivo     | 8          | ,0          | ,0                 | 97,8                    |
|        | Agr-Agr-Agr-Agr                               | 30         | ,1          | ,1                 | 97,9                    |
|        | Agr-Agr-Agr-Agr-Agr                           | 9          | ,0          | ,0                 | 98,0                    |
|        | Agr-Agr-Agr-Agr-Agr-Agr                       | 4          | ,0          | ,0                 | 98,0                    |
|        | Agr-Agr-Agr-Agr-Agr-Agr-Agr                   | 2          | ,0          | ,0                 | 98,0                    |
|        | Agr-Agr-Agr-Coop                              | 8          | ,0          | ,0                 | 98,0                    |

|   |    |    |    |      |
|---|----|----|----|------|
| Coop-Agr-Coop-Agr                         | 8  | ,0 | ,0 | 98,1 |
| Coop-Agr-Agr-Agr-Agr                      | 4  | ,0 | ,0 | 98,1 |
| Coop-Coop-Agr-Agr                         | 9  | ,0 | ,0 | 98,1 |
| Coop-Coop-Coop-Agr                        | 10 | ,0 | ,0 | 98,1 |
| Coop-Coop-Agr-Coop                        | 5  | ,0 | ,0 | 98,2 |
| Coop-Coop-Agr-Coop-Coop                   | 2  | ,0 | ,0 | 98,2 |
| Coop-Agr-Coop-Agr-Coop                    | 1  | ,0 | ,0 | 98,2 |
| Coop-Agr-Coop-Agr-Coop-Coop               | 1  | ,0 | ,0 | 98,2 |
| Agr-Coop-Coop-Agr                         | 7  | ,0 | ,0 | 98,2 |
| Coop-Coop-Coop-Coop                       | 28 | ,1 | ,1 | 98,3 |
| Coop-Agr-Agr-Coop                         | 9  | ,0 | ,0 | 98,3 |
| Agr-Agr-Coop-Coop-Coop                    | 4  | ,0 | ,0 | 98,4 |
| Agr-Coop-Coop-Agr-Coop                    | 3  | ,0 | ,0 | 98,4 |
| Agr-Coop-Coop-Agr-Coop-Coop               | 1  | ,0 | ,0 | 98,4 |
| Agr-Coop-Coop-Coop-Coop                   | 3  | ,0 | ,0 | 98,4 |
| Agressivo-Cooperativo-Agressivo-Agressivo | 4  | ,0 | ,0 | 98,4 |
| Coop-Agr-Agr-Agr-Coop                     | 1  | ,0 | ,0 | 98,4 |
| Coop-Coop-Coop-Coop-Coop                  | 4  | ,0 | ,0 | 98,4 |
| Agr-Agr-Coop-Coop-Agr                     | 3  | ,0 | ,0 | 98,4 |
| Agr-Agr-Coop-Coop-Agr-Agr                 | 1  | ,0 | ,0 | 98,4 |
| Agr-Coop-Agr-Coop                         | 2  | ,0 | ,0 | 98,4 |
| Agr-Coop-Agr-Coop-Coop                    | 1  | ,0 | ,0 | 98,4 |
| Agr-Coop-Agr-Coop-Agr                     | 1  | ,0 | ,0 | 98,4 |
| Coop-Coop-Agr-Agr-Agr                     | 1  | ,0 | ,0 | 98,4 |
| Agr-Agr-Coop-Agr-Coop                     | 3  | ,0 | ,0 | 98,5 |
| Agr-Coop-Agr-Agr-Agr-Coop                 | 2  | ,0 | ,0 | 98,5 |
| Coop-Coop-Coop-Agr-Agr                    | 1  | ,0 | ,0 | 98,5 |
| Coop-Coop-Coop-Agr-Agr-Coop               | 1  | ,0 | ,0 | 98,5 |
| Coop-Coop-Coop-Agr-Agr-Coop-Agr           | 1  | ,0 | ,0 | 98,5 |
| Coop-Coop-Coop-Coop-Agr                   | 4  | ,0 | ,0 | 98,5 |
| Coop-Agr-Agr-Coop-Coop                    | 1  | ,0 | ,0 | 98,5 |
| Coop-Agr-Agr-Coop-Coop-Coop               | 1  | ,0 | ,0 | 98,5 |

|                                 |       |       |       |       |
|---------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| Coop-Agr-Agr-Coop-Coop-Coop-Agr | 2     | ,0    | ,0    | 98,5  |
| Coop-Coop-Coop-Coop-Agr-Coop    | 1     | ,0    | ,0    | 98,5  |
| Agr-Agr-Agr-Agr-Agr-Agr-Agr-Agr | 1     | ,0    | ,0    | 98,5  |
| Agr-Agr-Agr-Coop-Agr            | 1     | ,0    | ,0    | 98,5  |
| Coop-Coop-Agr-Coop-Coop-Coop    | 1     | ,0    | ,0    | 98,5  |
| Coop-Agr-Coop-Agr-Agr           | 1     | ,0    | ,0    | 98,5  |
| Coop-Agr-Coop-Agr-Agr-Coop      | 1     | ,0    | ,0    | 98,5  |
| Coop-Agr-Coop-Agr-Agr-Coop-Agr  | 1     | ,0    | ,0    | 98,5  |
| Agr-Agr-Coop-Coop-Coop-Coop     | 2     | ,0    | ,0    | 98,5  |
| Bot                             | 370   | 1,4   | 1,4   | 99,9  |
| SPAM/Publicidade                | 25    | ,1    | ,1    | 100,0 |
| Total                           | 27087 | 100,0 | 100,0 |       |