



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Discurso de Ódio em Sites de Redes Sociais: Consequências Éticas para o Reconhecimento do Outro¹

Gabriela Agostinho Pereira²

Escola Superior de Propaganda e Marketing - SP

Resumo

Discussões acerca dos sites de redes sociais e suas políticas de uso ganham cada vez mais espaço na mídia. Os indivíduos que frequentam esses espaços têm a possibilidade de consumir, produzir, reproduzir, compartilhar e divulgar conteúdos sobre praticamente todos os temas, de maneira rápida e com um alcance imensurável. De acordo com o tipo de conteúdo produzido e consumido, esses sites podem tanto ser um espaço de transformação, que dá voz e visibilidade para pautas e pessoas que não o teriam fora daquele ambiente, quanto um espaço que reforça ideias conservadoras e discriminatórias através da enunciação de discursos odiosos. Assim, algumas discussões importantes a respeito dessa temática, como compreender o que é o discurso de ódio e quais suas consequências sociais; também é necessário entender como se dá a produção, circulação e o consumo desse tipo de discurso nos sites de redes sociais; e por fim, discutir os limites entre a liberdade de expressão e o discurso de ódio.

Palavras-chave: Comunicação e Consumo; Discurso de Ódio; Sites de Redes Sociais, Ética.

Introdução

Discussões acerca dos sites de redes sociais³, seus padrões e políticas de uso, e o ódio e violência que circulam nessas plataformas ganham cada vez mais espaço na mídia. Consideramos importante estudar as questões que envolvem os sites de redes sociais, por acreditar que esses são espaços

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação, Consumo e Institucionalidades, do 7º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 10 e 11 de outubro de 2018.

² Mestra pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas do Consumo do PPGCOM ESPM. Pesquisadora do Grupo de Pesquisa em Ética, Comunicação e Consumo. Graduada em Comunicação Social com ênfase em Publicidade e Propaganda pela ESPM-SP.

³ Há diversas variações de denominação do termo, como: redes sociais na Internet, redes sociais digitais e sites de redes sociais. Neste trabalho usaremos o termo “sites de redes sociais” (SRSs).



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

mediáticos com características comunicacionais, de produção e de consumo muito específicas e que diferem de outros formatos de mídia.

Os indivíduos que frequentam esses espaços têm a possibilidade não só de consumir, mas de produzir, reproduzir, compartilhar e divulgar conteúdos relacionados a qualquer tema, de maneira muito rápida e com um alcance muitas vezes imensurável. Logo, de acordo com o tipo de conteúdo produzido e consumido, esses sites podem tanto ser um espaço de transformação, que dá voz e visibilidade para pautas e pessoas que não as teriam fora daquele ambiente, quanto um espaço que reforça ideias hegemônicas, conservadoras e discriminatórias.

Além disso, a maneira com a qual esses sites são utilizados não depende somente dos usuários e daquilo que eles querem publicar, postar, divulgar ou compartilhar. Essas plataformas são produzidas para serem consumidas de uma maneira específica, que é determinada pelos padrões e políticas de uso desses sites. Estes, por sua vez, contam com uma lista de regras que define aquilo que pode ou não pode ser feito dentro da plataforma. Neste trabalho, atentamo-nos a esses padrões e políticas, uma vez que consideramos interessante do ponto de vista da comunicação, do consumo e da ética, no sentido de que afirmam contribuir e auxiliar na construção de um espaço dinâmico, democrático e que não tolera qualquer tipo de discriminação – quando não é raro nos depararmos justamente com o contrário. Ao banirem determinado tipo de conteúdo e outros não, os próprios sites têm o poder de determinar quem tem espaço e quem não tem, quais assuntos são considerados “legítimos” ou não.

É importante apontar que, neste trabalho, partimos da noção de que o discurso de ódio é motivado e direcionado para grupos sociais que fazem parte de minorias políticas (LEAL DA SILVA *et al.*, 2011). Assim, entendemos o discurso de ódio como todo e qualquer discurso discriminatório e segregacionista, com base em relações de poder: o indivíduo pertencente ao grupo social dominante externa tal discurso direcionando-o para um indivíduo pertencente a um grupo social oprimido.

Consideramos importante pesquisar e estudar a construção e o efeito social desses discursos de ódio não só por acreditar que se trata de uma discussão fundamental, que contribui para uma sociedade mais justa, mas também porque o preconceito e a discriminação estão tão enraizados e naturalizados na sociedade que muitas vezes os próprios enunciadores não conseguem enxergar a dimensão discriminatória e violenta de seu discurso, justificando suas produções discursivas sob a ideia de que



estão apenas emitindo uma opinião sobre o assunto, amparados pela noção liberal de liberdade de expressão.

Dessa maneira, este artigo pretende discutir o que é o discurso de ódio e quais suas consequências éticas desses discursos, pautados pela ideia da ética de reconhecimento e nas consequências sociais de não representar e reconhecer o outro; entender como se dá a produção, circulação e o consumo desse tipo de discurso nos sites de redes sociais; e, por fim, discutir os limites entre a liberdade de expressão e o discurso de ódio.

O conceito de discurso de ódio

Conceituar o discurso de ódio é um grande desafio. Entre os autores consultados, não é possível encontrar uma definição concreta do conceito. Diversas indagações podem ser feitas a respeito desse tema, como por exemplo: discurso de ódio e ofensa são a mesma coisa? É preciso incitar a violência física para que exista ódio em um discurso? O discurso de ódio está exclusivamente ligado à discriminação de minorias? Discurso de ódio e discriminação/preconceito são a mesma coisa? Afinal, o que é discurso de ódio?

A literatura consultada indica, majoritariamente, que o discurso de ódio não possui uma definição fechada ou limitada. É um conceito que está em processo. Talvez a dificuldade de definição do discurso de ódio resida na dificuldade de definir o que é o ódio. O dicionário Michaelis define ódio como “aversão ou repugnância que se sente por alguém ou por alguma coisa; antipatia, desprezo, enzona, odiosidade. Rancor profundo e duradouro que se sente por alguém”⁴. Parece-nos que os termos *aversão*, *repugnância*, *antipatia* e *desprezo* são um bom começo para abordar esse tipo de discurso. Porém, os sentimentos citados acima, enquanto sentimentos, não ferem o outro. Logo, entendemos que uma das condições necessárias para o discurso de ódio é a externalidade do pensamento, do sentimento.

O livro “Os Estabelecidos e os Outsiders: sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade”, de Norbert Elias e John L. Scotson (2000), mostra que a intolerância e a discriminação podem ter como base a luta pelo poder. Ao pesquisar uma pequena cidade no sul da Inglaterra que é dividida em três zonas, os autores averiguaram que, mesmo sem diferenças étnicas,

⁴ Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=%C3%B3dio>>. Acesso em: 18/11/2017.



raciais ou grandes diferenças econômicas entre eles, os moradores de algumas zonas se consideravam superiores em relação ao restante da cidade simplesmente por residirem no bairro mais antigo do local, há mais tempo que os outros, o que fazia com que os moradores das outras zonas (os recém-chegados, *outsiders*) fossem excluídos e discriminados. Na obra é possível perceber que a maior adesão entre os moradores das zonas 1 e 2, que estavam na cidade há mais tempo, fazia com que os moradores da zona 3 fossem excluídos, estigmatizados e discriminados. Em resumo, o que os moradores das zonas 1 e 2 pretendiam era a preservação do status social e das relações de poder. O caso da cidade retratada no livro pode ser deslocado também para a maneira como nos comportamos diante daquilo que é “diferente”. Karnal, no livro “Todos contra todos: O ódio nosso de cada dia”, afirma que “[...] o ódio é sempre uma resposta ao medo, à insegurança e à ignorância. Como não sei lidar com essas três forças, acabo manifestando o ódio” (KARNAL, 2017, p.42). Portanto, o ódio pode vir do medo do novo, do diferente e de tudo que ameaça o poder que se tem.

Nos sites de redes sociais, com a velocidade da circulação das informações ali presentes, estamos mais expostos ao novo, ao “diferente” e, por ser um espaço onde nos sentimos mais à vontade para manifestar nossas ideias, enunciamos discursos odiosos em relação àquilo que se considera diferente para proteger o um ponto de vista, para invalidar o outro e manter o poder. Assim, o discurso de ódio navega no bojo das oposições. Sejam elas quais forem.

Porém, é importante destacar que acreditamos que há uma diferença entre o discurso de ódio motivado por uma oposição política ou ligado à cultura de fãs (como torcedores de um time versus torcedores de outro time, fãs de uma banda versus fãs de outra banda, por exemplo) e o ódio que é direcionado a pessoas que fazem parte de grupos sociais politicamente minoritários.

Quando o discurso odioso é direcionado para uma pessoa (ou um grupo) em razão de características que são inerentes a ela, como a cor da pele, gênero ou orientação sexual, a situação é mais grave porque fere-se a dignidade humana do sujeito. Não estamos de maneira alguma tentando minimizar os efeitos do ódio entre torcidas de futebol⁵ ou grupos políticos que se opõe⁶. Sabemos que esses discursos são também extremamente nocivos e muitas vezes resultam em violências físicas.

⁵ Disponível em: <<https://esporte.uol.com.br/futebol/campeonatos/brasileiro/serie-a/ultimas-noticias/2017/10/12/briga-entre-torcidas-de-fla-e-flu-termina-com-feridos-e-13-detidos.htm>>. Acesso em: 18/11/2017.

⁶ Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2015/08/17/politica/1439769515_800304.html>. Acesso em: 18/11/2017.



Porém, o ódio que circula entre as oposições prejudica o outro “apenas” em relação àquilo que opõe. Já o ódio contra minorias políticas é estrutural, institucionalizado, fere o outro em todas as esferas sociais, culturais e políticas que participa e naturaliza exclusões e negação de direitos.

Portanto, é necessário esclarecer que neste artigo, apesar de reconhecer a nocividade do discurso de ódio de oposições, nosso foco reside no discurso de ódio direcionado a minorias políticas. Assim, nosso entendimento está filiado à definição feita por Leal da Silva *et al.* (2011, p. 447):

É uma manifestação segregacionista, baseada na dicotomia superior (emissor) e inferior (atingido) e, como manifestação que é, passa a existir quando é dada a conhecer por outrem que não o próprio autor começando pela externalidade. [...] Discurso não externado é pensamento, emoção, o ódio sem o discurso; e não causa dano algum a quem porventura possa ser seu alvo, já que a ideia permanece na mente de seu autor.

Assim, compreendemos o discurso de ódio como todo e qualquer discurso discriminatório e segregacionista com base em relações de poderes dicotômicos em que o indivíduo pertencente a um grupo social dominante externa tal discurso direcionando-o para um indivíduo pertencente a um grupo social oprimido.

Nesse sentido, ao falarmos do discurso de ódio, estamos falando de um discurso ideológico, dado que este mobiliza sentidos para a manutenção do poder e de suas relações desiguais (THOMPSON, 2011). Além disso, esses discursos, ao serem propagados pelas mídias, descortina especificidades que serão trabalhadas a seguir.

Sites de redes sociais como espaços de proliferação do discurso de ódio

É importante pesquisar a questão da disseminação do discurso de ódio em sites de redes sociais porque “[...] pode-se dizer que o discurso é tanto mais nocivo quanto maior o poder difusor de seu meio de veiculação” (LEAL DA SILVA *et al.*, 2011, p. 449). Nesses espaços, a mediação da Internet faz com que não haja a possibilidade de controlar a dimensão e a visibilidade dos discursos que ali circulam, portanto, é preciso pensar os motivos que fazem com que os discursos odiosos estejam tão presentes nos sites de redes sociais.

Para Viegas e Recuero (2014, p. 8) “a sensação de impunidade pode acabar desencadeando a exposição de algumas opiniões preconceituosas que antes só circulavam entre grupos que aceitavam esse tipo de discurso”. Ademais, segundo Recuero (2014), existem três fatores que nos levam a



propagar mais esse tipo de discurso em sites de redes sociais do que fora deles: o contexto, a audiência e o preconceito. Para a autora, existem certas normas de contexto na sociedade que fazem com que nos sintamos à vontade para dizer certas coisas em determinados ambientes, mas não em outros. O problema é que nos sites de redes sociais as noções de contexto são difusas, por não haver distinção entre os grupos sociais ali presentes. A autora também destaca que há uma audiência para aquilo que publicamos que não é percebida, trazendo o conceito de “audiência invisível” de danah boyd (2007). Por fim, Recuero (idem) afirma que a questão do preconceito já está presente na sociedade, ou seja, a Internet e os sites de redes sociais não tornam os sujeitos intolerantes e preconceituosos; porém, dão visibilidade aos discursos odiosos uma vez que a maioria das pessoas não teriam coragem de manifestá-lo fora desse ambiente, onde poderiam ser confrontadas pessoalmente em relação ao que foi dito.

A dinâmica discursiva dos sites de rede sociais fomenta a expressão de opiniões e discussões que não têm a finalidade de debater ideias, mas, sim, disputar poder, tentando provar que um dos lados está certo e o outro errado. Amaral (2011, p. 3) argumenta que a “disputa simbólica pelo espaço das redes é uma disputa de diferentes identidades e grupos sociais em suas demarcações de “territórios” através de estratégias de linguagens características”. Assim, é possível dizer que os sites de redes sociais são polarizadores, uma vez que são espaços onde há disputa de poder através de “acionamentos discursivos que competem hierarquicamente por um regime de verdade” (ALVES, 2014, p. 321). Nesse sentido, é seguro afirmar que a figura do *hater*⁷ é um fenômeno específico dos sites de redes sociais, uma vez que os usos e apropriações desses sites configuram um espaço de disputa de poder pelo discurso, que, por sua vez, é muitas vezes odioso: é através desse tipo de discurso que o *hater* se manifesta em busca de poder.

Outro ponto que merece destaque é a maneira pela qual os próprios sites de redes sociais onde esses discursos estão presentes estão estruturados. Hepp (2012) entende que a tecnologia da mídia “estrutura” como nos comunicamos. Segundo este autor, a mídia modela a maneira pela qual os processos comunicativos ocorrem. Ou seja, há uma certa educação dos sentidos nos usos que fazemos dos sites de redes sociais. O modelo de estruturação desses espaços contribui para que os discursos que ali circulam não só façam parte de uma lógica de antagonismos e disputas, mas também sejam

⁷ Pessoa que enuncia e prolifera discursos odiosos em relação a determinado assunto ou determinada pessoa.



visibilizados e espetacularizados na medida em que esses discursos dão audiência e instigam o engajamento do usuário com aquela mídia.

Nessas plataformas, os efeitos dos algoritmos influenciam diretamente a experiência e usabilidade do usuário. A interferência dos cálculos algorítmicos em relação ao conteúdo que é visto por cada usuário é gigantesca e de alguma maneira, problemática. Em 2014, o fundador do Facebook, Mark Zuckerberg, disse que a sua visão⁸ para a linha do tempo da plataforma era transformá-la no “perfeito jornal personalizado para cada pessoa no mundo”. Como fazer isso? Algoritmos! Ou seja, com base nos nossos interesses e comportamentos na plataforma, o Facebook delimitaria o conteúdo que considera mais relevante para cada usuário. A consequência é uma linha do tempo que só nos mostra aquilo que queremos ver. Ao priorizar a exibição de conteúdos com os quais seus usuários têm mais afinidade e são mais propensos à interação, o Facebook contribui para a construção de uma linha do tempo personalizada para cada usuário, visibilizando aquilo que o algoritmo da plataforma acredita que seus usuários queiram ver com base nas interações que fazem na plataforma.

O grande problema dessa construção do “jornal personalizado para cada pessoa do mundo” almejada pelo fundador do Facebook, é justamente a personalização na maneira como é feita. Recuero (2014) argumenta que a interação entre os atores⁹ em sites de redes sociais formam laços sociais que podem ser fortes ou fracos. Toda interação dos atores nesses espaços (curtidas, comentários, compartilhamentos, conversações) constitui os laços sociais ali construídos. Recuero (2014, p. 31) afirma que “a interação, pois, tem sempre um caráter social perene e diretamente relacionado ao processo comunicativo”, ou seja, mesmo as interações onde não existe uma conversação (um sujeito dialogando com outro), como as curtidas, cliques e compartilhamentos, por exemplo, possuem um caráter social e comunicacional. Se eu curto determinado conteúdo, eu estou me comunicando com ele e também mostrando minha opinião, meu posicionamento.

A respeito dos laços sociais a autora afirma que:

Laços fortes são aqueles que se caracterizam pela intimidade pela proximidade e pela intencionalidade em criar e manter uma conexão entre duas pessoas. Os laços fracos, por outro

⁸ Disponível em: <<http://www.businessinsider.com/mark-zuckerberg-wants-to-build-a-perfect-personalized-newspaper-2014-11>>. Acesso em: 24/09/2017.

⁹ A autora define como “atores” as pessoas, instituições ou grupos envolvidos na rede analisada. A denominação é inspirada na noção de “performance” de Erving Goffman, por serem representações performáticas.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

lado, caracterizam-se por relações esparsas, que não traduzem proximidade e intimidade (RECUERO, 2014, p. 41).

A grande peculiaridade dessas interações entre atores no ciberespaço e na construção desses laços reside no impacto que a mediação do computador impõe. Os cálculos algorítmicos, ao privilegiarem a conexão entre atores com laços fortes, contribui com a formação de “bolhas” políticas, sociais e culturais. Se tudo que vemos na plataforma é conteúdo com o qual concordamos, tendemos a acreditar que tudo o que pensamos e fazemos é o correto. Ao priorizar conteúdos que mobilizam mais interações entre os usuários e a visibilidade entre usuários com maior interação entre si, passa-se a impressão de que as opiniões presentes nas plataformas representam a opinião da maioria, persuadindo a adesão ou reafirmação de determinada opinião e contribuindo para a polaridade de ideias.

Esse cenário é propício para que os sujeitos, quando se depararem com uma opinião contrária nos sites de redes sociais, onde existe a sensação de que a opinião do outro é minoritária devido à dinâmica algorítmica desses espaços, tenham uma reação combativa e muitas vezes violenta em relação ao pensamento, ideia, opinião que é diferente da qual concorda. Um exemplo desse fenômeno pode ser ilustrado com o caso da “*majority illusion*”, quando há a ilusão de que a maioria das pessoas pensam de determinada maneira ou estão engajadas em determinadas causas. Um exemplo da *majority illusion* é o filtro com cores da bandeira LGBT que o Facebook disponibilizou para seus usuários aplicarem em suas fotos de perfil em 2015, quando a Suprema Corte dos Estados Unidos reconheceu a legalidade do matrimônio gay. Muitos usuários aplicaram o filtro em suas fotos e a impressão que se tinha era que a grande maioria das pessoas presentes no Facebook apoiaram a iniciativa. Porém, pesquisas¹⁰ mostraram que as fotos de perfil com as cores do movimento LGBT representaram menos de 2% das contas do Facebook no mundo.

É por isso que atualmente é comum nos depararmos com notícias que comunicam sobre o ódio presente nos sites de redes sociais. De fato, em um ambiente complexo, onde é possível se expressar de maneira muito simples, fácil, rápida e que ainda conta com o efeito dos algoritmos, a intolerância ao que é diferente pode fazer com que mensagens odiosas em relação a determinado grupo sejam manifestadas e validadas.¹¹

¹⁰ Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/vida-publica/o-ativismo-de-facebook-funciona-a2gv7jl59b5zl930qlbluzepp>>. Acesso em: 12/02/2018.

¹¹ Disponível em: <<http://www.bbc.com/portuguese/brasil-38563773>>. Acesso em: 20/06/2017.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Uma pesquisa, realizada em 2016 pelo projeto “Comunica que Muda”, iniciativa da agência nova/sb,¹² mostra que 84% das menções nos sites Facebook, Twitter e Instagram possuem uma abordagem negativa, preconceituosa e discriminatória. A mesma pesquisa mostra que o discurso de ódio às mulheres foi o segundo tema com maior número de menções: 88% das citações que abordavam a desigualdade de gênero tinham um viés intolerante e incitações à violência e ao estupro eram travestidos de “piadas”. Ainda que possamos contestar a cientificidade da mencionada pesquisa, os números citados nos mostram uma avassaladora realidade, na qual sites de redes sociais geram uma permissividade para o preconceito e a discriminação, sendo que essa permissividade tem um retorno para o social na medida em que é um desserviço civilizatório.

Outro ponto importante é que esses discursos circulem nessas plataformas porque elas permitem. Esses sites são produzidos para serem consumidos de uma maneira específica, que é determinada por padrões/políticas, que, por sua vez, contam com uma lista de regras que definem aquilo que pode ou não pode ser feito e dito dentro da plataforma.

Através de seus padrões/políticas, os sites de redes sociais afirmam proibir todo tipo de conteúdo relacionado à nudez, pornografia, pedofilia, violência e discurso de ódio.¹³ É importante atentarmos a essas questões uma vez que, do ponto de vista da comunicação, do consumo e da ética, os sites de rede sociais afirmam contribuir e auxiliar na construção de um espaço dinâmico, democrático e que não tolera qualquer tipo de discriminação. No entanto, a observação das dinâmicas dos mesmos nos leva a constatar que, a despeito de padrões/políticas, não é raro se deparar justamente com o contrário. Ao banir determinado tipo de conteúdo e outros não, os próprios sites têm o poder de determinar quem tem espaço e quem não tem, quais assuntos são “legítimos” ou não, colocando um limite (muitas vezes conservador) na autonomia do sujeito de se expressar. Assim, foi observado que os sites de redes sociais possuem medidas que além de rasas e subjetivas, estão impregnadas por valores morais que vão contra a manutenção de uma sociedade justa e democrática.

Tentativas de limites entre o discurso de ódio e a liberdade de expressão

¹² Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/sociedade/brasil-cultiva-discurso-de-odio-nas-redes-sociais-mostra-pesquisa-19841017>>. Acesso em: 29/11/2017.

¹³ Disponível em: <<https://www.facebook.com/communitystandards#hate-speech>>. Acesso em: 15/06/2017.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Ao abordamos o discurso de ódio, é importante situar o contexto no qual a expressão surgiu. Segundo Samuel Walker (1994), as questões envolvendo o “*hate speech*”¹⁴ aparecem nos anos 1920 nos Estados Unidos e estão fortemente ligadas à questão racial. A década de 1920 marcou as primeiras discussões políticas e legais acerca da restrição de discursos ofensivos ligados à raça e à religião. Walker (idem) afirma que, no que diz respeito à essas discussões, dois grupos se opunham naquele momento:

De um lado, as vítimas históricas do preconceito e da discriminação racial, religiosa e étnica se esforçaram para se defender. Alguns dos seus esforços eram diretamente contra o discurso de ódio. Do outro lado, a União Americana das Liberdades Civas (UALC) foi fundada em 1920 para defender a liberdade de expressão. A UALC representava o primeiro esforço nacional organizado para combater as restrições às liberdades individuais. Do choque dessas duas forças organizacionais, a questão do discurso de ódio nasceu (WALKER, 1994, p. 9-10, tradução nossa).¹⁵

É evidente que a questão do discurso de ódio que, segundo Walker (1994), surge nos Estados Unidos no século XX em razão de conflitos raciais, está fortemente relacionada à discussão acerca da liberdade de expressão naquele país. A Primeira Emenda da Constituição dos Estados Unidos, aprovada em 1791, protege, entre outras coisas, a liberdade de expressão. Porém, apenas entre os anos 1920 e 1970, respectivamente, a Suprema Corte desse país passou a alongar essa proteção da liberdade de expressão, com o entendimento de que qualquer manifestação de conteúdo é valorosa para a democracia e, por isso, merece ser respeitada, seja qual for o conteúdo. Ou seja, o discurso de ódio proferido contra negros, mulheres e homossexuais, por exemplo, ainda que de maneira indireta, é protegido, nos Estados Unidos, pela interpretação ampla da Lei, uma vez que predomina a doutrina de que limitar esses discursos seria uma afronta ao direito individual da liberdade de expressão e, conseqüentemente, à democracia.

Os Estados Unidos vivenciaram durante o século XX grandes lutas pela igualdade racial, tendo Martin Luther King Jr. como uma das figuras mais importantes do movimento racial naquele período. A história do país conta historicamente com diversas lutas sociais pela igualdade e, mesmo na

¹⁴ Termo em inglês usado para designar o discurso de ódio.

¹⁵ No original: “On one side, the historical victims of racial, religious, and ethnic prejudice and discrimination launched a concerted effort to defend themselves. Some of their effort was directed against hate speech. On the other side, the American Civil Liberties Union (ACLU) was founded in 1920 to defend freedom of speech. The ACLU represented the first organized national effort to fight restrictions on individual liberties. Out of the clash of these two organizational forces the hate speech issue was born.”



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

atualidade, essas lutas ainda se fazem necessárias. Um dos casos mais recentes (até a conclusão deste artigo) aconteceu na cidade de Charlottesville, onde centenas de pessoas da extrema direita americana protestaram contra a retirada de uma estátua do general Robert E. Lee, defensor de movimentos escravocratas. O protesto foi organizado por grupos de ideologia supremacista branca e muitas pessoas andaram pelas ruas da cidade carregando tochas e gritando palavras de ordem contra negros, imigrantes e homossexuais. Participaram do ato simpatizantes da Ku Klux Klan¹⁶ e houve diversas manifestações com bandeiras e símbolos nazistas. O protesto foi violento. Uma pessoa morreu e dezenove ficaram feridas quando um motorista atropelou um grupo de ativistas que marchavam em oposição ao protesto organizado pela extrema direita.¹⁷

O caso mencionado ilustra como a liberdade de expressão nos Estados Unidos é extremamente protegida e se sobrepõe a outros direitos, como, por exemplo, o direito da privacidade e à igualdade. A mera permissividade de marchas nazistas ou de ideologias supremacistas representa não só uma grande violência, mas também reforça e legitima discriminações que vão contra o princípio ético e político de igualdade. Afirma Silva (2014, p. 38-39) que:

A expressão claramente política, qualquer que seja a sua natureza, como dissemos, está no centro da proteção constitucional[dos EUA]: trate-se de um discurso comunista, ultraliberal ou mesmo de um discurso carregado de ódio racial feito por um membro da Klu Klux Klan, ou ainda de uma passeata neonazista em uma cidade repleta de sobreviventes dos campos de concentração nazistas, a expressão goza de imunidade.

Já no Brasil, a abordagem a respeito do discurso de ódio difere da maneira como é feita nos Estados Unidos. Um dos casos mais famosos acerca do discurso de ódio no país é o de Siegfried Ellwanger Castran, que publicou diversos livros antissemitas, onde negava o Holocausto. Ao analisar a atuação do Supremo Tribunal Federal (STF) neste caso, Sarmiento (2006, p. 3) salienta que o caso Ellwanger é “qualificado por integrantes da Corte como o mais relevante julgado da história daquele tribunal em matéria de direitos humanos”. No julgamento do caso, foi decidido que a liberdade de expressão não protege manifestações antissemitas, podendo ser consideradas crime de racismo. Ou seja, no Brasil e em outros países como a Alemanha, por exemplo, é possível colocar limites à liberdade de expressão, uma vez que a dignidade humana se sobrepõe a ela. É importante destacar que no Brasil não existe uma legislação específica no que diz respeito ao discurso de ódio. A lei brasileira proíbe a

¹⁶ Organização racista que nasceu nos Estados Unidos no final do século XIX.

¹⁷ Disponível em: <<http://www.bbc.com/portuguese/brasil-40913908>>. Acesso em: 14/11/2017.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

discriminação ou preconceito de raça, cor, etnia, religião ou procedência nacional, o que significa assumir que mesmo com a garantia da liberdade de expressão, é crime praticar ou incitar atos discriminatórios nas condições acima descritas.

Também é preciso ressaltar a complexidade com a qual as discussões acerca da liberdade de expressão e do discurso de ódio devem ser abordadas, afinal, parece óbvio que proteger constitucionalmente o exercício do discurso de ódio não é ético na medida em que, quando esse tipo de discurso é direcionado para minorias políticas como negros, mulheres e LGBTs, por exemplo, reforça as assimetrias sociais e de poder, contribuindo para a manutenção e validação do preconceito. Porém, limitar ou proibir determinado discurso em razão do seu conteúdo pode abrir brechas para que a liberdade de expressão dos sujeitos seja reprimida de maneira extrema, como já ocorrido no Brasil em períodos ditatoriais, por exemplo. Não há literatura que proponha uma solução para essa questão e também não é nossa pretensão fazê-lo. Não obstante, o que queremos é levantar discussões acerca da temática para que possamos pensar em soluções que nos levem para um caminho mais justo, ético e democrático.

Considerações finais: consequências éticas do discurso de ódio para o reconhecimento do outro

Como vimos, os discursos de ódio não só circulam livremente nos sites de redes sociais, como esses sites são estruturados para promover e visibilizar esses discursos, uma vez que geram audiência e engajamento entre os usuários, promovendo uma permissividade para o preconceito e para a discriminação que é um desserviço civilizatório na medida que prejudica, invisibiliza e não reconhece os sujeitos que fazem parte de grupos politicamente minoritários.

É importante lembrar que consideramos como discurso de ódio não apenas discursos que incitam o ódio ou a violência, mas todos os tipos de discursos discriminatórios e segregacionistas que são proferidos contra aqueles indivíduos que pertencem a grupos sociais politicamente minoritários. Entendemos também que o discurso de ódio é um discurso ideológico visto que mobiliza sentidos para a manutenção do poder e de suas relações desiguais (THOMPSON, 2011). Logo, afirmamos que o discurso de ódio é antiético na medida que silencia o outro e não o reconhece como sujeito, o que impede que ele participe da vida social e política em igualdade.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Fraser (2007) argumenta que estratégias de reconhecimento e representação são importantes, porém estão em uma dimensão simbólica que não contribui de fato para diminuir desigualdades, ou seja, a representatividade não é suficiente para promover uma mudança social significativa. Para a autora (idem), é preciso nos preocuparmos com as concepções de justiça na sociedade, sendo necessária uma justiça social que não exija somente estratégias de reconhecimento e representação, mas também estratégias de redistribuição, que pensem as questões materiais derivadas da diferenciação como a redistribuição de renda, de recursos e de oportunidades. Mas como pensar em estratégias de redistribuição se grupos politicamente minoritários não são nem mesmo representados e reconhecidos em igualdade na sociedade?

Nancy Fraser (2007) propõe um modelo de justiça social que combina a justiça redistributiva e a justiça de reconhecimento, propondo uma análise alternativa do reconhecimento.

A linha proposta é tratar o reconhecimento como uma questão de status social. Dessa perspectiva – que eu chamarei de modelo de status – o que exige reconhecimento não é a identidade específica de um grupo, mas a condição dos membros do grupo como parceiros integrais na interação social. O não reconhecimento, conseqüentemente, não significa depreciação e deformação da identidade de grupo. Ao contrário, ele significa subordinação social no sentido de ser privado de participar como um igual na vida social (FRASER, 2007, p. 107).

Dessa maneira, o reconhecimento é necessário na medida em que a sociedade, ao não reconhecer determinados sujeitos, os tornam invisíveis. Nesse sentido, o discurso de ódio pode ser considerado uma forma de não reconhecimento, ao não reconhecer mulheres transexuais como mulheres ou casais do mesmo sexo como uma família, ou pessoas negras como detentoras dos mesmos direitos que pessoas brancas, por exemplo. Ao não serem reconhecidos, esses sujeitos são impedidos de participar ativamente da vida social e da esfera pública, na medida em que suas reivindicações não são contempladas.

Honneth (2003), por sua vez, argumenta que o reconhecimento é um problema ético central, posto que ser reconhecido por outrem é fundamental para o seu desenvolvimento, ou seja, a identidade humana depende do reconhecimento do outro. Assim, para este autor, a “negação do reconhecimento é prejudicial porque impede que as pessoas tenham uma visão positiva de si mesmas – uma visão que é adquirida intersubjetivamente” (HONNETH, 1992, p.189). Dessa maneira, o reconhecimento é percebido por Honneth como uma questão ética fundante. A grande diferença entre Fraser e Honneth, no que diz respeito ao reconhecimento, reside no modelo de status proposto pela filósofa norte-



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

americana, para quem “o não reconhecimento é errado, já que constitui uma forma de subordinação institucionalizada – e, portanto, uma séria violação da justiça” (FRASER, 2007, p. 112). Já Honneth (2003) entende o reconhecimento por uma perspectiva ética, na medida em que ele é necessário para que as pessoas construam uma imagem positiva de si. Fraser (2007) acredita em um reconhecimento pela perspectiva da justiça, na medida em que ele é necessário para que os sujeitos possam participar em igualdade da vida social e política. Honneth difere, propondo uma visada intersubjetiva relacionada à ontologia do ser.

Nesse sentido, é importante pensar na questão do discurso de ódio em sites de redes sociais através de uma dimensão da ética do reconhecimento e da redistribuição, levando em consideração que esses discursos contribuem para o não reconhecimento dos sujeitos e por isso, fazem com que esses sujeitos não só deixem de construir uma imagem positiva de si, já que não há o reconhecimento do outro, mas também sejam impedidos de participar ativamente e em igualdade na sociedade.

Assim, do ponto de vista da ética do reconhecimento, os discursos de ódio são extremamente antiéticos. Ao silenciar o outro e não reconhecer o outro como um sujeito, impede tanto a participação em igualdade da vida social e política quanto o desenvolvimento da sua identidade. Logo, consideramos essencial pensar em políticas e medidas que promovam tanto a representação dos sujeitos de grupos politicamente minoritários quanto o reconhecimento e a redistribuição de recursos, para que possam atuar e existir em igualdade na sociedade.

Referências

ALVES, Marcelo. A Rede de Oposição Radical no Facebook: cartografia e apontamentos sobre os haters políticos. **Rev. Estud. Comun.** v. 15, n. 38, p. 309-324, set./dez 2014.

AMARAL, Adriana. Redes sociais, linguagem e disputas simbólicas. **ComCiência**, Campinas, n. 131, 2011. Disponível em <http://comciencia.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-76542011000700009&lng=pt&nrm=iso>. acesso em 25/02/2018.

boyd, danah. Why youth (heart) social network sites: the role of networked publics in teenage social life. In: BUCKINGHAM, David. **MacArthur Foundation Series on Digital Learning – Youth, identity, and digital media volume**. Cambridge: MIT Press, 2007. p.119-142.

ELIAS, Norbert; SCOTSON, John L. **Os estabelecidos e os outsiders: sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.



COMUNICON 2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

FRASER, Nancy. Reconhecimento sem Ética? **Revista Lua Nova**, p. 101-138, 2007. (Texto traduzido na íntegra da **Revista Theory, Culture & Society**, v. 18, p. 21-42, 2001).

FRASER, Nancy. Mapeando a imaginação feminista: da redistribuição ao reconhecimento e à representação. **Estudos feministas**, v. 15, n. 2, p. 291-307, mai./ago. 2007.

HEPP, Andreas. Mediatization and the 'molding force' of the media. **Communications: The European Journal of Communication Research**, v. 37, n. 1, mar. 2012.

HONNETH, Axel. **Luta por reconhecimento: a gramática moral dos conflitos sociais**. São Paulo: Editora 34, 2003.

KARNAL, Leandro. **Todos contra todos: o ódio nosso de cada dia**. Rio de Janeiro: LeYa, 2017.

LEAL DA SILVA, Rosane *et al.* Discursos de ódio em redes sociais: jurisprudência brasileira. **Revista Direito - GV**, v. 7, n. 2, p. 445-468, jul./dez. 2011.

PEREIRA, Marília Duque Estrada Soares. **Éthos em rede**: dinâmicas, apropriações e implicações éticas do éthos conectado no Facebook. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo). Escola Superior de Propaganda e Marketing. São Paulo, 2016.

RECUERO, Raquel. **A questão do ódio nos sites de rede social**. Site Oficial Raquel Recuero, 2014. Disponível em: <<http://www.raquelrecuero.com/arquivos/2014/10/a-questao-do-odio-nos-sites-de-rede-social.html>> Acesso em: 13/05/2017

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulinas, 2014.

SARMENTO, Daniel. **Livres e iguais**: estudos de Direito Constitucional. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2006.

SILVA, Júlio César Casarin Barroso. Liberdade de expressão e expressões de ódio. **Revista Direito GV**, p. 37-64, 2015.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**. Petrópolis: Editora Vozes, 2011.

VIEGAS, Paula Rickes; RECUERO, Raquel. **A dominação masculina nos sites de rede social**. Rio Grande do Sul, 2014. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/sul2014/resumos/R40-0669-1.pdf>>. Acesso em: 15/05/2017.

WALKER, Samuel. **Hate Speech**: the history of an American controversy. Nebraska: University of Nebraska Press, 1994.