

Rir para não chorar: o humor como arma ou salvação?

 *Hugo André Lopes Dias*

andrelopes.2003.14@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0005-0835-561X>

ISCAP, Instituto Politécnico do Porto

Resumo

Atualmente, em Portugal, as redes sociais estão marcadas por um fluxo constante de crises e notícias de circulação rápida. Por esse motivo, os memes tornaram-se uma forma relevante de comentar temas sérios. Este artigo sustenta que o humor digital é uma ferramenta ambivalente na comunicação pública portuguesa, porque pode funcionar como crítica social e apoio emocional, mas também como mecanismo de banalização, exclusão e desinformação; por isso, marcas, instituições e utilizadores devem avaliar eticamente o alvo, a intenção e os efeitos das mensagens humorísticas. Através da análise de exemplos nacionais, como a campanha da IKEA e o caso da deputada Joacine Katar Moreira, demonstra-se que o equilíbrio entre a sátira legítima e a responsabilidade ética é fundamental para a preservação da dignidade no debate público digital.

Palavras-chave: Humor político, Sátira digital, Comunicação digital, Memes, Redes sociais e Ética da comunicação.

Abstract

Currently in Portugal, social media is characterized by a constant flow of crises and fast-paced news. For this reason, memes have become a relevant way of commenting on serious topics. This article argues that digital humor is an ambivalent tool in Portuguese public communication, as it can function as social critique and emotional support, but also as a mechanism for trivialization, exclusion, and disinformation; therefore, brands, institutions, and users must ethically evaluate the target, intent, and effects of humorous messages. Through the analysis of national examples, such as the IKEA campaign and the case of Member of Parliament Joacine Katar Moreira, it is demonstrated that the balance between legitimate satire and ethical responsibility is fundamental for preserving dignity in digital public debate.

Keywords: Political humor, Digital satire, Digital communication, Memes, Social networks and Communication ethics.

Introdução

Nos últimos anos, a forma como se comunica em Portugal alterou significativamente devido à ascensão de plataformas como o Instagram e o TikTok. Longe de serem meros instrumentos de entretenimento, os memes passaram a ocupar o centro da linguagem digital, servindo para comentar política, sociedade e acontecimentos quotidianos de forma célere e visual. Para compreender a profundidade deste fenómeno, não basta observar apenas o presente. Ao longo da história, a cultura portuguesa demonstrou uma forte inclinação para o riso e para a crítica como ferramentas de resistência, tradição essa que encontra raízes nas cantigas de escárnio e maldizer e se prolonga na dramaturgia satírica de Gil Vicente e na crítica social de Rafael Bordallo Pinheiro. Segundo Leiser (2022), a utilização do humor em contextos de cultura participativa é motivada por necessidades de expressão, pertença e crítica cívica, o que permite enquadrar esta herança histórica como precursora da atual intervenção memética. Esta tradição, consolidada na caricatura política do século XX, revela que a desmistificação da autoridade através da ironia é um traço estruturante da comunicação pública nacional.

Neste contexto, os memes podem ser interpretados como herdeiros contemporâneos desta vontade de satirizar a própria adversidade e de transformar temas ameaçadores em conteúdos humorísticos. Segundo Halversen e Weeks (2023), os memes políticos funcionam como mecanismos de crítica, sátira e participação pública, embora a sua natureza visual possa, por vezes, reduzir a complexidade do debate democrático. A principal diferenciação reside na velocidade: se outrora uma caricatura exigia tempos alargados de produção e distribuição, hoje um conteúdo digital pode ser gerado e disseminado globalmente em minutos. Esta prática permite que os criadores de conteúdos participem ativamente na disputa de sentidos políticos, redefinindo as dinâmicas de poder no espaço digital (Mihăilescu, 2024).

Frequentemente, o humor é utilizado como um mecanismo interpretativo que torna o fluxo informativo mais suportável, aproximando o utilizador de temas complexos de forma mais próxima e com maior capacidade de envolvimento do que o discurso institucional tradicional. De acordo com Ahmed e Masood (2024), estas linguagens digitais têm a capacidade de mobilizar públicos historicamente afastados da política, funcionando como uma porta de entrada para a participação online. Contudo, esta democratização traz consigo desafios éticos profundos, uma vez que a simplificação visual pode ser utilizada para veicular distorções factuais (Al-Rawi, 2021).

Este artigo sustenta que o humor digital é uma ferramenta ambivalente na comunicação pública portuguesa, porque pode funcionar como crítica social e apoio emocional, mas também como mecanismo de banalização, exclusão e desinformação; por isso, marcas, instituições e utilizadores devem avaliar eticamente o alvo, a intenção e os efeitos das mensagens humorísticas. Através da análise de exemplos concretos, procurar-se-á identificar em que situações o riso opera como um gesto de consciência crítica e quando é instrumentalizado como uma arma que fragiliza a dignidade humana e o debate democrático.

O Humor como Salvação: Tornar os temas mais humanos

O primeiro lado do humor é a oportunidade de transformar temas difíceis em algo mais fácil de aceitar e discutir. No contexto português, onde os baixos salários e a crise na habitação são temas recorrentes, rir destes problemas ajuda a que as pessoas não se sintam sozinhas na sua frustração. É aí que entra o meme, gerando uma validação de sentimentos coletivos.

O riso que ajuda e aproxima

O riso funciona como um alívio de pressão. Quando partilhámos um meme sobre o preço exorbitante das rendas no Porto, estamos a dizer que o problema é estrutural e não uma falha individual; com isto, conseguimos criar uma ligação forte entre as pessoas baseada num pensamento coletivo. Um exemplo muito conhecido foi o incidente mediático de um deputado do partido Chega que desviou malas de viagem no aeroporto. A página "Insónias em Carvão" e marcas como o IKEA souberam aproveitar este erro para criar uma narrativa de ridicularização pública através do riso.

Figura 1 Outdoor do IKEA postado pela página de memes "Insónias em Carvão"



Nota. Retirado de Uffff, por insoniascarvao, 2025, Instagram (<https://www.instagram.com/p/DFIPbV1tjNI/>).

O humor serviu aqui como "salvação" porque permitiu criticar o poder de forma leve, direta e memorável. Para compreender o impacto real desta estratégia, basta observar a receção do público nos canais digitais. Na Figura 1, destaca-se uma grande quantidade de reações por parte dos utilizadores que ultrapassa os 9600 "gostos" e centenas de comentários que validam a mensagem da IKEA. O público utilizou o espaço para dar continuidade à piada, sugerindo novos slogans ou comparando a eficácia do móvel com a falta de ética do sistema político. Esta "concriação" do meme pelo público é o que transforma uma simples publicidade num momento de coesão social. O humor permite que o cidadão se sinta vingado simbolicamente; ao rir do armário que guarda "as malas dos outros", o público realiza um momento de identificação coletiva que alivia o peso da crise de confiança nas instituições. Este fenómeno reforça a tese de que o humor, quando bem direcionado a uma ação de quem detém o poder, funciona como um suporte emocional indispensável na mediação da realidade portuguesa contemporânea. No entanto, este tipo de sucesso comunicativo prepara-nos para o tópico seguinte: o humor é uma arma poderosa e, se o alvo for mal escolhido, pode tornar-se perigoso.

O Humor como Arma: O risco de banalizar a gravidade dos acontecimentos

Embora o humor possa servir como um refúgio, ele apresenta riscos significativos quando é utilizado para desviar a atenção da gravidade dos factos ou para desumanizar os outros. Nesta secção, analiso como o meme deixa de ser um apoio e passa a ser uma ferramenta de agressão que causa danos à sensibilidade social.

A piada como escudo para o preconceito

Um dos exemplos mais negativos da utilização do humor em Portugal surge quando o meme é usado para validar ataques a minorias ou grupos vulneráveis. Nestes casos, o autor da imagem utiliza a técnica da ironia defensiva: cria um conteúdo que parece ser uma piada, mas que carrega uma mensagem de ódio ou exclusão.

Quando o público reage negativamente, o agressor defende-se com a frase "era só um meme", utilizando o humor como um escudo para não assumir a responsabilidade pelas consequências das suas ações. Este comportamento é uma falha grave na comunicação, pois impede um debate sério e honesto sobre os problemas da sociedade. Em vez de resolver tensões, este tipo de humor "arma" serve para separar as pessoas e normalizar comportamentos que, noutro contexto, seriam considerados inaceitáveis.

O Riso como Ferramenta de Exclusão: O Caso de Joacine Katar Moreira

Um exemplo real e marcante da utilização do humor como “arma” em Portugal foi o tratamento dado à antiga deputada Joacine Katar Moreira (Figura 2). Este caso é fundamental para esta reflexão, pois demonstra o limite onde a sátira política deixa de ser utilizada como fiscalização do poder e passa a ser uma ridicularização de uma característica física: a gaguez. Enquanto no exemplo do IKEA o humor se dirigiu a uma ação política voluntária, na Figura 2 observa-se o uso do riso para atacar uma condição biológica involuntária.

Figura 2 Publicação de rede social questionando a veracidade da gaguez da deputada.



Nota. Retirado de *Deputada Joacine Katar Moreira está a exagerar a gaguez?*, por B. Horta, 2019, Observador <https://observador.pt/factchecks/deputada-joacine-katar-moreira-esta-a-exagerar-a-gaguez/>.

Esta transição do "riso de resistência" para o "riso de opressão" pode ser explicada através de Schmid (2025), que sustenta que o humor pode tornar o discurso de ódio menos reconhecível como hostil, facilitando a sua normalização no espaço público. Ao transformar uma deficiência num objeto de troça, a publicação não opera uma crítica ideológica, mas sim um gesto de capacitismo (*ableism*), em que a ridicularização serve para desumanizar o outro e retirar-lhe a dignidade. O conteúdo recorre a um humor escudado na ambiguidade: ao sugerir que a gaguez era uma estratégia de marketing, o emissor promove um "desvio da seriedade" que silencia a voz política da deputada.

Diferente da "concriação" positiva vista no caso IKEA, este fenómeno é descrito por Schmid et al. (2025) como uma estratégia de mainstreaming, onde o humor é utilizado para tornar mensagens discriminatórias ou hostis mais aceitáveis e fáceis de partilhar. O utilizador que consome este meme acaba por sofrer um processo de dessensibilização; ao rir do formato visual, baixa a sua guarda crítica e aceita a premissa discriminatória como entretenimento. Como destaca Al-Rawi (2021), a simplificação visual dos memes políticos facilita a

propagação de distorções factuais, o que neste caso exigiu a intervenção direta de um órgão de comunicação social para repor a verdade.

A gravidade deste episódio foi confirmada por um trabalho de verificação jornalística do Observador, que concluiu que as alegações de que a gaguez era “encenada” não tinham fundamento factual. Em suma, a comparação entre os dois casos revela que a eficácia do humor depende de saber equilibrar a piada com a verdade factual e a ética, evitando que a sátira se converta numa arma de silenciamento que fragiliza a democracia.

O impacto na confiança institucional

Quando são as próprias instituições ou figuras públicas a recorrer a um humor agressivo ou desumanizador, os danos na confiança podem ser difíceis de reparar. O riso cínico que passa por cima da dor dos outros acaba por corroer a autoridade de quem comunica e fragilizar a relação com o público. Sempre que uma organização usa a piada para escapar à responsabilidade por uma falha séria, em vez de a reconhecer de forma clara, essa estratégia é rapidamente percebida como pouco autêntica. É precisamente neste ponto que o humor deixa de funcionar como “salvação” e passa a atuar como instrumento de desinformação, confundindo fronteiras entre o que é facto e o que é apenas construção pensada para gerar cliques e visualizações.

No caso da Figura 2, a gravidade do meme foi tal que levou à realização de um trabalho de verificação jornalística por parte do Observador, que concluiu que a ideia de que a gaguez era “encenada” não tinha fundamento. O facto de ter sido necessária a intervenção de um órgão de comunicação social para repor a verdade mostra até que ponto o humor digital, quando usado como arma, consegue distorcer a perceção pública da realidade.

Esta reflexão sobre os danos causados pelo humor agressivo abre caminho para a discussão final do artigo, na qual procuro perceber de que forma é possível encontrar um ponto de equilíbrio em que a piada não destrói a dignidade dos temas e das pessoas envolvidas.

O equilíbrio entre leveza e responsabilidade

Ao comparar o humor como salvação e o humor como arma, percebe-se que a comunicação digital em Portugal chegou a um ponto em que o riso funciona quase como o principal amortecedor de uma sociedade cansada da sua própria realidade. A forma como os temas anteriores foram apresentados mostra um padrão nítido: o meme deixou de ser só uma imagem engraçada e passou a moldar a maneira como lidamos com assuntos que normalmente evitaríamos. Nesta secção, adoto uma postura mais crítica para pensar tanto as potencialidades como os riscos desta nova forma de entretenimento e comentário social.

A ética do riso: confronto entre sátira e opressão

Quando olhamos com atenção para os dois casos discutidos, torna-se claro que o humor digital em Portugal não é uma realidade homogénea, mas um campo cheio de tensões éticas constantes. A principal diferença entre o humor usado pelo IKEA (Figura 1) e o humor dirigido à deputada Joacine Katar Moreira (Figura 2) está em dois elementos: para onde é dirigido o ataque e qual é o objetivo do riso. No caso do meme das malas, lidamos com aquilo que podemos chamar de “riso de resistência”, que procura ridicularizar o poder e expor um comportamento político específico. Quando uma marca ou um criador de conteúdos usa um meme para apontar um erro ético ou político de quem ocupa cargos de autoridade, o humor funciona como uma ferramenta democrática importante, desmistifica a autoridade do poder e abre espaço para que cidadãos comuns participem no debate público através da ironia. Este é o tipo de humor que “salva”, porque ajuda a canalizar a indignação coletiva e permite lidar com falhas graves sem cair num sentimento total de desespero.

O exemplo da Figura 2 mostra o outro lado deste fenómeno: o humor como “arma” de exclusão social. Ao contrário do meme centrado numa decisão política, aqui o alvo é uma característica física e incontrolável, a gaguez, que é transformada em motivo de piada. Quando o riso se apoia numa vulnerabilidade ou numa condição biológica, deixa de operar como crítica legítima e passa a atuar como forma de agressão coletiva. Em vez de abrir espaço para discussão, este tipo de humor procura descredibilizar e silenciar quem é alvo da piada. Ao colocar em causa a veracidade de uma condição médica apenas para retirar legitimidade a uma figura política, o humor digital atravessa uma fronteira ética delicada e transforma-se num instrumento de opressão que usa a ironia para fugir à responsabilidade social.

O algoritmo como motor de dessensibilização

Outro ponto essencial nesta discussão é o papel das próprias infraestruturas digitais na circulação e priorização deste tipo de humor. O riso mais cínico, agressivo ou emocionalmente carregado tende a alcançar uma visibilidade significativamente superior ao humor construtivo. De acordo com Milli et al. (2025), os sistemas de recomendação orientados pelo engagement tendem a amplificar conteúdos divisivos, uma vez que estas publicações geram reações intensas que as plataformas valorizam para maximizar o tempo de retenção do utilizador. Nas redes sociais portuguesas, um meme ofensivo propaga-se com uma celeridade que ultrapassa qualquer tentativa de contextualização ou verificação de factos.

Deste modo, instala-se um problema de desinformação com raízes estruturais. Como destacam Halversen e Weeks (2023), embora os memes funcionem como veículos de participação, a sua natureza visual e simplificada pode reduzir drasticamente a complexidade do debate político, induzindo o utilizador a baixar a sua guarda crítica. O humor deixa, assim, de ser apenas entretenimento e passa a funcionar como um mecanismo de desvio em relação à realidade factual. O risco não reside apenas na piada isolada, mas na espécie de anestesia ou dessensibilização que ela produz ao longo do tempo.

Ao habituarem-se a consumir a realidade através de formatos humorísticos agressivos, os utilizadores podem perder a capacidade de avaliar a validade ética e a veracidade do conteúdo. Este fenómeno, aliado à tendência das plataformas para privilegiar o que é viral em detrimento do que é rigoroso, sacrifica a profundidade analítica e a capacidade de empatia necessária para o debate democrático. Como sustenta Al-Rawi (2021), a ligação entre memes políticos e discursos de desinformação é estreita, reforçando a necessidade de uma análise mais cuidadosa sobre como o design das plataformas influencia a nossa perceção do “outro”.

O Desafio da Autenticidade na Comunicação Organizacional

Para os profissionais de comunicação em Portugal, estes exemplos servem como um aviso sobre os riscos da utilização do humor na construção da imagem de marca. O caso do IKEA demonstra que é possível ser irreverente e ganhar a simpatia do público, desde que o humor seja direcionado para situações de interesse público manifesto e mantenha um padrão de inteligência. No entanto, se uma marca tentasse utilizar um humor semelhante ao da Figura 2, o dano na sua reputação seria, muito provavelmente, irreversível. A sociedade contemporânea está cada vez mais atenta à diferença entre a sátira legítima ao poder e o ataque pessoal gratuito.

As organizações precisam, por isso, de reconhecer que o humor enquanto “salvação” vem sempre acompanhado de uma responsabilidade acrescida perante o público. Para impedir que uma piada se transforme numa arma de agressão, os comunicadores devem analisar com cuidado as suposições e intenções associadas a cada conteúdo antes de o divulgar. É

fundamental perguntar se o meme está a atacar uma ideia ou uma pessoa e se contribui para denunciar uma injustiça ou, pelo contrário, para criar uma forma de exclusão. As respostas a estas questões acabam por determinar se a comunicação de uma empresa será vista como autêntica e próxima dos cidadãos ou como puramente oportunista e desligada da realidade. O grande desafio dos próximos anos passa por formar utilizadores e profissionais para uma verdadeira “literacia crítica sobre memes”, que valorize o riso capaz de aproximar e criar laços, em vez do riso que afasta e marginaliza o indivíduo.

Conclusão

Para terminar, esta reflexão permite perceber que os memes em Portugal são muito mais do que entretenimento rápido: funcionam como uma espécie de nova infraestrutura da opinião pública. Ao olhar para os casos da IKEA e de Joacine Katar Moreira, fica visível que o humor digital tanto pode servir de apoio e de crítica legítima ao poder (salvação), como pode alimentar a indiferença perante a dor dos outros e reforçar mecanismos de exclusão (arma). Os resultados deste artigo indicam que profissionais de comunicação e figuras públicas precisam de agir com autenticidade e, sobretudo, com responsabilidade em relação à pegada ética que deixam no espaço digital.

Considera-se que o futuro da comunicação organizacional e política em Portugal passa por uma aposta séria na literacia memética e mediática, que ajude a distinguir o humor de resistência do humor de opressão. As instituições não devem recusar o humor, porque ele é muitas vezes a porta de entrada para captar a atenção das gerações mais novas. Contudo, é essencial estabelecer limites claros: a piada não pode substituir a verdade factual, nem deve ser usada para desumanizar o adversário ou ridicularizar características que a pessoa não consegue mudar. Quando uma marca ou um partido recorre ao riso para desviar o foco de uma falha ética, acaba por contribuir para a erosão da confiança institucional e, a longo prazo, fragiliza a própria democracia.

Desta forma, e como recomendação concreta para profissionais de comunicação, marcas e instituições, propõe-se a criação de manuais de conduta ética específicos para o ambiente digital. Estes manuais devem obrigar os emissores a analisar a intenção e a veracidade de cada conteúdo humorístico antes da sua publicação, questionando sempre se o conteúdo está a libertar ou a oprimir e se a organização está a rir com o público ou do público. Além disso, os profissionais devem avaliar o impacto social das suas mensagens para garantir que a ironia não se transforma num mecanismo de desinformação visual.

Em última instância, o riso vai continuar a ser o mecanismo interpretativo através do qual a sociedade portuguesa alivia a tensão e lida com as crises. Mas cabe-nos, enquanto emissores e utilizadores de informação, garantir que essa via de escape não se transforma numa anestesia completa que nos rouba a capacidade de empatia e de ação sobre a realidade. O grande desafio dos próximos anos será manter a profundidade do debate sem abdicar da leveza que o humor traz, assegurando que o meme permanece uma ferramenta de inteligência coletiva e não se converte numa arma de silenciamento.

Declaração de uso de IA

Durante a elaboração deste artigo, o autor utilizou a ferramenta *Gemini* para a reestruturação do texto, aperfeiçoamento gramatical e organização da tese segundo as matrizes institucionais. Todo o conteúdo gerado foi submetido a uma análise crítica, sendo revisto, validado e complementado pelo autor, garantindo o seu rigor conceptual e a sua conformidade com os princípios éticos e científicos exigidos.

Referências

- Ahmed, S., & Masood, M. (2024). Breaking barriers with memes: How memes bridge political cynicism to online political participation. *Social Media + Society*, 10(2), 1-12. <https://doi.org/10.1177/20563051241261277>
- Al-Rawi, A. (2021). Political memes and fake news discourses on Instagram. *Media and Communication*, 9(1), 276–290. <https://doi.org/10.17645/mac.v9i1.3533>
- Halversen, A., & Weeks, B. E. (2023). Memeing politics: Understanding political meme creators, audiences, and consequences on social media. *Social Media + Society*, 9(4). <https://doi.org/10.1177/20563051231205588>
- Horta, B. (2019, 21 de outubro). *Deputada Joacine Katar Moreira está a exagerar a gaguez?* Observador. <https://observador.pt/factchecks/deputada-joacine-katar-moreira-esta-a-exagerar-a-gaguez/>
- insoniascarvao. (2025, 28 de janeiro). *Uffff* [Post do Instagram]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/DFIPbV1tjNI/>
- Leiser, A. (2022). Psychological perspectives on participatory culture: Core motives for the use of political internet memes. *Journal of Social and Political Psychology*, 10(1), 236–252. <https://doi.org/10.5964/jspp.6377>
- Mihăilescu, M.-G. (2024). Never mess with the “memers”: How meme creators are redefining contemporary politics. *Social Media + Society*, 10(4), 1-18. <https://doi.org/10.1177/20563051241296256>
- Milli, S., Carroll, M., Wang, Y., Pandey, S., Zhao, S., & Dragan, A. D. (2025). Engagement, user satisfaction, and the amplification of divisive content on social media. *PNAS Nexus*, 4(3), Article pgaf062. <https://doi.org/10.1093/pnasnexus/pgaf062>
- Schmid, U. K. (2025). Humorous hate speech on social media: A mixed-methods investigation of users’ perceptions and processing of hateful memes. *New Media & Society*, 27(3), 1588–1606. <https://doi.org/10.1177/14614448231198169>
- Schmid, U. K., Schulze, H., & Drexel, A. (2025). Memes, humor, and the far right’s strategic mainstreaming. *Information, Communication & Society*, 28(4), 537–556. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2024.2329610>