

Contra-público e media sociais: O caso do colectivo francófono *taGueule* no Canadá de língua inglesa¹

Mélanie Millette

Laboratoire de communication médiatisée par ordinateur, Université du Québec à Montréal², Canadá

`melmillette@gmail.com`

Resumo: A Internet e os media sociais têm potencial para o empenhamento político, em especial para os cidadãos de grupos minoritários. O Canadá tem duas línguas oficiais: os francófonos representam 4,2% da população canadiana fora do Québec (a única província em que o francês é a língua oficial), no contexto de uma maioria inglesa. As minorias francófonas utilizam os media sociais, entre muitos outros recursos, para apoiar e promover a sua cultura e os seus direitos políticos.

Este artigo foca-se sobre um colectivo Canadano francófono chamado *taGueule* (Cala-te), o qual faz um uso subversivo dos media sociais. Desde a sua conta de Twitter até a uma webzine à qual dedicam uma atenção cuidada, estes utilizadores contribuem para a formação de um contra-público. O humor e a subversão fazem parte uma estratégia de comunicação que o *taGueule* anseia que seja um “despertar” para as minorias de língua francesa e uma oportunidade para o empoderamento francófono.

Palavras-chave: contra-público; francófono; Canadá; subversão; *taGueule*.

1. Submetido a 9 de Fevereiro de 2014 e aprovado a 15 de Abril de 2014.

2. 405 Rue Sainte-Catherine Est, Montréal, QC H2L 2C4, Canadá.

Abstract: Internet and social media uses have a potential for political engagement, especially for citizens from minority groups. Canada has two official languages: Francophones represent 4,2% of the Canadian population outside Quebec (the only province where French is the official language) within an English majority. Francophone minorities use social media, among many other resources, to support and promote their culture and political rights. This article focuses on a French-speaking Canadian collective called taGueule (ShutUp) who makes a subversive use of social media. From their Twitter account to a webzine they thoughtfully tend to, these users contribute to the formation of a counter-public. Humor and subversion are part of a communication strategy which taGueule wishes to be the “wake-up call” for French-speaking minorities and an opportunity for francophone empowerment.

Keywords: counter-public; francophone; Canada; subversion; taGueule

O potencial democrático dos media sociais

FACE à emergência da Internet, surgiram discursos frequentemente polarizados sobre o potencial de cidadania e de acção política das “novas tecnologias”. Evitando as armadilhas das interpretações utópicas e distópicas dos usos da Internet, alguns investigadores, incluindo Dahlgren (2009), Papacharissi (2002, 2010) e Cardon (2010), traçaram um retrato mais matizado das consequências da penetração da Internet na vida democrática. Para Dahlgren, os media sociais e a Internet podem facilitar o empenhamento dos cidadãos, sendo este uma condição da participação cívica e política (2009: 81). Segundo Papacharissi, um dos potenciais mais promissores da Internet para a democracia é a possibilidade de organizar e promover esforços de resistência, ligando pessoas excluídas da esfera pública (2002: 20). Cardon, por seu lado, considera que a Internet e os media sociais contribuem para a expansão do espaço público (2010: 10-11).

O surgimento da Web social abriu, sem dúvida, novas possibilidades para a expansão do espaço público. Com efeito, uma das características da Web social é a de fornecer plataformas de contribuição em que o nível de competências necessário para participar tende a tornar-se menor, ao mesmo tempo permitindo a difusão na rede (Millerand *et al.*, 2010). Apesar das oportunidades a nível

da divulgação, a Internet continua a ser um espaço saturado de informação, onde os actores com uma posição dominante no espaço dos media tradicionais mantêm a sua ascendência. A Internet é um lugar de reprodução da ordem social (concentração de prestadores de serviços, mantendo a hegemonia dos media de grande público), proporcionando, em simultâneo, oportunidades para a participação do cidadão, e até mesmo uma ampliação das possibilidades de acção dos excluídos: “A tecnologia apresenta, então, uma forma de combater a impotência, permitindo que os indivíduos proponham novos espaços em que podem ser cultivados novos hábitos e relações, conducentes a uma maior capacitação ” (Papacharissi, 2010:15). As pessoas que fazem parte de uma minoria social pouco ou mal representada podem apropriar-se de ferramentas de comunicação com potencial para difusão significativa e, assim, levar a sua própria voz para a esfera pública mediada.

As minorias francófonas do Canadá de língua inglesa e o caso de *taGueule*

Abordamos aqui o uso de media sociais, especialmente o Twitter, por parte de pessoas das minorias francófonas no Canadá inglês, ou seja, fora da província do Québec, onde a maioria é de língua francesa³. De acordo com estatísticas oficiais canadianas, 4,2 % dos canadianos fora do Québec têm como língua materna o Francês (2013), o que representa um pouco mais de um milhão de pessoas. Estas minorias francófonas têm a particularidade de se encontrarem dispersas por uma área de milhares de quilómetros, com algumas características que variam consoante as províncias. Por exemplo, Manitoba e Ontário apresentam algumas áreas de forte densidade francófona, enquanto em Alberta as comunidades francófonas se encontram bastante dispersas pelo território; em ambos os casos, as grandes cidades incluem aglomerações francófonas, como acontece em Saint-

3. O Québec é a única província francófona do Canadá. Em 2011, 79,7 % da população do Québec tinha o Francês como língua materna (Statistique Canada, 2013).

Boniface, o bairro francês de Winnipeg⁴. As províncias do Atlântico também têm uma população francófona, que se identifica primordialmente como acadiana. A Acádia possui uma identidade cultural forte e estende-se por uma área que abrange parte do norte de Nova Brunswick (província que é também a única a ter estatuto bilingue no Canadá) e comunidades da Ilha do Príncipe Eduardo, Terra Nova e Labrador e Nova Escócia. A heterogeneidade dessas comunidades de língua materna francesa permite-nos falar de minorias, no plural, uma vez que cada uma tem o seu próprio contexto cultural, bem como diferentes enquadramentos políticos locais e provinciais.

Os media sociais são ferramentas de comunicação muito atraentes para as minorias francófonas. Em primeiro lugar, apresentam um grande potencial de difusão, tanto no espaço mediatizado em geral, como também junto das comunidades francófonas que, muitas vezes, têm recursos financeiros limitados para fazer divulgação das suas novidades. Este aspecto assume particular relevância dado território a cobrir ser grande – o que constitui um grande desafio para jornais comunitários, uma vez que a distribuição se torna dispendiosa. Os media sociais podem ser eficazes para a auto-organização de grupos de cidadãos e para o planeamento de eventos. Finalmente, as plataformas Facebook e Twitter têm a dupla vantagem de contar já com um certo número de utilizadores como público potencial, para além de uma boa penetração nos hábitos *online* dos canadianos em geral⁵.

É neste contexto que se situa o estudo de caso do colectivo francófono *taGueule*, que se destaca pelo uso politizado e subversivo dos media sociais. Este grupo é composto por um núcleo de colaboradores que vivem maioritariamente no Ontário, mas está aberto a colaboradores de toda a francofonia canadiana. *taGueule* faz uso de diversos media sociais, sobretudo um blogue em formato

4. Mesmo naquele que é reconhecido como um dos bairros francófonos mais activos de Manitoba, a população francófona constituía apenas 30 % dos moradores no início de 2000, de acordo com o recenseamento da cidade de Winnipeg (2006).

5. Por exemplo, a 1 de Junho de 2013 o Facebook contava com 18.1087.760 utilizadores canadianos (Check Facebook 2013); mesmo sendo provável que muitas dessas contas estejam abandonadas, trata-se de um número impressionante para uma rede lançada em 2007. Em 2009, o Canadá era o terceiro país com a maior proporção de utilizadores do Twitter, depois dos Estados Unidos e do Reino Unido (Sysomos, 2009).

webzine, uma conta no Twitter e uma página no Facebook, com o objectivo de debater no espaço público as questões relacionadas com a língua francesa no Canadá. Observámos este grupo durante mais de um ano, quer no Facebook e no Twitter, quer nas suas actividades no blogue; no entanto, esta análise incidirá essencialmente sobre o uso da conta de Twitter *@taGueule*. Além da observação das actividades *online* durante um período de 14 meses, recolhemos e analisámos os *tweets* difundidos por *taGueule* num período de mais de 40 dias durante o Outono de 2012 (neste processo não houve recurso a ferramentas informáticas de recolha automática). Realizámos também entrevistas pessoais semi-estruturadas com os promotores de *taGueule*, três jovens franco-ontarianos de Sudbury, no Ontário central⁶. Examinemos o modo como *taGueule* desenvolveu um estilo de comunicação política marcado pela subversão para atrair as atenções e fazer reivindicações no espaço público, em coerência com uma estratégia destinada a aumentar a visibilidade. Na secção seguinte vamos ver como esta estratégia se enquadra na formação de um contra-público no espaço público mediatizado.

Contra-público e media sociais

O conceito de “contra-público”, proposto por Nancy Fraser (1990), é relevante para pensar os espaços onde indivíduos desprovidos de poder podem fazer valer a sua capacidade de intervenção enquanto cidadãos num espaço comunicacional. Fraser define os contra-públicos subalternos como lugares sócio-simbólicos nos quais os grupos que não se sentem adequadamente representados no contexto de uma hegemonia cultural, social e política podem articular os seus próprios discursos sobre as questões que lhes dizem respeito.

Para Fraser, a formação de um discurso comum para abordar os problemas de um determinado grupo social é um aspecto essencial. Em primeiro lugar porque, enquanto primeira abordagem ao poder, permite articular os aspectos problemáticos de um modo que faça sentido para o grupo. Em segundo lugar, porque é através da argumentação e da visibilidade das discussões e debates – por

6. Tiveram lugar dois encontros: um em Sudbury e outro em Toronto.

exemplo, em reuniões públicas ou fóruns *online* – que é possível, eventualmente, exercer pressão sobre o espaço público da classe dominante (Fraser 1990: 67). Deste modo, os contra-públicos ampliam o espaço discursivo e abrem possibilidades, no sentido em que podem fazer emergir questões anteriormente ausentes do espaço público dominante – de forma muitas vezes precária ou marginal, mas que constitui um ganho.

Para indivíduos em posição minoritária, os média sociais podem ser um lugar de mobilização discursiva para discutir problemas e questões específicas que, de outro modo, ficariam ausentes ou pouco presentes nos meios de comunicação tradicionais. Ao criar um blogue, ao dinamizar uma página no Facebook ou uma conta no Twitter, essas pessoas constroem e dotam-se de um discurso comum. As reivindicações que assim tomam forma contribuem para um contra-espaço público que tem um potencial de disseminação viral, embora sem alcançar a mesma audiência que o espaço público ocupado pelos meios de comunicação tradicionais. É esse poder de difusão potencialmente enorme que permite, eventualmente, exercer pressão sobre o espaço público dominante e provocar mudanças sociais e políticas. Para tal, os utilizadores implementam várias estratégias na criação de conteúdo *online*: uma mensagem que chama a atenção tem maior probabilidade de ser retransmitida e reproduzida. É a este nível que o uso de humor subversivo pode ser interessante para alguns utilizadores.

Humor político, ironia e subversão

O humor torna-se possível quando um sujeito entra em contacto com outras “inteligências” (Bergson, 1924). Bergson sugere que o riso pode desempenhar um papel na regulação social, uma vez que o risível resulta de um desvio das normas socialmente aceites: o riso é, assim, um apelo ao regresso à ordem. Neste contexto, o humor político pode ser entendido como uma forma de enfatizar a má conduta dos eleitos, os fracassos da classe dominante ou as deficiências do Estado e da governação. O humor político, por meio da ironia, da sátira, da caricatura ou da subversão, é uma alavanca usada com frequência na cultura popular para desafiar a ordem social, desde a Antiguidade grega até ao vídeo-activismo no

YouTube (Silva e Garcia, 2012). A subversão pode ser entendida, em sentido lato, como uma das fontes da ironia, uma categoria associada ao humor, mas que tem a particularidade de questionar a ordem social e os equilíbrios de poder estabelecidos.

A ironia opera a partir de uma negação da diferença entre o que é verdadeiramente uma situação e as suas aparências. Ela incorpora as inconsistências e a falta de lógica da situação para destacar as suas contradições (Colletta, 2009: 856). A sátira é uma forma que envolve ironia para ridicularizar as convenções sociais (*ibid.*). A subversão é muito mais difícil de identificar e pouco teorizada na literatura científica. A *Encyclopediae Universalis* situa-a num campo de significados políticos: “a subversão, revista e corrigida pelos teóricos marxistas-leninistas, tende a tornar-se um método de capacitação simultaneamente comum e relativamente fácil” (1968: 741). Mais profundamente, a subversão é uma modalidade de contestação do poder que implica “uma forma de agressão indirecta” (*ibid.*). A nível simbólico, a crítica humorística envolve um elemento de agressão, embora não é exercido de forma directa; opera através de um mecanismo latente, como acontece precisamente com a observação irónica, ou com o significado conotativo de uma dada expressão. No plano simbólico, a subversão é, portanto, caracterizada não pela natureza das palavras ou actos, mas sim por dois aspectos fundamentais que se prendem com o contexto de criação do texto ou do acto subversivo. Por um lado, a subversão visa o objectivo de minar a ordem estabelecida – por exemplo, corroer a autoridade para dissolver o consenso ou desafiar uma hierarquia (*ibid.*: 742). Por outro lado, tem também uma dimensão colectiva, uma vez que a subversão “é um fenómeno social em todos os seus aspectos” (*ibid.*).

À luz destas definições, postulamos que um acto ou texto de um indivíduo ou grupo será chamado subversivo caso faça parte de um contexto social mais vasto, colectivo ou comunitário, e se procurar, ao mesmo tempo, questionar a ordem estabelecida, criticando-a de forma indirecta. Interpretamos a dimensão agressiva desta crítica humorística com mais flexibilidade do que a proposta pela *Encyclopediae*, uma vez que o enquadramento sugerido por esta última está historicamente situado no contexto político internacional fortemente tendencioso

da Guerra Fria. No caso de conteúdos que recolhemos *online*, esta agressividade ocorre principalmente sob a forma de uma crítica afiada ou mordaz.

Acerca do caso que aqui nos ocupa, já observámos que a subversão e a ironia são regularmente utilizadas nas contribuições *online* em *taGueule*, quer no Facebook e no Twitter, quer na webzine. Este facto não tem nada de espantoso, na medida em que o colectivo se foca em trazer para o espaço público a questão do Francês no Canadá; como notam Silva e Garcia: “Expor o discurso político dominante através do comentário crítico é uma das actividades políticas dos amadores *online*, e o humor desempenha um papel na condução desse processo à etapa seguinte: o sentido lúdico contribui para a mobilização e para a captação das atenções dos media.” (Flichy, 2010 cit. in Silva e Garcia 2012: 90). O humor, a ironia e a subversão são recursos estilísticos que permitem despertar o sentido crítico dos concidadãos e contribuem para captar a atenção. Pretendemos seguir esta pista para verificar se, no caso de *taGueule*, daí resulta maior visibilidade na rede.

Subversão e humor como estratégia de comunicação

Para observar a relação entre o estilo subversivo de alguns *tweets* e a respectiva visibilidade, codificámos manualmente 32 mensagens, ou seja, todas as comunicações emitidas por *taGueule* no Twitter durante um período de 40 dias, entre 15 de Agosto e 25 Setembro de 2012. Codificámos os *tweets* de acordo com várias dimensões, nomeadamente o objecto, configuração e utilização de um estilo humorístico, irónico ou subversivo. Como os códigos “humor”, “ironia” e “subversão” foram separados, este procedimento permitiu-nos distinguir a ocorrência de sobreposições entre estas categorias. Na nossa amostra, classificámos 13 de 32 mensagens como “subversivas”. Também codificámos as transcrições das entrevistas com os três membros fundadores do colectivo, com o objectivo de analisar a sua percepção do uso dos media sociais. Os códigos cobriram uma variedade de tópicos, desde os motivos dos usos, aos modos de fazer, intenções e efeitos percebidos.

Todos os *tweets* analisados tinham um código associado com humor ou ironia. A subversão parece estar associada ao humor em geral, ou enquanto ironia, destacando as inconsistências de uma situação. Ainda que a expectativa pudesse ser que os *tweets* escritos com humor, ironia ou subversão tivessem maior visibilidade – por exemplo, através de uma redistribuição (*retweet*) mais intensa do que as restantes mensagens –, não foram encontradas diferenças em relação a outras mensagens da amostra pouco ou nada retransmitidas. Durante a realização desta investigação, procurámos verificar ou refutar essa hipótese, realizando uma recolha automatizada de *tweets* de várias contas de Twitter franco-canadianas, o que permite analisar uma série de dados muito mais vasta.

No entanto, a presente análise já mostrou um padrão que emerge na associação entre um dado tipo humorístico a certos temas. Na nossa amostra, a ironia é mobilizada para abordar os temas do bilinguismo canadiano, ou melhor, do “chamado bilinguismo” canadiano, bem como da desigualdade linguística entre os cidadãos anglófonos e francófonos. O recurso à ironia contribui, entre outros efeitos, para denunciar a lacuna na acessibilidade dos serviços públicos entre anglófonos e francófonos. A ironia parece ser um instrumento eficaz para formular uma crítica em 140 caracteres: o duplo sentido ou o sentido conotativo surgem como estratégias retóricas para economizar caracteres ao escrever a mensagem. O registo humorístico permite chamar a atenção: ele desafia o leitor a nível político, embora sem recorrer a um tom moralista, pedagógico ou analítico menos condicente com a comunicação numa plataforma de *microblogging* como o Twitter. O que não torna a crítica menos acutilante, tal como explica um dos entrevistados:

“Se eu pretendo realmente criticar (...) recorro à conta *taGueule* (...), que tem uma certa *marca* e tem um tom divertido. (...) Se eu acredito que uma decisão é estúpida, eu vou explicar exactamente porquê e vou procurar uma maneira de o dizer que seja vexante [para os decisores]”.

Um outro entrevistado argumentou que no Twitter é importante “ter a combinação certa entre um tom desafiante, para fazer reagir, e relevância”, e que

esta estratégia ajuda a atrair atenções para a questão em causa; caso contrário, “ninguém se interessa pelo que está a acontecer só no Ontário”.



Figura 1. Imagem de um *tweet* @taGueule⁷

Por sua vez, o humor, sem elementos irónicos, é usado principalmente para promover o bom uso do Francês e para corrigir erros comuns (por exemplo, *ils “sontaient”*) recorrendo a piadas. Mesmo neste caso, o humor de *taGueule* mantém alguma acutilância, um aspecto subversivo, como mostra a imagem anexada ao *tweet* “Batman continua a ensinar bom francês aos residentes francófonos do Ontário” (Figura 1).

Também detectámos na nossa amostra algumas expressões de cinismo. Os *tweets* cínicos foram consistentemente associados a questões linguísticas e políticas de peso como, por exemplo, reflexões sobre o atentado contra a primeira-ministra do Québec, Pauline Marois, no dia da sua eleição, por um anglófono com distúrbios mentais. As entrevistas revelaram o mesmo cinismo, associado a um pessimismo em relação ao estado da língua francesa no Canadá.

7. Fonte: [@taGueule](https://twitter.com/tagueuleca), 17 de Agosto de 2012

Um dos activistas de *taGueule*, identificado por colegas como uma pessoa particularmente politizada e comprometida com o projecto, assume-se como cínico pois o francês é desvalorizado por muitos francófonos, visto como uma língua “não prestigiante”. Acrescenta:

Tornei-me cínico. Existe uma comunidade que está presente, é vibrante, está viva, há feiras do livro, há coisas a acontecer. Mas não há pessoas suficientes, não existe uma massa crítica [...]. Há um declínio demográfico, cultural e linguístico a cada geração.

Os *tweets* analisados deixam transparecer o mesmo cinismo, quer em relação a outros francófonos, quer para com a cobertura mediática, decisões políticas recentes ou o estado geral das comunidades francófonas canadianas fora do Québec. A utilização da *hashtag* #NonMaisAQuoiCaSert (N.T. “Mas isto serve para quê”) na nossa amostra ilustra este fenómeno.

Contra-público e espaço discursivo: do Twitter à *webzine*

Os contribuidores de *taGueule* nos media sociais adoptam, frequentemente, um estilo subversivo ou irónico, alavancas estilísticas que permitem ao colectivo chamar a atenção para as reivindicações e críticas apresentadas em maior detalhe nas publicações na sua *webzine* (<http://www.tagueule.ca>). O estilo subversivo também está presente nesta *webzine*, o que advém do desejo dos fundadores de fazer da *webzine taGueule* uma iniciativa para despertar (uma “*wake-up call*”) os francófonos do Ontário e do resto do país. As notas publicadas, bem como os comentários associados, contribuem para estimular discussões sobre as várias questões relacionadas com a francofonia canadiana. O manifesto de *taGueule* também dá conta do uso dos media sociais *online* alinhado com a constituição de um contra-público: através do recurso consciente às tecnologias Web para difundir o seu discurso, os contribuidores pretendem colocar e manter no espaço

público a questão do “facto francófono” no espaço público. Este manifesto revela igualmente a busca de poder de acção por parte dos francófonos que se associam a *taGueule*:

Nós somos taGueule, um escarrador colectivo.

Dizemos mal na esperança de fazer o bem.

Somos muitas vozes por trás de um megafone.

(...)

Mobilizamo-nos através da tecnologia e não vamos recuar.

Nós soamos um grito de alarme e procuramos soluções.

Somos estudantes, professores, artistas, jornalistas, pensionistas, trabalhadores independentes, desempregados, sindicados, politólogos, sociólogos, historiadores, filósofos, linguistas, antropólogos, adoptados, expatriados, exilados, franco-ontarianos, neo-ontarianos, novos ontarianos, franco-canadianos, acadianos, quebequenses, mestiços, canadianos errantes, nacionais, locais, homens invisíveis, híbridos, francófonos, francófilos, anglófonos, anglófobos, franciús, falhados, cadáveres ainda quentes, cínicos e optimistas.

(...)

Nem sempre estamos de acordo, mas garantimos uma discussão pública à altura da complexidade do nosso contexto.

(...)

Nós controlamos o nosso destino colectivo.

Nós estamos aqui por bem.

Nós somos taGueule. (taGueule, <http://tagueule.ca/manifeste/>)

Neste manifesto, a subversão é cultural, isto é, um tipo de subversão que encarna uma reacção contra a cultura hegemónica e onde o objectivo é “dissolver o consenso (...) que se apresenta sob a forma de múltiplos mitos, de alienação, de manifestações de uma inadmissível repressão, regras, rituais, (...) da cultura recebida, (e) da obediência aos princípios de autoridade” (*Encyclopedia Universalis*: 742). A ideia de uma acção militante que pode “fazer o mal” com o objectivo de “fazer o bem” reflecte esse projecto de minar o consenso. A inclusão de todos os cidadãos, não só franceses, mas também aqueles que estão interessados na francofonia canadiana, bem como nos aspectos políticos e históricos (presente em expressões politicamente carregadas, tais como “franciú” – *french frogs* – e “cadáveres ainda quentes” – *cadavres chauds*), testemunha um desejo de contrariar a alienação da minoria. O desafio à ordem existente, aqui vista como sendo dominada pela cultura e a política dos anglófonos, é subentendido e não explicitamente afirmado – o que não reduz a força subversiva, que se mantém vingativa apesar do carácter indirecto. As três últimas linhas do manifesto enfatizam a vontade de uma tomada de poder colectiva e a persistência típica de contra-públicos subalternizados. *taGueule* encarna um “contra-público” minoritário, caracterizado pela diferença linguística e cultural da francofonia canadiana. Um dos fundadores menciona especificamente como o colectivo tem permitido a alguns contribuidores recuperar o interesse pela expressão francesa e mobilizar-se em torno de algumas problemáticas: “Em *taGueule* conversamos muito. Pronunciamo-nos sobre questões que consideramos importantes. Conversamos sobre tudo isto também em bares e cafés. (...) Nós queríamos que as pessoas começassem a conversar entre si, finalmente”.

Conclusão

A utilização que *taGueule* faz dos media sociais, especificamente do Twitter e do blogue, participa de uma lógica de desejo de capacitação por parte de grupos sociais pouco ou mal representados no espaço público dominante. A contribuição *online* é, aqui, uma forma de ativismo, um meio de tornar visível ou mesmo de encarnar uma militância política a favor do uso de uma língua minoritária, mas também uma estratégia da enunciação das críticas e argumentos, num estilo muitas vezes irreverente e corrosivo.

No estilo editorial de *taGueule*, tanto no Twitter como na *webzine*, e também presente de forma eloquente no manifesto, a subversão faz parte de uma estratégia de comunicação posta ao serviço de um objectivo político fundamental em democracia: poder existir no espaço público e dar voz às reivindicações. A francofonia canadiana, tal como é apresentada por *taGueule*, é uma “não-questão”, sem existência pública. Através do uso político dos media sociais, o colectivo contribui para a criação de um contra-público cujo objectivo consiste precisamente em trazer esta questão para o espaço público, a fim de dissolver o consenso político que restringe a língua e cultura francesas ao Québec, descurando assim a vida das comunidades minoritárias de língua francesa por todo o Canadá.

Referências

Bergson, H. (1924). *Le rire. Essai sur la signification du comique*. Paris : Alcan.

Check Facebook (2013). <http://www.checkfacebook.com/>, acedido em Junho de 2013.

Colletta, L. (2009). Political Satire and Postmodern Irony in the Age of Stephen Colbert and Jon Stewart. *The Journal of Popular Culture*, 42(5): 856-874.

- Cardon, D. (2010). *La démocratie Internet. Promesses et limites*. Paris: Seuil.
- Dahlgren, P. (2009). *Media and Political Engagement: Citizens, Communication and Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Flichy, P. (2010). *Le sacre de l'amateur : Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*. Paris : Seuil.
- Fraser, N. (1990). Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy. *Social Text*, 25/26: 56-80. <http://www.jstor.org/stable/466240> , acedido em 14 de Fevereiro de 2014.
- Papacharissi, Z. (2010). *A private sphere. Democracy in a digital age*. Cambridge e Malden, MA: Polity Press.
- Papacharissi, Z. (2002). The virtual sphere. The internet as a public sphere. *New Media & Society*, 4(1): 9-27.
- s.a. (1968). Subversion, *Encyclopaediae Universalis*. Paris: Encyclopaediae Universalis: 741-743.
- Silva, P. D. da, e J. L. Garcia (2012). YouTubers as satirists: Humour and remix in online video. *JeDEM - eJournal of eDemocracy and Open Government*, 4(1): 89-114.
- Statistique Canada. (2013). *Le français et la francophonie au Canada*. http://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2011/as-sa/98-314-x/98-314-x2011003_1-fra.cfm, acedido em 14 de Fevereiro de 2014.
- Sysomos Resource Library. (2009). <http://www.sysomos.com/insidetwitter/#countries>, acedido em 30 de Maio de 2013.

taGueule. *Notre manifeste*. <http://tagueule.ca/manifeste/>, acedido em 20 de Maio de 2013.

Ville de Winnipeg e Statistiques Canada (2006). *2006 Census Data - St. Boniface Ward*.