
Uma cartografia do ódio no Facebook: gatilhos, insultos e imitações

A map of hate on Facebook: triggers, insults and imitations

Pedro Rodrigues Costa*



Edição electrónica

URL: <http://journals.openedition.org/cp/11367>
ISSN: 2183-2269

Editora

Escola Superior de Comunicação Social

Edição impressa

ISBN: 2183-2269
ISSN: 16461479

Refêrencia eletrónica

Pedro Rodrigues Costa*, « Uma cartografia do ódio no Facebook: gatilhos, insultos e imitações », *Comunicação Pública* [Online], Vol.15 nº 29 | 2020, posto online no dia 15 dezembro 2020, consultado o 15 dezembro 2020. URL : <http://journals.openedition.org/cp/11367>

Este documento foi criado de forma automática no dia 15 dezembro 2020.



Comunicação Pública Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição-NãoComercial 4.0 Internacional.

Uma cartografia do ódio no Facebook: gatilhos, insultos e imitações

A map of hate on Facebook: triggers, insults and imitations

Pedro Rodrigues Costa*

NOTA DO EDITOR

Recebido: 29 de maio de 2020

Aceite para publicação: 21 de outubro de 2020

NOTA DO AUTOR

*Doutorado em Ciências da Comunicação com especialização em Sociologia da Comunicação e Informação, pela Universidade do Minho, com a tese *Entre o Ver e o Olhar: Ecos e Ressonâncias Ecrânicas* (2013). É mestre em Sociologia das Organizações e do Trabalho e licenciado em Sociologia. Entre as suas áreas de investigação constam as questões em torno da Cibercultura, Tecnologia e Estudos sobre redes sociais digitais. É investigador do CECS, onde integra o grupo de Estudos Culturais e o Museu Virtual da Lusofonia. Na lista dos trabalhos de investigação mais recentes, constam os seguintes temas: a presença de arquétipos nos *youtubers*: modos e estratégias de influência; o medo do consumo solitário: comentários nos canais infantojuvenis de YouTube do Brasil e de Portugal; suicídio e redes sociais: aproximações em português no Facebook, no Instagram e no YouTube; dar “vistas” ao ecrã em rede: problemáticas, desafios e consequências da era digital.

1. Introdução

- 1 As redes digitais são hoje os principais espaços de consumo de notícias, sendo o Facebook a rede social mais usada para o consumo de notícias em Portugal (Cardoso, Paisana, & Pinto-Martinho, 2018). Esse consumo e a respetiva interação têm desmascarado alguns vícios privados. Entre esses está o ódio: anteriormente na esfera privada, tem alcançado recentemente uma faceta mais pública. Esta dinâmica acrescenta-se, entre outras possibilidades, à instantaneidade, positiva ou negativa, dos comentários às notícias *online* (Stein, Nodari, & Salvagni, 2018).
- 2 Mas o tema do ódio não é novo nas ciências sociais. No século XVIII, Mandeville alertava para o facto de alguns vícios privados, como o ódio, terem adquirido aceitabilidade pública. Nos últimos vinte anos, este vício de demonstração pública de ódio ter-se-á ampliado (Waldron, 2010). Ter-se-á dado uma crescente aceitação da cultura de ódio como algo normalizado, em que “aplaudimos os olhos e as palavras iradas da jovem Greta, os comentários daqueles que querem decidir sobre quem pode ocupar o espaço político, os antis de toda a espécie, os que acusam os outros de mil e uma fobias” (Fernandes, 2019, §1). Desenvolveu-se uma ausência de “empatia para quem ousa olhar para o mundo com outros olhos” (Fernandes, 2019, §2), que realça um “fanatismo ativista” e uma pretensa “superioridade moral” nos que seguem obsessivamente uma ideia ou opinião, bloqueando-se a “valorização do dissenso e a obtenção de consensos” (Fernandes, 2019, §5).
- 3 Em nosso entender, esta dinâmica interseeta-se com a “economia da atenção”. O “fanático ativista” é mobilizado e acelerado por técnicas de captura de atenção, de emoções e de sentimentos, inclusive iras e ódios. De um lado, as estratégias editoriais dos meios de comunicação. De outro, os algoritmos das empresas que gerem as plataformas digitais (Patino, 2019).
- 4 Entre as principais estratégias editoriais destaca-se o *clickbait* no título noticioso, técnica que nasce “de uma necessidade maioritariamente financeira, decorrente da crise do modelo de negócio dos órgãos de comunicação social em contexto online, e da sua própria necessidade de sobrevivência” (Pinto, 2018, p. 3). Um título apelativo às emoções obtém grande volume de interações, beneficiando a notoriedade dos produtores (Vessièrie et al., 2019; Zamith, 2018).
- 5 Pela perspetiva dos algoritmos, destacam-se ferramentas de captura de atenção cada vez mais performativos e adequados à biografia individual, articulando valores de mercado e modelação comportamental (Mackenzie, 2006). Três novidades sobressaem no Facebook desde 2015: a ferramenta “reações”, “que representa seis emoções que o usuário pode utilizar para demonstrar o que sentiu ao ler”, a patente “técnicas para deteção de emoção e entrega de conteúdo” e a patente “aumento da mensagem de texto com informação de emoção” (Machado, 2018, p. 49). O EdgeRank (algoritmo do Facebook) consegue analisar sentimentos, emoções e ideias, adaptando-se a potenciais respostas ao medir “a velocidade da digitação, a pressão do toque ao digitar, padrões de interação do usuário ou mesmo a sua localização no momento da digitação” (Machado, 2018, pp. 50-51). Emoções e sentimentos ficam à mercê do EdgeRank, que passou assim a conhecer como ninguém os gatilhos da ação e da presença na rede.
- 6 Deste modo, a figura do “fanático ativista digital” é alimentada por estratégias e algoritmos, sendo-lhe possível a coligação com outros seguidores-imitadores nos

discursos e opiniões e a interação com massas menos fanáticas, também reféns da captologia (Patino, 2019). O Facebook, enquanto palco destas dinâmicas, expõe toda esta associação entre ódio, estratégias editoriais e algoritmos (Costa, 2019).

- 7 O tema do ódio nas redes sociais digitais pode seguir várias perspetivas. Neste artigo optou-se pela perspetiva da dinâmica gerada entre notícias e interações conflituosas no Facebook. O objetivo foi o de perceber os principais gatilhos para a ativação de interações e conversações em que insultos e ódios dominem. Partimos dos conceitos de imitação (Tarde, 1978), coligação (Simmel, 1950) e associação (Latour, 1986, 2012) para estudar quantitativamente a presença de expressões de ódio em comentários, respostas geradas e palavras contidas nas publicações de Facebook do generalista *Jornal de Notícias*, nomeadamente nas publicações mais partilhadas, mais comentadas e com mais gostos nos anos de 2017, 2018 e 2019. Numa análise quantitativa, em que analisamos alguns casos, incidimos sobre interações conflituosas e sobre o modo como estas surgem enquanto gatilhos para o ódio e para o insulto no seio das possibilidades sociotécnicas desta rede social.

2. Sociologia das associações e redes sociais

- 8 São três os eixos teóricos deste estudo: imitações, teoria do ator-rede e método da complexidade. Isto implica a união dos conceitos de imitação, contraimitação e oposição (Tarde, 1978), de associação e dissociação (Latour, 1986, 2012; Law, 2004)) e de complexidade e contingência (Capra, 2006; Morin, 2003).
- 9 Para Gabriel Tarde (1978, p. 113), “a sociedade é a imitação”, sendo esta uma ação de continuação ocorrida algures e transmitida na cadeia social. Neste sentido, uma ideia ou uma imagem são factos sociais quando colocadas “inicialmente no espírito por uma conversa ou por uma leitura, se o ato habitual teve por origem a vista ou o conhecimento de uma ação análoga de outrem” (Tarde, 1978, p. 100).
- 10 De facto, a imitação enquanto facto social advém de “uma memória e um hábito, não individuais mas coletivos” (Tarde, 1978, pp. 100-101). Subscrevemos a imitação enquanto promotora de “um laço social; porque o que liga os homens é o dogma (ideia, religiosa ou não, política, por exemplo, ou outra qualquer, que se implanta no espírito de cada associado por pressão do ambiente) ou o poder” (Tarde, 1978, p.8). Como entendem Christakis e Fowler (2009), é na imitação que reside o poder maior da conexão.
- 11 Para Tarde (1978, p. 9), são duas as “maneiras de imitar: fazer exatamente como o seu modelo, ou fazer exatamente o contrário”. Consideramos estes dois modos blocos da “sociedade”, na medida em que revelam “um grupo de pessoas que apresentam entre elas semelhanças produzidas por imitação ou por contra-imitação” (Tarde, 1978, p. 9). Ao contraimitar os atores “vão assimilando cada vez mais” a corrente de imitações, acionando-as. As “próprias contra-correntes nascem da corrente” (Tarde, 1978, p. 10).
- 12 Tal como em Tarde (1978), entendemos que contraimitação não é não-imitação nem oposição. Já a oposição revela invenção, porque, sendo voluntária e perseverante, aparece com “um sentido purificador” (Tarde, 1978, p. 11). Na perspetiva de uma sociologia das associações contingentes, a oposição funciona como uma derivação para outras associações e dissociações. Aquele que imita outrem associa-se a um *cluster* existente de ações e ideias, aproxima-se de indivíduos com posições semelhantes,

afastando-se de outros – os contraimitadores. Por seu turno, a oposição abre a possibilidade de um novo *cluster*, constituindo um novo conjunto.

- 13 Partindo desta teoria para tentar perceber as interações nas redes sociais digitais, a teoria do ator-rede (doravante designada de TAR) enquadra a sociologia das associações numa lógica prática: imitar, contraimitar e opor são o resultado de associações e dissociações. Para a TAR, é a mapear e a perceber associações e dissociações que se entendem relações entre pessoas e entre pessoas e coisas (Latour, 2012, p. 23).
- 14 A TAR permite-nos a ampliação e a atualização de Tarde: a sociedade passa a ser um combinado de associações e dissociações que se obtém nas dinâmicas sociotécnicas de associação através da imitação e coligação e nas dinâmicas sociotécnicas de dissociação através da contraimitação e da oposição. Ante a TAR, para que uma ideia se inicie é necessário um confronto entre forças que atuam sobre atores humanos e não humanos. Assim, “todos os elementos heterogêneos precisam ser reunidos de novo em uma dada circunstância” (Latour, 2012, p. 23). Computadores, plataformas, *softwares* e respetivas formas de uso, leis, conversações, notícias, emoções, entre outros elementos, entram nas imitações, nas contraimitações e nas oposições, servindo de base para processos sociais.
- 15 Uma associação torna-se factícia através das imitações anteriores – interações passadas que estabelecem laços e que ligam no tempo pessoas e coisas. Com uma nuance: o humano não imita apenas humanos, mas também coisas, máquinas, modos de fazer e de agir (Benjamin, 1992). Por isso as causas sociais da imitação podem ser lógicas ou extralógicas, isto é, a imitação lógica atua quando uma ideia nova ou uma inovação é considerada por alguém, num exercício de subjetividade, mais útil ou verdadeira do que as outras, e, por sua vez, a imitação extralógica não obedece a um reconhecimento racional de algo que cria um trilha imitativo, mas antes a movimentos de imitação não conscientes ou mesmo inconscientes (Tarde, 1978).
- 16 Se as associações obedecem às estruturas e às dinâmicas da imitação, as dissociações fundam-se nos afastamentos gerados, por contraimitação ou por oposição. Numa dissociação, rejeitados os sentidos e os conteúdos das imitações, abre-se o trilha para novas possibilidades.
- 17 É aqui que entra a complexidade. O real acontece numa contingência que está dentro de um conjunto, alargado e complexo, de possibilidades. Dar conta do complexo contingente exige religar saberes. A sociedade humana é “aquilo que é tecido em conjunto” (Morin, 2003, p. 8). Partindo daqui, a contingência só pode ser entendida a partir do conjunto que une passado e presente. Tal implica “um método que detete e não oculte as ligações, articulações, solidariedades, implicações, imbricações, interdependências, complexidades” (Morin, 1977, p. 67). Entende-se que o existente são “redes aninhadas dentro de outras redes. Entender ecossistemas será, em última análise, entender redes” (Capra, 1997, p. 14).
- 18 Uma sociologia das associações contingentes revela-se enquanto modo de entender redes que se emaranham e que revelam associações e dissociações, através de imitações e coligações contingentes (Costa, 2020). Os processos conflituosos geradores de manifestações de ódio, em plataformas digitais e publicações noticiosas, surgem-nos enquanto possibilidades e facilidades sociotécnicas do ator-na-rede num tempo em que a interação digital conta como modo de afirmação, seja do sujeito na rede, seja do sujeito enquanto ator de acontecimentos e dinâmicas atuais. Deste modo, subscrevemos um entendimento sociológico tendo em consideração sete pressupostos: i) antes de um

ator se relacionar com outro (humano ou não humano), existem imitações, contraimitações e oposições que o condicionam; ii) associações e dissociações derivam de imitações, contraimitações e oposições anteriores; iii) associações resultam da imitação; iv) dissociações resultam da contraimitação ou da oposição; v) associações tendem a gerar afinidade e dissociações tendem a gerar afastamento; vi) o modo como as associações ou dissociações se constituem depende das forças da contingência; vii) as relações, geradas nas associações e dissociações, aparecem numa dada contingência e refletem intelectos contingentes, quer dizer, o conjunto de entendimentos, lógicos e extralógicos, que orientam a ação presente.

3. Da ira ao ódio

- 19 Para Hesse (2018, p. 68), que tratava insistentemente o ódio, quando “se odeia alguém, é porque se odeia alguma coisa nesse que faz parte de si. O que não faz parte de nós não nos perturba”. O autor concede ao ódio uma dimensão associativa, uma perturbação que se interliga com um outro. Em algum momento, aquele que sente ódio foi invadido por uma ira sobre o próprio “Eu”.
- 20 A partir de Dias (2012), Freud e Lacan poderiam subscrever Hesse. Em Freud, o ódio apareceria pelo desprazer. Em Lacan, como uma função que viria do outro na medida em que “a experiência do ódio é a colocação em exercício desse Outro que barra as demandas, ao mesmo tempo que inaugura a dimensão do exterior. O exterior é promotor de ódio” (Dias, 2012, p. 32). Assim, o ódio surge enquanto *facto social*, não na perspectiva de laço social, mas antes como *contravínculo* ou *contraforça* diante da corrente de imitações. Em nosso entender, esta perspectiva alinha-se com a sociologia da contingência na medida em que o ódio surge para estabelecer associações e dissociações em rede (Costa, 2020).
- 21 Finalmente, atentemos à relação entre ira e ódio. A primeira resulta de uma resposta que prepara o corpo com uma descarga em que o “sangue flui para as mãos, tornando mais fácil pegar numa arma ou bater num inimigo; o ritmo cardíaco aumenta e uma descarga de hormonas como a adrenalina, gera uma onda de energia suficientemente forte para permitir uma ação vigorosa” (Goleman, 1995, p. 28). Já o ódio é um sentimento que fica depois. A ira é uma emoção e o ódio um sentimento (Tiedens, 2001). Sentimentos como o ódio “são variações dos sentimentos corporais complexos causados por um objeto específico e que a ele se referem” (Damásio, 2010, p. 104). O aumento do batimento cardíaco e a descarga gerada pela adrenalina são conduzidos pela consciência até se transmutarem em sentimentos (Tiedens, 2001). A ira está na psicobiologia e o ódio na associação. O que nos leva a um outro ponto: imitamos ódio, na medida em que esse revela associações e dissociações entre interior e exterior, implicando nos que o observam “um ato de memória”: supõe uma espécie de hábito, uma imitação inconsciente de si mesmo por si mesmo” (Tarde, 1978, p. 100). Ao aparecer como imitação de “uma conversa ou por uma leitura”, o ódio torna-se “*facto social*”, abrindo possibilidades associativas ou de coligação (Tarde, 1978, p. 100). Um exemplo: as massas atribuem maior importância ou recompensa a sujeitos que expressam ódio do que aos que expressam outros sentimentos, como tristeza ou mágoa (Tiedens, 2001).

4. Negatividade, coligações e redes

- 22 Técnicas e estratégias de captura da atenção atuam nos ecrãs em geral pelo “viés pela negatividade” (Veissière et al., 2019). A síndrome do “mundo mau” é disso exemplo: aos 12 anos uma criança ocidental terá assistido a cerca de 8000 mortes violentas. A exposição a cenas violentas origina a representação de um mundo perigoso, mais do que na prática (Gerbner et al., 2002). Esta síndrome atrai medos lógicos, como o medo individual ou social, e medos irracionais, simbólicos e não lógicos (Bauman, 2008).
- 23 Nas notícias, impressas ou *online*, também vigora um “efeito de negatividade” (Anderson, 1974). Este fenómeno conduz à atribuição de maior peso às informações negativas (Soroka & McAdams, 2010). Nas redes digitais, essa negatividade leva invariavelmente à “expulsão do diferente”, daquele que não partilha a mesma visão do mundo (Han, 2018, p. 9). Surgem assim coligações e tríades carregadas de “forças positivas e negativas, especialmente entre conflito e cooperação” (Higgins & Ribeiro, 2018, pp. 22-23).
- 24 Para Simmel (1950), nas redes sociais em sentido amplo a tríade permite um senso de controlo que transcende o individual. O mesmo conclui a teoria dos grafos (Barabási, 2003), em que essa é promotora de multiplicidades: relações recíprocas, indiretas, com intermediação, com representação, com bloqueio, com mediação e com coordenação (Higgins & Ribeiro, 2018). Dentro deste esquema, no digital as negatividades e os ódios constituem forças produtivas e circulantes (França & Grigolletto, 2018, p. 35). Despontam aí novos modos de socialização, mais capilares e por isso mais aptos para penetrar as massas (Kucinski, 2009). Esses novos modos podem ser perspetivados sob dois planos: no plano da socialização por homofilia e no plano da socialização por clusterização (Recuero, 2012). O primeiro é aquilo a que Han (2018) chama “geração do idêntico”, bolhas de interesses e opiniões onde os elementos se imitam e se identificam mutuamente. Nesta dinâmica, as tríades cooperam. O segundo – a clusterização – é precisamente o contrário: grupos ou bolhas diferentes que se conectam através de laços fracos, mas que a rede entrelaça. Ante a clusterização, as diferenças surgem com maior nitidez e regularidade. Dois colegas de trabalho, entre os quais o laço primário é apenas profissional, revelam na rede o privado e o pessoal, aumentando a probabilidade de confronto, antes reduzida (França & Grigolletto, 2018). Para Recuero (2017), essas diferenças agora aproximadas materializam a possibilidade de conflito. Tanto as bolhas homofílicas como a clusterização geram condições propícias para o aparecimento de conflitos e discursos de ódio (França & Grigolletto, 2018).

5. Metodologia e amostra

- 25 Partimos das notícias para o ódio, recorrendo à análise de conversações (Bardin, 2018). Na vertente quantitativa, descrevem-se repetições. Já “na qualitativa considera-se a presença ou a ausência de uma dada característica de conteúdo ou conjunto de características num determinado fragmento da mensagem” (Catalina, Caregnato, & Mutti, 2006, p. 682).
- 26 Tendo por base “uma atitude orientada para a análise de pistas, sintomas, indícios” (Ginzburg, 1989, p. 154), consideramos três pontos: 1. O discurso exhibe padrões recorrentes, produzidos consciente ou inconscientemente; 2. O discurso envolve

- escolhas do locutor (linguísticas, cognitivas e sociais); 3. A comunicação digital é influenciada pelos sistemas informáticos. Esta orientação assenta na análise “language-focused” – com ilustrações de discussões da amostra (Herring, 2004).
- 27 Utilizamos também classificadores de posicionamento face aos títulos noticiosos. Convocamos Simmel (1950) e Law (2004) relativamente aos posicionamentos típicos: conflito, consenso e controvérsia. Com Simmel (1950), compreendemos a pertinência do conflito e do consenso mediado por coligações. Com Law (2004), recorremos à “cartografia de controvérsias” para revelar posicionamentos intermédios que encaminham discursos e conteúdos para novas imitações, contraimitações ou oposições (Venturini, 2010). Se, de acordo com Costa (2019, p. 51), “a maior parte dos comentários feitos são de pendor negativo (1475) – o que corresponde a 67,3%” –, tal revela o Facebook como “propício a interações conflituosas” e controversas (Cabral & Lima, 2018, p.45).
- 28 Do ponto de vista conceptual, partimos de algumas tendências da imitação anunciadas por Tarde (1978). A saber: a de que o sucesso geométrico de uma imitação a partir do seu ponto de origem é uma função da sua adaptação; a de que as conversações refletem a contingência das ideias que decorrem da recombinação de imitações já existentes e são influenciadas pelo contexto social e pelas capacidades de raciocínio escrito dos envolvidos na recombinação (Tarde, 1978); a de que as imitações capturam de modo não racional o estado de espírito dos conversadores; e a de que existem sobretudo movimentos de imitação do superior para o inferior (Tarde, 1978).
- 29 Ao percebermos os dez jornais *online* com maior alcance em Portugal, optámos apenas por considerar os três primeiros de acordo com a Marktest (2020): *Público*, *Correio da Manhã* e *Jornal de Notícias*. Entre os três, o *Jornal de Notícias* (doravante designado como JN) é o único com uma listagem pública das dez notícias mais partilhadas, mais comentadas e com mais gostos. Sendo os três jornais generalistas e tendo por base as notícias ao minuto, optámos por fazer este estudo a partir dos dados do JN.
- 30 Assim, aplicámos três filtros como modo de procedimento de recolha de artigos: i) listámos os dez títulos de artigos mais partilhados, mais comentados e com mais gostos; ii) contabilizámos, a partir de cada um dos títulos, referências diretas ao ódio (ou a palavras similares, como por exemplo o verbo “odiar”); iii) contabilizámos, a partir dos títulos, referências que a partir da nossa perspectiva teórica tendem a motivar ira e que por isso constituem modos indiretos de geração de ódio. Estes filtros permitiram-nos a seguinte amostra:

Tabela 1: distribuição da amostra por ano e por número de comentários não repetidos

2017			2018			2019		
mais gostos	mais partilhas	mais comentários	mais gostos	mais partilhas	mais comentários	mais gostos	mais partilhas	mais comentários
10	8	9	10	8	10	8	7	8
27			28			23		

Fonte: dados extraídos da página de Facebook do *Jornal de Notícias*.

- 31 No total, foram contabilizados 78 artigos, excluindo os repetidos (ver tabela 2).

Tabela 2. Top10 do JN com mais partilhas, mais comentários e mais gostos (2017, 2018 e 2019)¹

	2017	2018	2019	
1	com mais gostos com mais partilhas com mais comentários	Desenhas de pessoas ajudam o casal herói da A1 Sinal de telemóvel de jovem desaparecida localizado em Aveiro Papa Francisco em Portugal	Portugal conquista ouro em final nos Jogos Olímpicos da Juventude A escola que ensina rapazes a cozinhar, limpar e passar a ferro Polícia corta trânsito nos Alados devido a vintura suspena	Papa diz que é melhor viver como steu do que ir à igreja e orlar os outros Papa diz que é melhor viver como steu do que ir à igreja e orlar os outros Adeptos do FC Porto protestam em frente ao palácio de justiça contra condenação no caso dos emati do Benfica
2	com mais gostos com mais partilhas com mais comentários	Menino leva irmão para a escola para não o deixar sozinho Furiais surpreendem banhistas em praia de Arrábida São João no Porto	A escola que ensina rapazes a cozinhar, limpar e passar a ferro Polícias garantem que raios caíram numa tonelada de maritimas Confrontos entre polícia e adeptos do Benfica junto ao estádio da Luz Mémoo de cinco anos despetrou do coma e venceu cancro	Jorge Jesus dos mais de 200 mil euros a hospital oncológico Jorge Jesus dos mais de 200 mil euros a hospital oncológico 40 mil pedem fecho de centros comerciais aos domingos 40 mil pedem fecho de centros comerciais aos domingos
3	com mais gostos com mais partilhas com mais comentários	Seleção portuguesa de râguebi sub-20 sagra-se campeã europeia Desenhas de pessoas ajudam o casal herói da A1 Detido por matar cão ao arrastá-lo vários quilómetros com o carro	Portugal conquista ouro em final nos Jogos Olímpicos da Juventude Porto quem comer esta frangozinha de 5 kg ganha 150 euros Daniel Oliveira e Andreia Rodrigues já são pais	Mémoo oferece poupanças a quem devolveu telemóvel com fotos de mãe que morreu Encontro e marido a violar a filha e matou-o com 181 facadas Hattrick de Cristiano Ronaldo dos quartos de final à final
4	com mais gostos com mais partilhas com mais comentários	Papa abraça Lucas, a criança "milagre" de Fátima Portugal também fez vídeo arrasador para Trump Serviços prisionais preparam plano para pôr recluído a limpar florestas	Mães de ar polar chega na sexta-feira e pode trazer neve E a favor ou contra a mudança de hora? Rosa Mota vence mini-maratonas de Macau aos 60 anos	Portugal vence taças do mundo de ginástica acrobática O JN acompanha os adeptos para assistir ao jogo FC Porto - Benfica Bispo do Porto pede encerramentos ao domingo
5	com mais gostos com mais partilhas com mais comentários	Nelson Évora sagra-se campeão da Europa de pista coberta Vendedor ruco propõe passas no trabalho de uma boca para saço Eurodeputado diz que «mulheres devem receber menos por serem menos inteligentes»	Jovem de 16 anos está desaparecida desde ontem Polícia corta trânsito nos Alados devido a vintura suspena	Pedófilos terão que ser castrados após cumprirem pena no Alabama Conan Oursis não passou à final da Eurovisão
6	com mais gostos com mais partilhas com mais comentários	Quando fui ministra não aconteceu nenhuma tragédia com estas proporções Telmus Monteiro vence competição olímpica Família luta para salvar menina de 13 meses com leucemia rara	FTF lista medidas para "melhor organização de sempre da Eurovisão" Espanha vai acabar com as portagens nas autoestradas Amnistia lamenta espetáculo indigno de fotos de detenção de suspeitos	Futebol Clube do Porto e o clube português mais seguido do mundo Doatvros - Notre Dame já mobiliza 14 vezes mais doatvros do que vítimas do crime em macabroise "Temo pelo que possa acontecer-me", diz dirigente do SOS Racismo
7	com mais gostos com mais partilhas com mais comentários	Parlamento aprova entrada de animais de estimação em restaurantes Família de Sacaven entre as vítimas mortais de Pedregão Grande Raríssimas defende-se: «É essencial uma imagem adequada da representante»	F. C. Porto vence o campeonato nacional de futebol Móren e cão que guardou a campa de dono durante dez anos Jedi, des que e sacio do Senhal, precisa de um transplante urgente	Atambou Ba pede proteção policial para continue luta contra o racismo Pedófilos terão que ser castrados após cumprirem pena no Alabama Movimento de construtores admite novas greve a partir de dia 7 Comunidade cigana exige "habitação condigna" na Maia
8	com mais gostos com mais partilhas com mais comentários	O Cristiano Ronaldo eleito melhor do Mundo em 2016 Red Bull Air Race está de volta ao Porto no Verão Mãe matou jovem que violou a filha	O nome de um pai milto escolhido por PSP ao hospital "Merangos com Apucar" regressa à televisão em 2019 Polícias garantem que raios caíram numa tonelada de maritimas	Enfermeira bebe de quem cuidou no hospital Professora arrasta mesmo nutista pelo corredor da escola Fátima vai cobrar estacionamento
9	com mais gostos com mais partilhas com mais comentários	O momento em que Marcelo beijou a mão ao Papa Seleção portuguesa de râguebi sub-20 sagra-se campeã europeia Detido em flagrante incendiário de Vale de Cambra	Seleção portuguesa de Sandrome de Dornas vence campeonato do mundo Móren e cão que guardou a campa de dono durante dez anos A viagem de autocarro do F. C. Porto do Dragão aos Alados	Quin Barreiros feliz aos 100 anos do pai Futebol Clube do Porto e o clube português mais seguido do mundo Bispo do Porto pede encerramentos ao domingo

Fonte: dados extraídos do site do *Jornal de Notícias*.

- 32 De acordo com esta amostra, em 2017 registaram-se nove artigos com indícios de apelo ao ódio: um com mais gostos (“Menino leva irmão para a escola para não o deixar sozinho”); dois com mais partilhas (“Sinal de telemóvel de jovem desaparecida localizado em Aveiro” e “Portugal também fez vídeo arrasador para Trump”); e seis artigos entre os mais comentados – “Detido por matar cão ao arrastá-lo vários quilómetros com o carro”; “Eurodeputado diz que «mulheres devem receber menos por serem menos inteligentes»”; “«Quando fui ministra não aconteceu nenhuma tragédia com estas proporções»”; “Raríssimas defende-se: «É essencial uma imagem adequada da representante»”; “Mãe matou jovem que violou a filha”; “Detido em flagrante incendiário de Vale de Cambra”.
- 33 Em 2018, apenas quatro títulos indiciam, e indiretamente, ódio ou ira: uma jovem de 16 anos alegadamente raptada, uma peixaria que colocava olhos de plástico nos peixes, os confrontos entre polícia e adeptos de clube de futebol e o lamento da Amnistia Internacional relativamente a fotografias de detenção (ver tabela 2).
- 34 Em 2019, foram sete as publicações noticiosas que indicaram ódio ou ira: uma notícia contém no título o verbo “odiar” (N1), sendo a mais partilhada e aquela que tem mais gostos. As restantes reportam-se indiretamente a temas controversos ao mencionar violência, violação, pedofilia, protestos na justiça, racismo e xenofobia (ver tabela 3).
- 35 Assim, de 78 resultaram 21 artigos com indícios diretos ou indiretos de ódio. Destes, escolhemos um terço (sete) – utilizámos como critério aqueles que tinham melhor classificação por secção no top 10 dos três anos analisados. Tal implicou ficar sem artigos com data de 2017 na vertente mais qualitativa do estudo (ver tabela 3).

Tabela 3: Seleção de notícias com menções diretas ou indiretas, no título, ao ódio

Identificador	Ano	Notícias
N1	2019	Papa diz que é melhor viver como ateu do que ir à igreja e odiar os outros
N2	2019	Professora arrasta menino autista pelo corredor da escola
N3	2019	Adeptos do FC Porto protestam em frente ao palácio de justiça contra condenação no caso dos emails do Benfica
N4	2019	"Temo pelo que possa acontecer-me", diz dirigente do SOS Racismo
N5	2018	Jovem de 16 anos está desaparecida desde ontem
N6	2018	Confrontos entre polícia e adeptos do Benfica junto ao estádio da Luz
N7	2018	Amnistia lamenta espetáculo indigno de fotos de detenção de suspeitos

Fonte: compilação própria a partir da tabela 2

- 36 Em cada um destes sete artigos, utilizámos como técnica de amostragem não probabilística a recolha dos 50 comentários mais recentes, listando-os do mais atual até ao número 50. No entanto, recolhemos os 50 comentários primários, isto é, aqueles que não estão propriamente a responder a outros comentários, e os comentários secundários – as respetivas respostas a cada um dos comentários primários. Tal fez um universo de 350 (50x7) comentários primários e 563 comentários secundários. No total, recolhemos um total de 913 comentários (gráfico 1). Recorremos à análise de conteúdo através do *software* NVivo e à análise de associações através do *software* NodeXL.

Gráfico 1: Distribuição dos elementos de análise



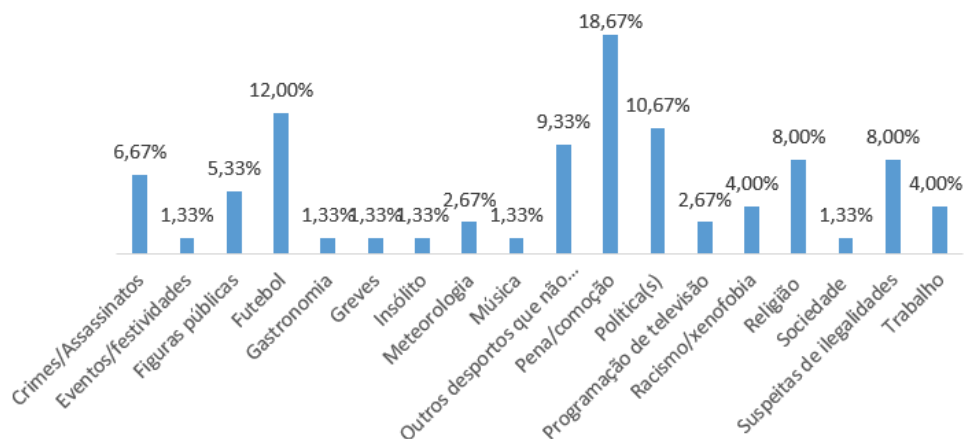
Fonte: produção própria

- 37 Nas sete publicações analisadas recorremos ao filtro de comentários do Facebook, optando pela opção “mais recentes”. Assim, entendemos por comentários (n = 350) aqueles que se efetuaram sem contabilização de respostas e entendemos por conversação a troca total de comentários visíveis, onde constam os 350 comentários e as consequentes respostas (n = 913), formando assim o total de palavras analisadas (n = 23 959).

6. Resultados quantitativos

- 38 Numa primeira análise aos temas mais partilhados, mais comentados e com mais gostos em 2017, 2018 e 2019, obtivemos a seguinte distribuição que organizamos por temas que o JN enquadra:

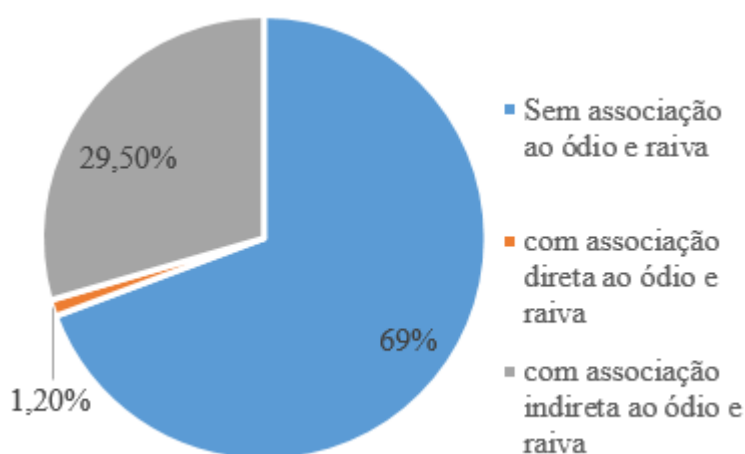
Gráfico 2: Distribuição, por tema, da amostra (n = 78)



Fonte: produção própria

- 39 Notícias sobre pena/comoção (18,67%), futebol (12%) e desporto em geral (9,33%), crimes (6,67%) e suspeitas de ilegalidades (8%), política (10,67%) e religião (8%) destacam-se (gráfico 2). Esta distribuição está próxima do que já havia sido evidenciado pelo estudo da Marktest (2014). Também aí se revelou uma maior dinâmica do desporto (23%) e da política (17%).
- 40 Já na relação entre as notícias e o ódio, encontramos a seguinte distribuição:

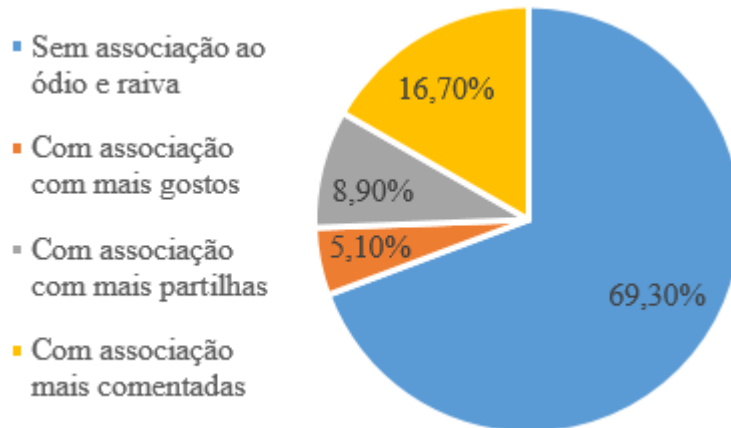
Gráfico 3: Associação direta ou indireta ao ódio (n = 78)



Fonte: produção própria

- 41 Desta amostra, 69% das notícias não tiveram qualquer associação ao ódio, cerca de um terço (29,5%) teve associação indireta e apenas 1,2% tiveram menção direta (gráfico 3).
- 42 Entre as notícias com associação direta ou indireta (gráfico 4), as mais comentadas foram as que estabeleceram maior relação com o ódio (16,7%), seguidas pelas notícias com mais gostos (8,9%).

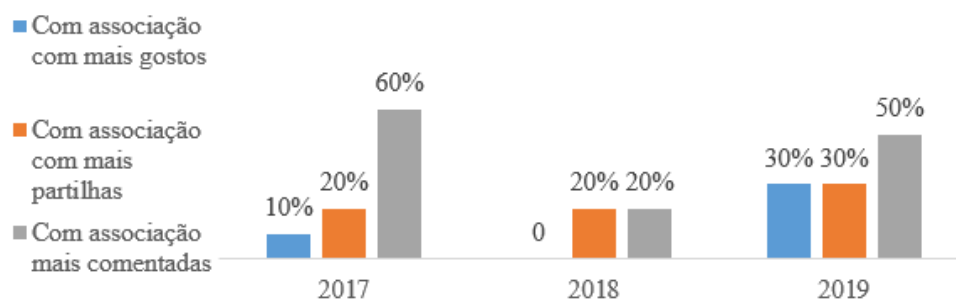
Gráfico 4: Distribuição em função das tipologias (n = 78 artigos)



Fonte: produção própria

- 43 Partindo do paradigma da captologia no seio de um capitalismo informacional, estes dados evidenciam associações entre estratégias editoriais, algoritmos e reações. Se a ira faz agir (Goleman, 1995, p. 28), na dinâmica sociotécnica a “arma” são os comentários e “bater no inimigo” é o equivalente ao insulto e à agressão verbal. Se considerarmos apenas as notícias com relação ao ódio por ano analisado, constatamos uma forte relação entre ódio e número de comentários (gráfico 5).

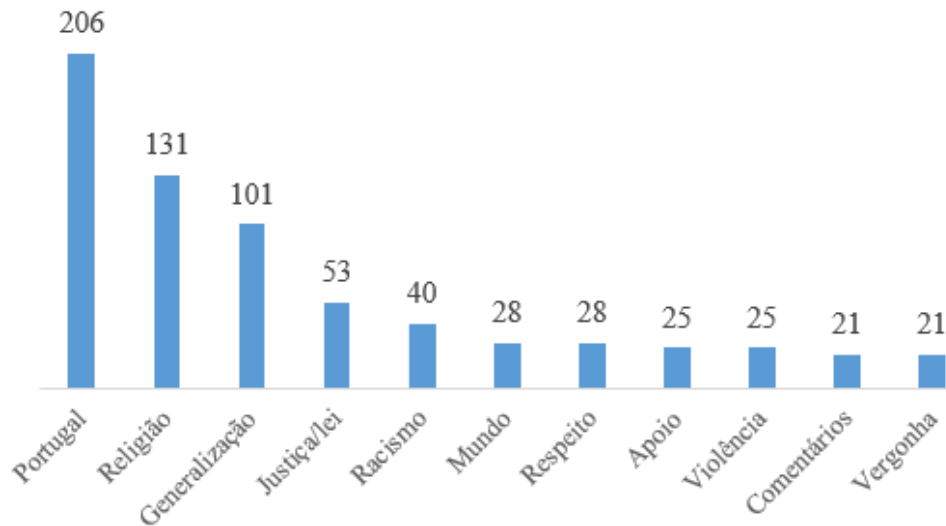
Gráfico 5. Títulos com temas associados ao ódio (n =78)



Fonte: produção própria

- 44 Relativamente às palavras mais repetidas nas sete publicações analisadas, entre as 100 palavras mais repetidas (excluindo verbos, advérbios, pronomes e nomes próprios) contabilizamos 19, que categorizamos em 11 temas:

Gráfico 6. Distribuição por temas (n = 23 959)

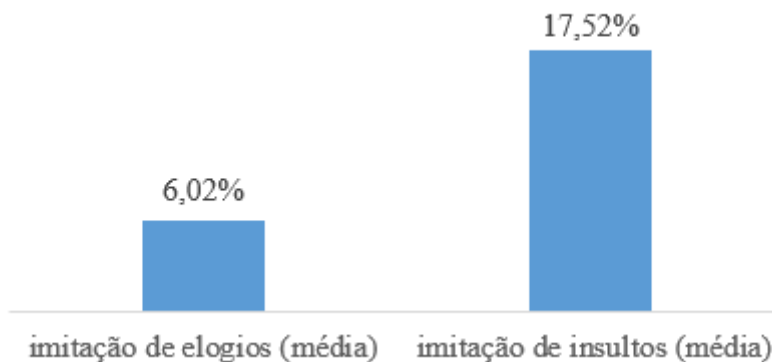


Fonte: produção própria

- 45 O tema “Portugal” surge-nos como abstração territorial, política e legal. Aparece invariavelmente associado a controvérsias: a referência a “neste país”, a comparação “deste país” com outros, o cumprimento das leis de “cada país” são menções comuns. O uso de expressões como “Portugal”, “portugueses” ou “Estado português” servem para construir narrativas generalistas sobre virtudes e defeitos. As controvérsias decorrentes deste tema, na sua interligação com os restantes, abrem caminho a posições antagónicas e conflituosas.
- 46 O tema “Religião” (Deus, Papa, igreja, ateus) aparece-nos devido à relação dos portugueses com o catolicismo, mas também devido ao comentário controverso veiculado na notícia N1 – relação entre fiéis, ódio e ateu. Ideias feitas sobre agrupamentos (ateus, fiéis, católicos) geraram várias controvérsias.
- 47 No tema “Generalização”, agrupamos “pessoas” e “gente”. Serve este caso para demonstrar a força, mas também o problema, da generalização no discurso: “Há pessoas que...”, “conheço pessoas que...”, “eu conheço gente assim...”, “toda a gente sabe...”, entre outras expressões. Estas generalizações estão associadas aos restantes temas: justiça/lei, religião, racismo, respeito, violência e vergonha.
- 48 Outro tema em destaque é Justiça/Lei (aqui unem-se as palavras “polícia” e “força policial”). A N4 (“Temo pelo que possa acontecer-me”) evidencia um alegado desrespeito perante esta autoridade, despoletando controvérsias e dilemas. Exemplo: “Se eu quiser criticar a polícia estou no meu direito” ou “insultou a polícia, logo tem de pedir desculpa”. Vários considerandos se misturam com questões étnicas e raciais, originando novos dilemas: “Acha que a atitude da polícia mudaria se fossem brancos?” ou “a atitude da polícia mudaria independentemente da cor?”. Eis que surge o “racismo” em n = 23 959: o “racismo”. Esta palavra aparece como suposta “desculpa”, mas também como insulto, direto ou indireto.
- 49 Entre os restantes temas, salienta-se a palavra “vergonha” como menção a um estado de espírito contingentemente sentido em relação a coisas coletivas. Funciona como um modo de exposição de ira.

- 50 As repetições de temas e palavras levam-nos à relação entre o total de conversações (n = 913), o número de insultos e o número de elogios (gráfico 7).

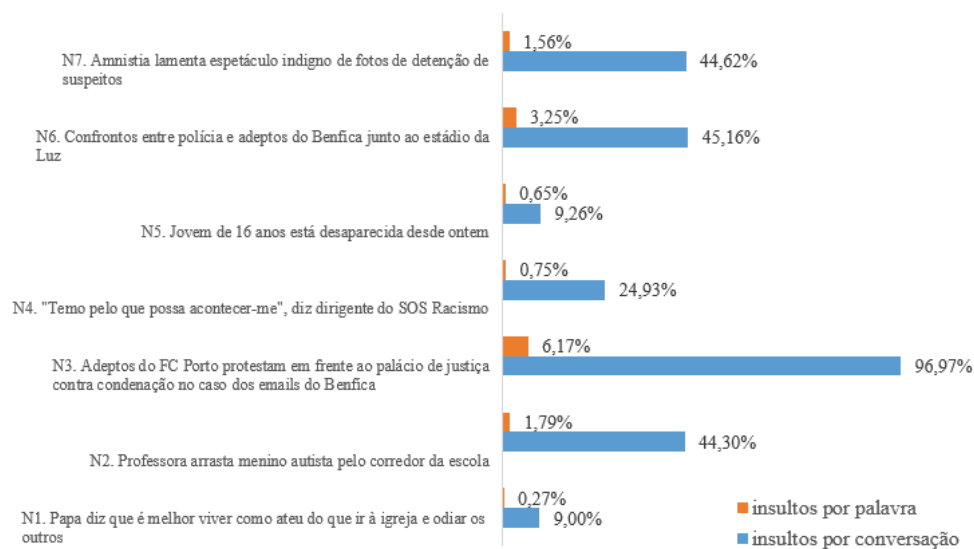
Gráfico 7: Imitação de elogios e insultos (n = 913)



Fonte: produção própria

- 51 As sete publicações e respetivos comentários revelam uma prevalência da atmosfera do insulto (17,52%) sobre a do elogio (6,02%). Essa prevalência é particularmente notória em N3, N6, N7 e N2 (gráfico 8).

Gráfico 8. Insultos por palavra e conversação (n = 913)



Fonte: produção própria

- 52 Como já foi referido, insultos e agressões verbais constituem modos de demonstração da ira, o que por sua vez se transforma em ódio. Na seguinte nuvem de palavras, podem ser lidos os principais insultos alvos de imitação, ou seja, insultos que surgiram num comentário iniciador e que depois foram imitados por outros comentários e escritos por outros intervenientes.

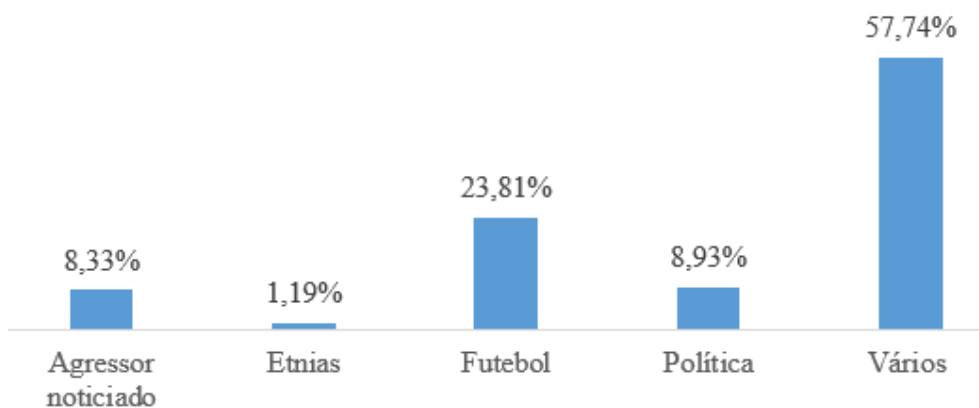
Nuvem de palavras 1. Insultos em imitação (n = 913)



Fonte: produção própria

- 53 Exceto no caso da relação entre “vergonha” e “país” (habitualmente, vergonha de país), “vergonha” e “corruptos” (ou corrupção) e “volta” com “para a tua terra”, todos os restantes são imitações de insultos diretos. A distribuição dos insultos por tema revela o futebol como temática com maior rácio de insultos, seguido da política e dos agressores/criminosos. No item “Vários”, estão os insultos que se repetem em todos os temas das sete publicações (gráfico 9).

Gráfico 9: Insultos por número de conversações (n = 913)



Fonte: produção própria

- 54 Para analisarmos de modo mais fino esta questão dos insultos por conversação, desenvolvemos um índice de ódio digital (doravante IOD). Definimo-lo a partir da associação entre pontos que se anulam nas conversações: insultos e elogios. Esta perspetiva assenta numa fórmula de cálculo da transmissibilidade de imitações que decorrem das dinâmicas de engajamento (Siqueira & Bronsztein, 2015, p. 148): “envolvimento, interação, intimidade e influência”. Neste sentido, o índice de ódio expõe o envolvimento dos sujeitos com o conteúdo a imitar (neste caso, insultos e elogios que funcionam enquanto extremos), a interação dos sujeitos com esses

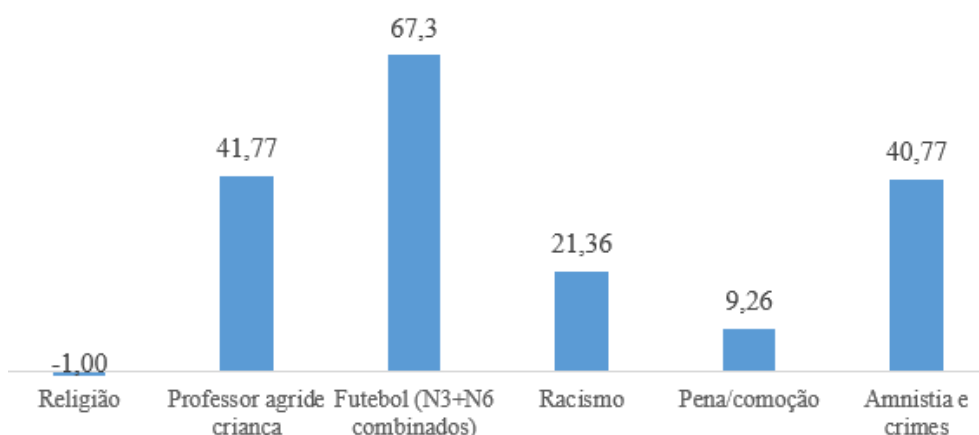
conteúdos, a intimidade revelando a ligação afetiva entre sujeitos e conteúdos e, finalmente, a influência dos sujeitos e conteúdos na ação (neste caso, na conversação).

55 Assim, a fórmula para obter o IOD por conversação é:

$$\text{IOD} = \frac{(\text{total de insultos} - \text{total de elogios}) \times 100}{\text{N.º de conversações totais}}$$

56 Esta fórmula permite-nos medir, nas conversações mediadas por computador, a presença e a força do ódio através do insulto, ainda que matizada pelo elogio. Uma atmosfera de ódio é tanto maior quanto menor a presença do elogio e vice-versa. Assim, os dados permitiram-nos gerar os seguintes IOD de N1 a N7, tendo em consideração as 913 conversações.

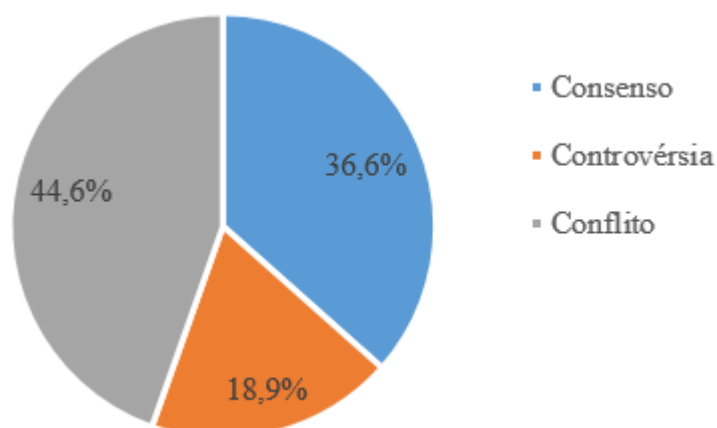
Gráfico 10: Índice de ódio nas conversações por tema (n = 913)



Fonte: produção própria

- 57 Revela-se uma forte presença de ódio nos artigos sobre futebol (67,3 no combinado N3 mais N6), seguida de uma forte presença em N2 (“professor agride criança” – 41,77) e em N7 (“amnistia” – 40,77). Para o nosso quadro teórico, esta forte presença de ódio nos artigos de futebol indicia um conjunto de associações contingentes de teor negativo em que prevalecem e circulam desconfianças sobre práticas (resultados, negócios, atos corruptos, etc.). A figura do “fanático ativista digital” encontra aqui eco esgrimindo os seus pontos de vista, imitando ideias e opiniões e estabelecendo coligações. Já relativamente à presença do ódio em N2, a dinâmica é ativada pela emoção gerada pelo modo de exposição da situação. A notícia coloca o professor como ator promotor de violência. A violência, bem como o binómio “forte bate em fraco”, surge como gatilho para respostas que têm por base emoções e sentimentos de ódio e raiva. Já em N7, é exposto o assunto da amnistia, que revela uma dimensão controversa e não consensual. O perdão a um facto que foi anteriormente punível tende a atrair aqueles que não concordam com esta medida internacional, gerando debate e interações conflituosas.
- 58 Utilizando agora os três vértices de posicionamento face às notícias (conflito, consenso e controvérsia), obtivemos a seguinte distribuição nos comentários excluindo as respetivas respostas:

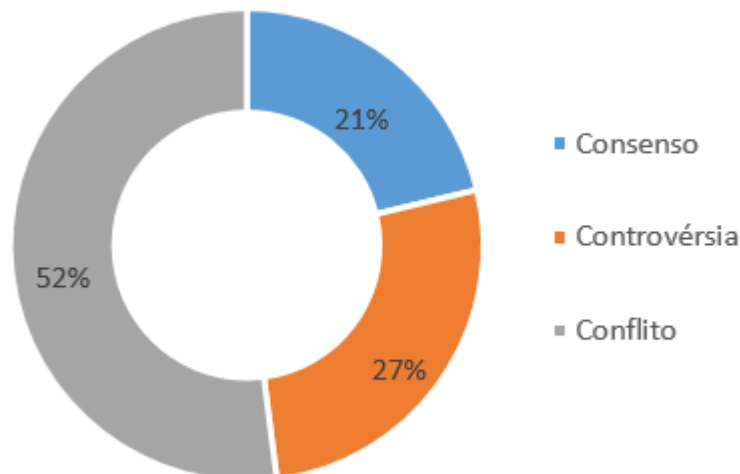
Gráfico 11: Posicionamento inicial de N1 a N7 (n = 350)



Fonte: produção própria

- 59 À partida, os posicionamentos de conflito e de consenso levam vantagem e estão relativamente próximos - 44,6% e 36,6%, respetivamente. Não obstante, quando acrescentamos aos 350 comentários as respostas (ou seja, passando de n = 350 para n = 913), regista-se um crescimento para os 52%. O posicionamento de consenso face à notícia é muito menos gerador de novas conversações (21%) do que o conflito (52%), sendo ainda ultrapassado pela capacidade geradora de controvérsias (27%).

Gráfico 12: Posicionamento total face à notícia (n = 913)

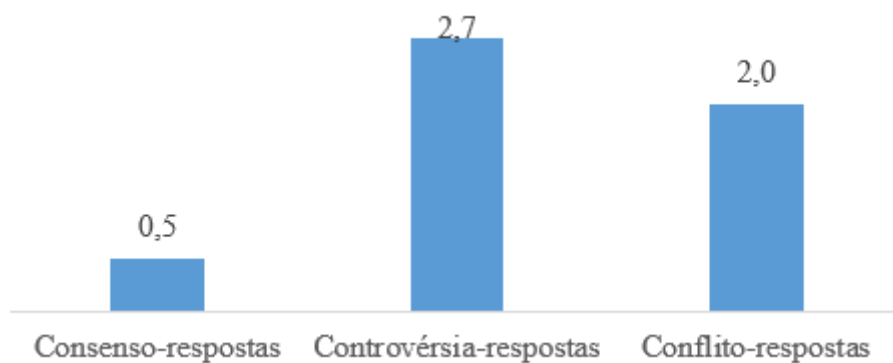


Fonte: produção própria

- 60 O tipo de posicionamento que gerou maior número de conversações foi, na totalidade, o conflito. Contudo, na relação entre o número de posicionamentos iniciais em n = 350 e o número de posicionamentos gerados tendo em conta n = 913, as controvérsias geraram, em média, mais conversações (cerca de 2,7 conversações cada). Já os comentários que entraram em conflito com a notícia geraram, em média, duas conversações cada (gráfico 13). Por seu turno, os posicionamentos de consenso foram os que menos conversações geraram (apenas 0,5). Infere-se daqui, tal como exposto no nosso quadro teórico, que, diante das necessidades e das imposições do “mercado da atenção”

(Patino, 2019), os conflitos e as notícias com maior tendência para gerar conflitos e controvérsias alcançam maior peso na estratégia digital, coisa que as empresas de comunicação e as suas redações já entenderam (Pinto, 2018).

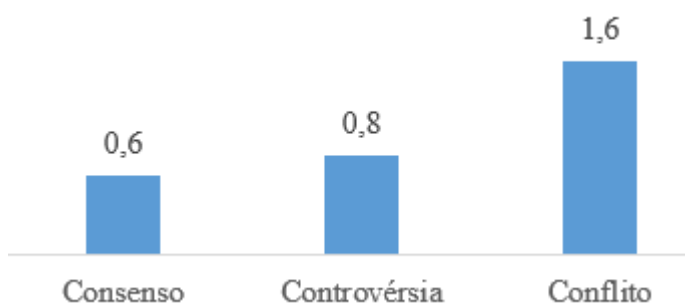
Gráfico 13: Posicionamentos face à notícia e ao número de respostas geradas (n = 913)



Fonte: produção própria

- 61 Num outro plano, ao relacionarmos os posicionamentos com os insultos face aos temas dos artigos, verificamos que os conflitos estão mais povoados: cerca de 1,6 insultos por conflito para 0,8 por controvérsia e 0,6 por consenso. Se o potencial das controvérsias para gerar novos comentários é maior, esses não são os que contêm mais o germe do insulto (gráfico 14). Infere-se daqui uma associação contingente, que não existiria num passado sociotécnico, entre conflito e insulto escrito, na medida em que se revelam traços do atual paradigma das redes: dinâmicas sociais como o conflito renovam as suas formas devido a novas possibilidades sociotécnicas – o insulto escrito, instantâneo e à distância. E aqui surgem outros problemas, nomeadamente o do registo público dessa forma de violência (Stein, Nodari, & Salvagni, 2018).

Gráfico 14: Insulto por posicionamento (n = 913)



Fonte: produção própria

7. Resultados qualitativos

- 62 Para apurar diferenciais de insultos nos conflitos, nas controvérsias e nos consensos, nesta secção fomos à procura dos gatilhos de ódio e dos respetivos modos de aparição nas sequências de comentários.
- 63 Começando por N1 (2019) – notícia com o título “Papa diz que é melhor viver como ateu do que ir à igreja e odiar os outros” –, damos conta do facto de o comentário número 11 (ver exemplo 1) iniciar uma controvérsia. Seguem-se seis comentários que imitam a ideia da controvérsia até que um outro (11.7) introduz uma primeira variação ao tema. O seguinte (11.8) assume parte da derivação de 11.7 e começa a contraimitar o modo como o tema é lançado pelo comentário 11 e como é imitado pelos comentários 11.1, 11.2, 11.3, 11.4, 11.5 e 11.6. Esta sequência faz aparecer o 11.9, que através da partilha de uma imagem insulta um dos conversadores. Eis que surge o primeiro gatilho de ódio desta sequência.

Exemplo 1. Notícia N1²

11. Xiiii, essa foi piada para 90% dos católicos portuguesas que vão à Igreja. 😊 (236) **Iniciador**

de contraimitação:

11.1. 99,9% (imitador 1)

11.2. Serve para os católicos... E para as outras religiões, essa foi boa Papa 🙏🙏🙏 (imitador 2)

11.3. Sérgio Santos inclusive ele mesmo!!! (imitador 3)

11.4. 90% é pouco xD (imitador 4)


11.5. 99,9 seguramente (imitador 5)

11.6. católicos e todas as outras religiões... 😊 (imitador 6)

11.7. O Ser humano é isso mesmo... humano por isso tem defeitos. Eu sou católica praticante e sei que não sou perfeita e tenho defeitos. Estas homilias ajudam-nos a perceber isso mesmo. Não somos perfeitos, mas temos que tentar ser melhores pessoas. (pré-derivação 1)

11.8. O Sérgio Santos & companhia, olhem que se calhar ainda é pior vocês irem à igreja ler a mente e o coração das pessoas para fazerem o registo de quem está lá a fingir. Kkkk (contra imitador 1)

11.9. Rui Fernandes <https://goo.gl/images/Zr2fqN> (imitador 7 – **GATILHO 1 insulto, provocação**)



11.10. isso apostou que ofendeu as **beatas** da igreja. (imitador 8)

11.11. Sérgio Santos acho que é para TODOS indiferente de religião. (imitador 9)

11.12. Sérgio Santos não me digas que os não católicos são 90% **uros**... são perfeitos...foge andamos todos enganados... (contra imitador 2)

11.13. Foi mais para os 100% de ateus, se não são capazes de amar então sejam ateus... pois. (opositor-derivador 1)

11.14. Eugénia Sousa os ateus que aqui se expressaram são exatamente o que o Papa Francisco diz, falam, falam, falam como **papagaios**. Eu diria **hienas**. Porque esta notícia está deturpada. O que o Papa disse foi bem diferente e já publico a seguir. Mas esta gente adora pensar que o Papa é pró-ateu. Deixá-los. Nem sabem o que é uma catequese. (opositor-derivador 2 **GATILHO 2**)

Fonte: produção própria

- 64 A partir do gatilho 1 (a imagem ofensiva), aparece um comentário ofensivo: “beatas” (11.10). Segue-se um novo comentário de contraimitação e eis que aparece pela primeira vez um opositor-derivador (11.13), contrariando o alvo do discurso (de católicos para ateus). Sentindo a força desta oposição, o comentário 11.14 reforça a confiança e utiliza dois insultos: “Papagaios” e “hienas” (gatilho 2). Este trecho pode indicar que numa atmosfera de conflito as coligações podem levar a aumentos de insultos.

- 65 Já na publicação da N2 (“Professora arrasta menino autista pelo corredor da escola”), percebemos que o posicionamento geral face à notícia indicia a geração de sequências de reações. Diante de um título que aponta uma agressão de um adulto sobre uma criança “autista”, as reações mais comuns são as de conflito para com a professora ou agressivamente consensuais. Tal pode indiciar que os posicionamentos (consenso, controvérsia ou conflito) dependem de tema, título e/ou conteúdo. Pode existir consenso com o tema, título ou conteúdo e mesmo assim gerar-se controvérsia ou conflito sobre este. É também a partir destas associações com temas e títulos que as sequências se organizam. Assim, em N2 a violência do agressor recebe uma resposta geral de contraviolência. Os comentários organizam-se desse modo e o gatilho-mor é, neste caso, a própria notícia.

Exemplo 2. Notícia N2³

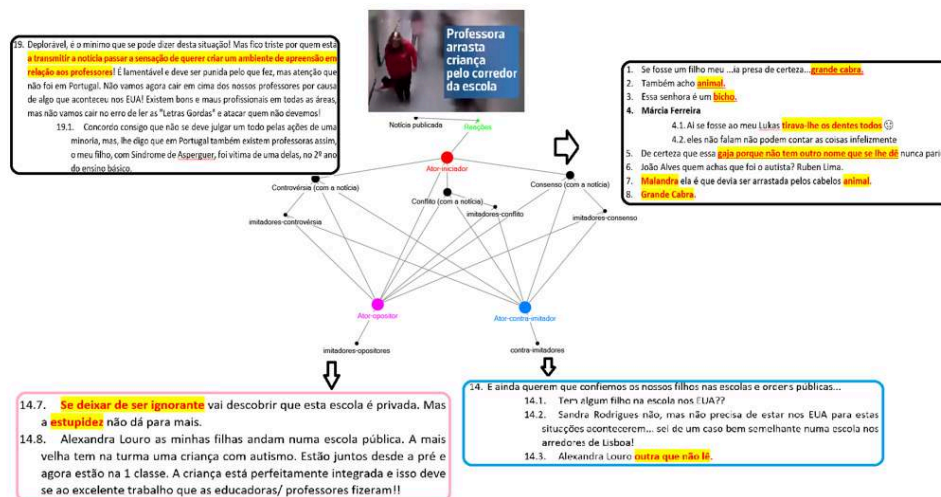
1. Se fosse um filho meu ...ia presa de certeza... **grande cabra**. (GATILHO 1. Conflito com a situação e insulto)
2. Também acho **animal**. (imitador 1)
3. Essa senhora é um **bicho**. (imitador 2)
4. **Márcia Ferreira** (convite a alguém que se revoltaria)
 - 4.1. Ai se fosse ao meu Lukas **tirava-lhe os dentes** todos 😊. (imitador 3)
 - 4.2. eles não falam não podem contar as coisas infelizmente (pré-derivação 1)
4. De certeza que **essa gaja** porque não tem outro nome que se lhe dê nunca pariu. (imitador 4)
5. João Alves quem achas que foi o autista? **Ruben Lima**. (convite a alguém que se revoltaria)
6. **Malandra** ela é que devia ser **arrastada** pelos cabelos **animal**. (imitador 5)
7. Grande **Cabra**. (imitador 6. Imita o insulto do gatilho 1)
8. Que **ódio** de todas estas pessoas que maltratam as crianças dói-me a alma 😞😞 (imitador 7)
9. Mesmo **cabra**. (imitador 8. Imita o insulto do gatilho 1)
10. **Cabra**. (imitador 9. Imita o insulto do comentário 10)
11. Foi despedida? Foi pouco... Antes umas horas de a despedir, ia à escola e **fazia-lhe mais ou menos o mesmo**... **arrastava-a** mas com a **fronha** no chão! Certo é que não ia ser fácil arrastar uma **badocha** dessas! **Trambolho frustrado** com toda certeza! E não era pouco. (imitador 10)
12. Vergonha, grande **mula**. (imitador 11)
13. **E ainda querem que confiemos os nossos filhos nas escolas e ordens públicas...** (CONTROVÉRSIA)
 - 14.1. Tem algum filho na escola nos EUA??
 - 14.2. Sandra Rodrigues não, mas não precisa de estar nos EUA para estas situações acontecerem... sei de um caso bem semelhante numa escola nos arredores de Lisboa!
 - 14.3. Alexandra Louro **outra que não lê**. (reparo generalizador)
 - 14.4. Madalena Matos **pk** diz que não leio?!
 - 14.5. Um menino autista, de nove anos, foi arrastado pela professora no corredor de uma escola primária. A professora foi despedida. Aconteceu no estado de Kentucky nos Estados Unidos.
 - 14.6. Não é preciso estar nos Estados Unidos para estas coisas acontecerem... Não veem as notícias... Não digo que sejam todos iguais, e ainda bem que assim é pois mas que existe, existe!
 - 14.7. Se deixar de ser **ignorante** vai descobrir que esta escola é privada. Mas a **estupidez** não dá para mais. (GATILHO 2)

Fonte: produção própria

- 66 Este exemplo não apresenta grandes variações. Existe um conflito com o tema e um consenso generalizado com as reações de insulto. Mais à frente, surge uma controvérsia que se prende com um reparo contra as escolas públicas: “E ainda querem que confiemos os nossos filhos nas escolas e ordens públicas” (comentário 13). Daqui geram-se várias conversações. A controvérsia acaba por originar alguns insultos, desta feita entre comentadores. No entanto, surge uma nuance que volta a demonstrar a importância das coligações informais e das imitações nos posicionamentos: é o caso da chamada de conhecidos através da nomeação (comentários 4 e 5). Esta prática serve para envolver pessoas, das quais já se conhece o posicionamento sobre a temática, o que permitirá aumentar o volume de imitações e porventura novas controvérsias e conflitos.

- 67 Estes exemplos permitem-nos sistematizar uma primeira cartografia do ódio através de um esquema que revela a combinação de forças de atração sobre os vértices adjacentes, e as forças repulsivas sobre os vértices a partir de Fruchterman e Reingold (1991).

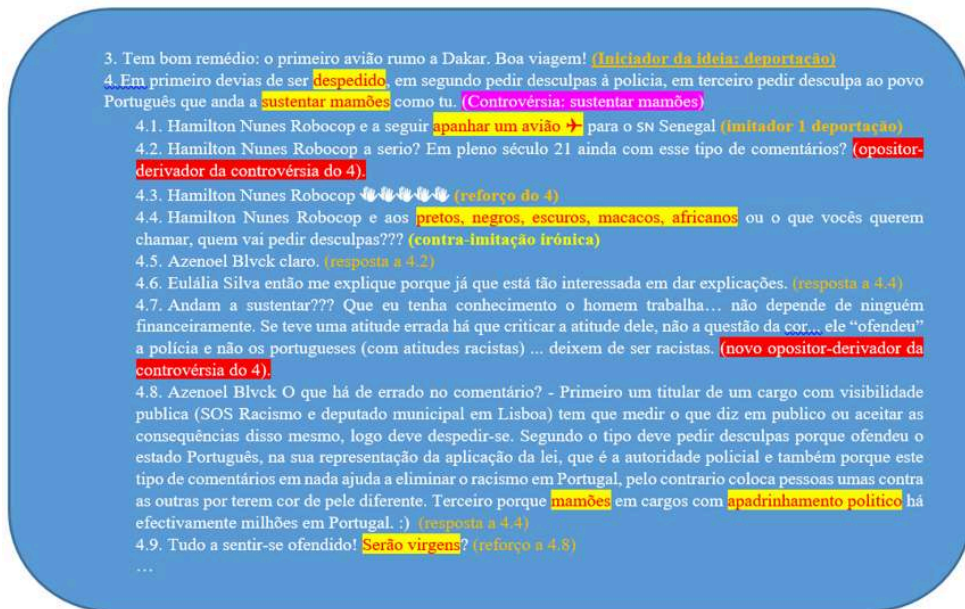
Esquema 1. Dinâmica de interação de atores (N2)



Fonte: produção própria

- 68 No caso N3 (2019) – “Adeptos do FC Porto protestam em frente ao palácio de justiça contra condenação no caso dos emails do Benfica” – a temática do futebol indicia uma sequência em consenso com a direção comum das posições (do 10 ao 13), até que um comentário (14) se opõe e deriva o caso para o passado, acrescentando-lhe um insulto generalizado a uma comunidade de adeptos (ver exemplo 3).

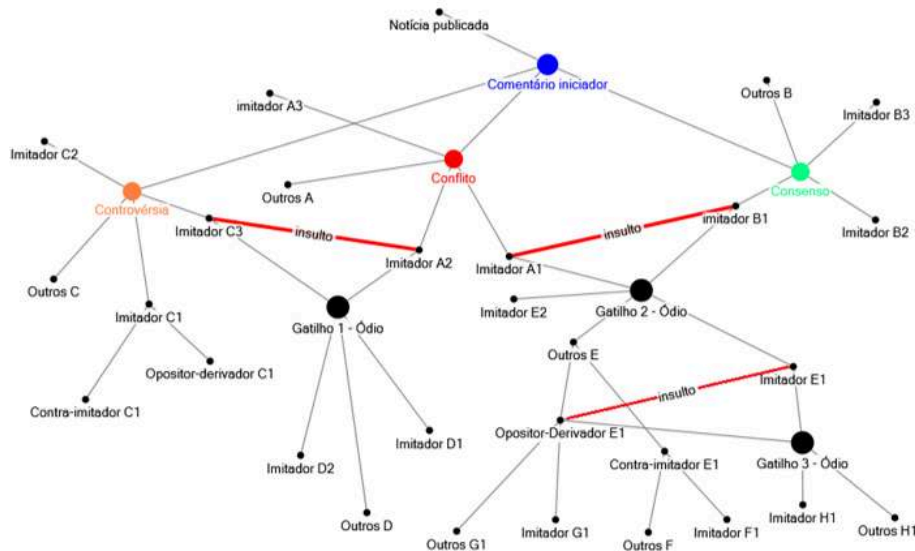
Exemplo 4. Notícia N4



Fonte: produção própria

- 72 Esta sequência revela a estrutura dos casos anteriores: o comentador 3 lança a ideia da deportação do visado na notícia; o comentador 4 lança a controvérsia de que o visado da notícia vive do sustento dos portugueses, insultando indiretamente (Gatilho 1); o 4.1. imita a ideia da deportação; o 4.2. opõe-se à controvérsia gerada pelo 4; surge um reforço da ideia do 4; o 4.4. lança uma pergunta irónica, subentendendo racismo no 4; seguem-se respostas a 4.2. e a 4.4.; aparece um novo opositor-derivador a fazer frente ao 4; há nova resposta a 4.4.; há coligação com 4.8. Esta dinâmica continua durante 153 comentários.
- 73 Assim, e observando redundância em N5, N6 e N7, verificamos que os comentários podem aparecer em relação à notícia, a outros comentários ou a ambos. Inicialmente, o foco é a notícia. Particularmente, o título. Seguem-se os comentários, posicionando-se em torno dos três cês: consenso, conflito ou controvérsia. A posição de consenso está de acordo com a notícia. A posição de conflito está contra o assunto ou o modo de expor a notícia. A posição de controvérsia gera derivações variadas, não sendo nem consensual nem conflituosa, mas introduzindo na conversação novos fatores e variáveis. A partir destas possibilidades, desenha-se uma sequência:

Esquema 2. Dinâmica de aparecimento dos gatilhos do ódio



74 Fonte: produção própria

75 Resumimos esta cartografia do ódio e respetivos gatilhos, imitações, contraimitações e oposições do seguinte modo:

1. um ator-iniciador comenta em direção ao consenso, conflito ou controvérsia para com a notícia.
2. outros se seguem a imitar e a reforçar essa posição.
3. Com mais imitações, coligações e consequentes reforços, e em função das temáticas, abre-se o espaço para os insultos, as provocações ou as instigações à violência – gatilho 1 (resulta dos pontos 1 e 2).
4. Surge um contraimitador que assume ideia contrária.
5. Outros se seguem a imitar e a reforçar essa segunda vaga. Se insultam, acionam o gatilho 2.
6. Abre-se a possibilidade de aparecimento de um opositor-derivador, que não imita nem contraimita. Antes se opõe ao que está a ser imitado e contraimitado.
7. Geram-se imitações dessa oposição-derivação.
8. Abre-se a possibilidade de maior agressividade – insulto, provocação, instigação, tentativa de superiorização – gatilho 3.
9. Repetem-se os ciclos até ao esgotamento do tema ou da atualidade da notícia.

8. Discussão de resultados

76 Analisadas estas notícias do JN, constatamos que no Facebook Portugal se destacam os seguintes temas: pena/comoção (18%), futebol (12%), política (10,67%), religião (8%), ilegalidades (8%), crimes (6,67%). Um terço (30,7%) das notícias revela associação ao ódio. As mais comentadas estabelecem maior relação (16,7%). Fica em falta o estudo de uma relação socioeconómica e socioprofissional dos conversadores, bem como maior exploração dos temas e das manifestações semióticas de ódio, e.g. insultos.

77 Constatamos também a existência de uma relação entre estratégias editoriais, o algoritmo do Facebook e as emoções. As publicações com mais insultos aumentam

consideravelmente o número de conversações, o que por sua vez aumenta o número de comentários. Ao atingir o maior volume possível de pessoas e dinâmicas, através da detecção de emoções e históricos por utilizador, o EdgeRank funciona como força direta (estratégias editoriais) e indireta de “captura da atenção”, modelando comportamentos. Esta modelação aproveita a negatividade gerada pelo ódio, beneficiando em nosso entender o capitalismo informacional. Surge daqui uma reflexão que importa fazer. Até que ponto não haverá a necessidade de se introduzir maior responsabilidade sociotécnica, tanto no algoritmo como nas estratégias editoriais, a favor de melhores índices de saúde mental e social? Neste aspeto, política e lei podem atuar para corrigir, regular ou amenizar a força do “mercado da atenção” sob qualquer pretexto numérico, limitando climas de mal-estar social.

- 78 Constatamos ainda a pertinência da adoção de índices de ódio por publicação. Este instrumento poderia funcionar para dissuadir internautas, avisando-os antecipadamente de debates e conversações com níveis elevados de violência. Medir presença e força do ódio através do cálculo de insultos por publicação poderia possibilitar *bots* (aplicação em código informático) capazes de atuar para limitar escaladas de violência. Tal como constatamos no tema do futebol ou das agressões, a sua redução poderá contribuir para controlar ou minimizar os efeitos do ódio na saúde, mental e social.
- 79 Por outro lado, constatamos que imprensa e públicos têm hoje uma relação mais próxima. Cada vez mais, os debates coletivos surgem de temas das notícias e de coberturas noticiosas que alcançam grande presença nos intelectos contingentes, sendo posteriormente retroalimentados pelos próprios interesses dos públicos na sua dinâmica algorítmica. Entendemos que a imprensa *online*, acelerada pelas tecnologias, constitui fonte iniciadora de conversas, dispondo-as numa teia de associações e dissociações. No conforto do lar, o ator contingente associa-se ou dissocia-se de ódios e discursos, imitando-os ou opondo-se.
- 80 Por seu turno, os dados qualitativos permitem-nos depreender que cartografar o ódio é analisar associações estabelecidas entre atores e conversações. Dessas, surgem gatilhos, imitações, contraimitações, coligações e oposições. Uma espécie de sequência, em que os iniciadores comentam, imitam e se coligam, os contraimitadores reforçam a oposição e acionam os gatilhos da contraforça e os derivadores acabam por criar novos trilhos de pensamento e opinião, funcionando como gatilhos num viés negativo e de conflito. Estes ciclos repetem-se até que a publicação perca a sua atualidade. Isto é, a contingência das dinâmicas sobrepõe-se ao fenómeno em si mesmo.
- 81 Esta reflexão implica ainda um debate mais alargado, interligando cultura digital, “economia da atenção” e “capitalismo informacional” (Castells, 2007). Até que ponto a escalada do ódio não está a ser puxada pela manivela dos interesses na captura da atenção e das emoções a favor de maiores lucros e dinâmicas de *clickbait*, que interessam a todo o tipo de empresas e operadoras de plataformas digitais? Não estará o numérico a impor-se às razões práticas dos sujeitos e com isso a manipular e a iludir, fortalecendo e tornando mais constante e mais presente a “síndrome de mundo mau” (Gerbner et al., 2002)? Não haverá a necessidade de impor aqui limites éticos, que suplantem os interesses meramente de mercado? Não estará a própria “síndrome de mundo mau” a ser usada, como tem acontecido no cinema e na televisão, pelos próprios algoritmos das plataformas digitais, mostrando mais o viés negativo das interações humanas do que um viés equilibrado e tendo como objetivo o resultado numérico?

BIBLIOGRAFIA

- Anderson, N. H. (1974). Information integration theory: A brief survey. In D.H. Krantz, R.C. Atkinson, R.D. Luce, & P. Suppes (Orgs.), *Contemporary developments in mathematical psychology 2* (pp. 236-305). São Francisco: Freeman.
- Barabási, A-L. (2002). *Linked: The new science of networks*. Perseu: Cambridge.
- Bardin, L. (2018). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Bauman, Z. (2008). *Medo líquido*. Rio de Janeiro: Editora Zahar.
- Benjamin, W. (1992). *Sobre arte, técnica, linguagem e política*. Lisboa: Relógio D'água.
- Cabral, A., & Lima, N. (2018). Interações conflituosas e violência verbal nas redes sociais: Polêmica em comentários no Facebook. *Revista (Con)Textos Linguísticos*, 12(22), 39-58.
- Capra, F. (1997). *A teia da vida*. São Paulo: Cultrix.
- Cardoso, G., Paisana, M., & Pinto-Martinho, A. (2018). Digital news report 2018: Portugal. In *Inquérito reuters digital news report 2015 a 2018*. Reuters Institute for the Study of Journalism. Disponível em: https://obercom.pt/wp-content/uploads/2018/09/DNR_PT_2018.pdf [Acedido em outubro, 20, 2019].
- Castells, M. (2007). *A sociedade em rede. A era da informação: Economia, sociedade e cultura*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Catalina, R., Caregnato, A., & Mutti, R. (2006). Pesquisa qualitativa: Análise de discurso versus análise de conteúdo. *Texto & Contexto Enfermagem*, 15(4), 679-84.
- Christakis, N., & Fowler, J. (2009). *O poder das conexões*. Harvard: Elsevier.
- Costa, M. J (2019). *Os comentários às notícias publicadas no Facebook e respetivo impacto nos jornalistas: o caso do Público*. Universidade do Minho. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1822/64881> [Acedido em outubro, 20, 2019].
- Costa, P. R. (2020). Eu sou tu. Tu és intelecto contingente. In J. P. Neves; P. R. Costa; P. de V. Mascarenhas; I. T. de Castro & V. R. Salgado (Eds.), *Eu sou tu. Experiências ecocríticas* (pp. 269-292). Braga: CECS.
- Damáσιο, A. (2010). *O sentimento de si: Corpo, emoção e consciência*. Lisboa: Círculo de Leitores.
- Dias, M. (2012). *Os ódios*. São Paulo: Iluminuras.
- Fernandes, P. (2019, 14 de outubro). A cultura de ódio. *Observador*. Disponível em: <https://observador.pt/opiniao/a-cultura-de-odio/> [Acedido em outubro, 30, 2019].
- França, T., & Grigoletto, E. (2018). Imagens do/no espaço virtual: Sobre as condições de produção do discurso de ódio no Facebook. In F. Silva, & K. Abreu (Orgs.), *O império do digital: Teoria, análise e ensino* (pp. 33-56). São Carlos: Pedro & João Editores.
- Fruchterman, T., & Reingold, E. (1991). Graph drawing by force-directed placement. *Software-practice and experience*, 21(11), 1129-1164. Disponível em: <http://faculty.washington.edu/joelross/courses/archive/f14/cs261/lab/j/fruchterman91graph.pdf> [Acedido em outubro, 15, 2019].
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli, N., & Shanahan, J. (2002). Growing up with television: Cultivation process. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

- Ginzburg, C. (1989). *Mitos, emblemas e sinais morfologia e história*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Goleman, D. (1995). *Inteligência emocional*. Lisboa: Círculo de Leitores.
- Han, B-C. (2018). *A expulsão do outro: Sociedade, percepção e comunicação hoje*. Lisboa: Relógio D'Água.
- Herring, S. (2004). Computer-mediated discourse analysis: An approach to researching online communities. In R Kling, & J. H. Gray (Eds.), *Designing for virtual communities in the service of learning* (pp. 338-376). New York: Cambridge University Press.
- Hesse, H. (2018). *O lobo das estepes*. Lisboa: Edições Leya/RTP.
- Higgins, S., & Ribeiro, A. C. (2018). *Análise de redes em ciências sociais*. Brasília: ENAP.
- Kucinski, B. (2009). Reflexões sobre o impacto da internet no campo do jornalismo. In F. Indursky, M. Ferreira, & S. Mittman (Orgs.), *O discurso na contemporaneidade: Materialidades e fronteiras* (pp. 53-64). São Carlos: Claraluz.
- Latour, B. (1986). The power of association. In J. Law (Ed.), *Power, action and belief* (pp. 264-277). London: Routledge & Kegan Paul.
- Latour, B. (2012). *Reagregando o social: Uma introdução à teoria do ator-rede*. Salvador: Edusc.
- Law, J. (2004). *After method: Mess in social science research*. London: Routledge.
- Machado, D. F. (2018). Mediações algorítmicas: O poder de modulação dos algoritmos do Facebook. *Revista Parágrafo*, 6(1), 43-55. Consultado em <http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/703/559> [Acedido em setembro, 15, 2019].
- Mackenzie, D. (2006). *An engine, not a camera: How financial models shape markets*. Cambridge: MIT Press.
- Marktest (2020, março). *Ranking auditado netAudience*. Grupo Marktest. Consultado em <https://www.marktest.com/wap/a/n/id~261e.aspx> [Acedido em setembro, 15, 2019].
- Marktest (2014). Um dia das nossas vidas na internet: Estudo de hábitos digitais dos portugueses. Grupo Marktest. Consultado em <http://www.novaexpressao.pt/userfiles/file/UM%20DIA%20DAS%20NOSSAS%20VIDAS%20NA%20INTERNET%20-20Vers%C3%83%C2%A3o%20integral.pdf> [Acedido em setembro, 15, 2019].
- Morin, E. (1977). *La méthode 1: A nature de la Nature*. Paris: Editions du Seuil.
- Morin, E. (2003). *Introdução ao pensamento complexo*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Nel, F., & Westlund, O. (2013). Managing new(s) conversations: The role of social media in news provision and participation. In M. Friedrichsen & W. Mühl-Benninghaus (Eds.), *Handbook of social media management. Media business and innovation* (pp. 179-200). Heidelberg: Springer.
- OberCom (2015). *A Internet e o consumo de notícias online em Portugal*. Disponível em: <https://obercom.pt/wp-content/uploads/2016/06/A-Internet-e-o-consumo-de-not%C3%ADcias-online-em-Portugal-2015.pdf> [Acedido em outubro, 20, 2019].
- Patino, B. (2019). *A civilização do peixe-vermelho: Como peixes-vermelhos presos aos ecrãs dos nossos smartphones*. Lisboa: Gradiva.
- Pinto, P. J. R. (2018). *Fake news e social media em Portugal: Conceitos, realidades e hipóteses. O caso da página "Os Truques da Imprensa Portuguesa"*. (Dissertação de Mestrado não publicada). Faculdade de Letras, Universidade do Porto, Porto, Portugal. Disponível em <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/119799/2/333946.pdf> [Acedido em março, 12, 2020].

- Recuero, R. (2012). *A conversação em rede: Comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet*. Porto Alegre: Editora Sulina.
- Recuero, R. (2017). Atos de ameaça a face e a conversação em redes sociais na internet. In A. Primo (Org.), *Interações em rede* (pp. 51-70). Porto Alegre: Sulina.
- Silva, R., Nichel, A., Martins, A. C. L., & Borchardt, K (2011). Discursos de ódio em redes sociais: Jurisprudência brasileira. *Revista Direito GV*, 7(2), 445-468.
- Simmel, G. (1950). Quantitative aspects of the group. In K. H. Wolff (Ed.) *The sociology of Georg Simmel* (pp. 87-180). Glencoe: Free Press.
- Siqueira, O. S., & Bronsztein, K. (2015). Jogos sociais e publicidade: Refletindo sobre os quatro níveis de engajamento digital do consumidor. *Culturas Midiáticas*, 8(1), 138-154.
- Soroka, S., & McAdams, S. (2010). An experimental study of the differential effects of positive versus negative news content. *Elections, Public Opinion and Parties*. University of Essex, 10-12 September. Disponível em <http://patrick-fourrier.com/d/cours11-6607.pdf> [Acedido em fevereiro, 25, 2020].
- Stein, M. Nodari, C., & Salvagni, J. (2018). Disseminação do ódio nas mídias sociais: Análise da atuação do social media. *Interações*, 19(1), 43-59.
- Tarde, G. (1978). *As leis da imitação*. Porto: Rés Editora.
- Tiedens, L.Z. (2001). Anger and advancement versus sadness and subjugation: The effect of negative emotion expressions on social status conferral. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80(1), 86-94.
- Veissière, S. P., Constant, A., Ramstead, M., Friston, K. J., & Kirmayer, L. (2019). Thinking through other minds: A variational approach to cognition and culture. *Journal of Behavioral and Brain Sciences*, 43, E90.
- Venturini, T. (2010). Building on faults: How to represent controversies with digital methods. *Medialab*. Consultado em http://www.medialab.sciences-po.fr/publications/Venturini-Building_on_Faults.pdf [Acedido em fevereiro, 25, 2020].
- Waldron, J. (2010). Dignity and defamation: The visibility of hate. *Harvard Law Review*, 123 (7), Rev. 1596.
- Zamith, F. (2018). O clickbait no ciberjornalismo português e brasileiro: O caso português. In *Atas do VI Congresso Internacional de Ciberjornalismo: Ameaças ao ciberjornalismo* (pp. 7-29). Universidade do Porto, Porto. Disponível em https://cobciber6.files.wordpress.com/2019/03/atas_6cobciber.pdf [Acedido em fevereiro, 25, 2020].

NOTAS

1. As notícias de 2017 foram compiladas a partir de <https://www.jn.pt/nacional/infografias/as-noticias-mais-populares-de-2017-9011426.html>, as de 2018 a partir de <https://www.jn.pt/nacional/infografias/as-noticias-mais-lidas-comentadas-e-partilhadas-em-2018-10374824.html> e as de 2019 a partir de <https://www.jn.pt/nacional/infografias/as-noticias-do-jn-mais-lidas-partilhadas-e-comentadas-em-2019-11641347.html>.
2. A publicação N1 está disponível em: <https://www.facebook.com/plugins/post.php?href=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2Fjornalnoticias%2Fposts%2F10158165493742995&width=500>.

3. A publicação N2 está disponível em: <https://www.facebook.com/plugins/post.php?href=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2Fjornalnoticias%2Fposts%2F10158186022167995&width=500>.

RESUMOS

A popularização das redes sociais digitais veio introduzir facilidade e instantaneidade na expressão pública dos atores. Tal proporcionou um aumento de debates na internet. Esta popularização deu maior visibilidade aos discursos de ódio e à intolerância, expondo insultos e modos de violência (Waldron, 2010). Estão em causa responsabilidades, individuais e regulatórias, de âmbito nacional, internacional e empresarial (Silva, Nichel, Martins & Borchardt, 2011). Todavia, neste artigo aborda-se o tema do ódio por uma perspectiva de interação: dinâmica entre notícias publicadas no Facebook e interações conflituosas. O objetivo foi o de perceber alguns gatilhos para a ativação de conversações em que insultos e ódios tomassem a dianteira. Partindo dos conceitos de imitação (Tarde, 1978), coligação (Simmel, 1950) e associação (Latour, 2012), estudamos o ódio em 350 comentários, 913 respostas geradas e 23 959 palavras contidas nas publicações do *Jornal de Notícias* mais partilhadas, mais comentadas e com mais gostos em 2017, 2018 e 2019. Os resultados revelam forte presença de discursos de ódio e de insultos face a temas, notícias, ideias, opiniões ou dilemas. Em um terço da amostra, notou-se forte presença de discursos de ódio, estando estes mais presentes nas publicações mais comentadas (16,7%). Os índices de ódio mais elevados foram encontrados no tema do “futebol” e no “crime/agressão”. Numa variante mais qualitativa, percebemos que os discursos de ódio se imitam, tanto na lógica dos argumentos como no tipo de insultos usados.

The popularization of digital social networks has brought ease and immediacy to the public expression of the actors. This provided an increase in debates on the internet. This popularization gave greater visibility to hate speech and intolerance, exposing insults and modes of violence (Waldron, 2010). Individual and regulatory responsibilities are at stake, in a national, international and business aspect (Silva, Nichel, Martins & Borchardt, 2011). However, this article addresses the issue of hatred from an interaction perspective: dynamics between news published on Facebook and conflicting interactions. The objective was to perceive some triggers for activating conversations in which insults and hatred took the lead. Based on the concepts of imitation (Tarde, 1978), coalition (Simmel, 1950) and association (Latour, 2012), we studied hate in 350 comments, 913 generated responses and 23 959 words contained in the most shared, most commented and most liked publications of *Jornal de Notícias* in 2017, 2018 and 2019. The results reveal a strong presence of hate speech and insults in the face of themes, news, ideas, opinions or dilemmas. In one third of the sample, there was a strong presence of hate speech, which was more present in the most commented publications (16.7%). The highest rates of hatred were found in the theme of "football" and "crime/aggression". In a more qualitative variant, we perceive that hate speech is imitated, both in the logic of the arguments and in the type of insults used.

ÍNDICE

Keywords: imitation, coalition, triggers, insults, Facebook

Palavras-chave: imitação, coligação, gatilhos, insultos, Facebook

AUTOR

PEDRO RODRIGUES COSTA*

CECS – Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade

ICS – CECS, Campus de Gualtar

4710-057 Braga

pedrocosta@ics.uminho.pt