

A Influência dos *haters* na pauta jornalística: O caso de racismo com a jornalista brasileira Maju

LETÍCIA ELOI PINTO¹; MARISLEI RIBEIRO³

¹Universidade Federal de Pelotas 1 – leticiaaaep@gmail.com1

³Universidade Federal de Pelotas – marisrib@terra.com.br3

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem por objetivo apresentar o comportamento dos *haters* e seus discursos de ódio no site de rede social *Facebook* sobre a foto da jornalista brasileira Maria Júlia Coutinho (Maju). Casos de racismo como o que aconteceu com as atrizes brasileiras Taís Araujo, Cris Vianna, Sheron Menezes e a cantora Ludmilla, o caso de homofobia na propaganda do dia dos namorados de O Boticário, da propaganda de gêneros pelas lojas C&A ou o simples fato da polêmica do vestido azul e preto ou branco e dourado, que gerou uma enorme discussão no site de rede social *Facebook*. Os casos citados, surgiram através do site de rede social *Facebook* e foram pautados nas mídias de web ou tradicionais, pelos próprios usuários de sites de redes sociais, neste caso, o *Facebook*. Ou seja, as pessoas espontaneamente definiram que estes assuntos eram interessantes e iniciaram uma vasta discussão que atraia os valores dos sites de redes sociais apontados por Recuero (2009) como o de visibilidade e popularidade. Com isso, verificamos que os haters, integrantes dos sites de redes sociais, possuem vasta influência na disseminação de ódio nos sites de redes sociais, essas certas informações são discutidas pelos usuários no *Facebook*, tomando grandes proporções e consequentemente chamando a atenção dos veículos jornalísticos. Por isso, este trabalho tem relevância. Ele aborda justamente esse fenômeno onde pessoas "comuns", não jornalistas, acabam por estabelecer o que é ou não noticiável por meio das mídias sociais. Além disso, trata justamente de grupos sociais que emergem nesse cenário conectado e que atuam como incitadores da violência sem causa nas redes sociais online justamente para adquirirem este espaço na eleição das notícias jornalísticas. Compreender este fenômeno ajudará a percebermos como a sociedade atual se relaciona com o jornalismo e vice-versa.

Nesse espaço as pessoas conseguem, então, colocar a sua opinião de forma mais segura justamente pelas possibilidades oferecidas pelo meio, como os

fakes (perfis falsos, que ocultam a identidade "verdadeira"), a "proteção física" (visto que a comunicação é mediada pelos computadores), a possibilidade de encontrar pessoas que pensem da mesma forma, etc. Os sites de redes sociais têm sofrido um crescimento no uso, principalmente no *Facebook*. Acessada por milhões de usuários, é possível que as pessoas exponham seus pensamentos e ideologias bem como ter visibilidade sobre o que está sendo escrito.

Alguns usuários utilizam de estratégias em seus discursos, através de debates para exposição da opinião e consequentemente influenciando outros usuários a seguirem o mesmo ideal. Este seguimento através de pequenos grupos dá-se através da violência simbólica (ZIZEK, 2000) tema abordado por Pierre Bourdieu (1989 e 1991), que vê a violência simbólica como resultado do poder simbólico, reforçando a imposição dos sentidos e a naturalização das relações de poder. Onde alguns usuários induzem as pessoas a acreditarem em tal discurso, mesmo que falso.

2. METODOLOGIA

Para compreender o processo de influência dos *haters* sobre o jornalismo e, consequentemente a opinião pública, será utilizado um Estudo de Caso sobre o caso de racismo envolvendo a jornalista brasileira Maria Julia Coutinho. A mesma sofre um vasto discurso de ódio pelos *haters* e os mesmos pautam o jornalismo, seja impresso, web ou televisão, porque é um evento específico onde há o ataque de *haters* e como foi a cobertura jornalística neste processo. O estudo de caso, como instrumento de investigação, é uma modalidade de pesquisa que pode ser aplicada em qualquer área de conhecimento, portanto será utilizada neste estudo. O estudo de caso é uma modalidade de pesquisa amplamente utilizada nas ciências biomédicas e sociais. Consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento.(GIL,2010). Para isso, pretendemos realizar uma análise dos discursos de ódio, enunciado pelos *haters* no caso específico de racismo com a jornalista Maju, assim como uma observação dos mesmos *haters* serem pautados em um determinado jornal. A investigação se dará através do discurso nos sites de redes sociais, número de curtidas e compartilhamentos, além da análise dos veículos de comunicação que pautaram a notícia produzida pelos *haters*.

Segundo (Gil, 2010), a elaboração da pesquisa, consiste na formulação do problema, seguindo da seleção das amostras, coleta de dados, análise e interpretação dos dados e por fim, relatório da pesquisa. Neste trabalho, será apresentado através de prints, o objeto a ser estudado e os comentários racistas proferidos na imagem postada pela jornalista Maju, alvo de discursos de ódio, no site de rede social *Facebook*.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foi analisado a postagem original da página do Jornal Nacional, da rede Globo, no qual a jornalista Maju é atacada pelos haters, no site de rede social *Facebook*, através dos comentários. É possível observar os diversos comentários com discurso de ódio direcionado a atriz. Os *haters* (odiadores), muitas vezes utilizam de perfis *fakes* (falsos) para disseminar o ódio.

Os *haters* em questão, possuem grande número de amigos em seus perfis no site de rede social *Facebook*, o que amplia a disseminação de determinada informação, conferindo-lhes o valor de popularidade e de visibilidade.

O ponto de desequilíbrio foi observado justamente pela situação. A postagem da foto da jornalista Maju na página oficial do Jornal Nacional, proporcionou com que as pessoas no site de rede social *Facebook* falassem sobre as questões raciais. Com isso, esse era o poder do contexto que favoreceu com que os haters divulgasse seu ódio na postagem.

Conforme (BOURDIEU,2008), a violência é algo simbólico e para estes indivíduos que praticam a violência é algo visto como normal, seja este sistema simbólico construído por questões políticas, religiosa ou mesmo artística. O caso em questão se dá através da linguagem, servindo interesse de pequenos grupos que compartilham do ódio para adquirirem vantagem sobre a visibilidade que apresentam em comentários que contem xingamentos.

4. CONCLUSÕES

A disseminação de ódio nos sites de redes sociais e a influência dos haters nas pautas jornalísticas é um assunto ainda novo (justamente pela inclusão das tecnologias na vida cotidiana) que precisa ser debatido para entender o comportamento social, ainda que relacionado à violência simbólica. O poder que

uma palavra contém pode levar ódio em grande proporção para dezenas de usuários do *Facebook*. Os internautas, muitas vezes preocupam-se com que impacto suas postagens atingirão as pessoas de sua rede e não com o modo com o qual as atingem. Esta preocupação parece conhecida por estes grupos que agem em contextos específicos, atribuindo uma fixação de sua mensagem que acaba por desviar os debates de assuntos importantes para o seu discurso de ódio. Além disso, estas discussões e ações parecem agregar valores sociais de reputação e autoridade “positivas” em seus grupos de pertença (ainda que negativas diante do resto e da maioria das pessoas do *Facebook*).

A visibilidade e a popularidade ficam notórias justamente pelo impacto que suas informações adquirem, fazendo com que eles ganhem novos “seguidores” haters e a se tornem visíveis, também, nas mídias. Este trabalho encontra-se em fase inicial. Pretende-se aprofundar ainda mais o estudo para compreender o comportamento destes grupos de *haters* que acabam por mobilizar grandes discussões e a atenção das grandes mídias pelo claro e direto discurso de ódio que incita a violência nas redes sociais na internet. Ainda que este assunto seja recente, é de alta discussão na mídia tradicional e alternativa a questão da regulamentação do direito digital, que faça com que estes casos sejam punidos, para que não ocorra casos como os citados neste trabalho. É perceptível a diferença entre liberdade de expressão e discurso de ódio nos sites de redes sociais.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Livro

BOURDIEU,P. **O Poder Simbólico.** 14 ed. - **Editora:** Bertrand Brasil, 2006.
FRAGOSO,S.;RECUERO,R.;AMARAL,A. **Métodos de pesquisa para internet.** Porto Alegre,RS: Ed. Sulina, 2013.

GIL, A C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5. ed. - São Paulo: editora Atlas, 2010.
GLADWELL,M. **O Ponto de Desequilíbrio: Como pequenas coisas podem fazer uma grande diferença.** Editora Rocco,2002.
RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet.** Editora Sulina, 2009.