

## **Jornalismo e Discurso de Ódio nas Redes Sociais<sup>1</sup>**

Caroline PIGNATON<sup>2</sup>

Ruth REIS<sup>3</sup>

Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES

### **RESUMO**

Buscamos discutir as conexões entre o papel do jornalismo contemporâneo e os discursos de ódio que reverberam nas redes sociais, tornando-as palco desse tipo de afeto e visando mover o campo político. Trata-se de uma abordagem preliminar, que busca problematizar a hipótese de que o jornalismo ainda detém papel significativo na formação da esfera pública contemporânea renovada pelas redes digitais, e que apesar de se pautar por uma racionalidade normativa e processual baseada no discurso da isenção, os monopólios de mídia tendem a proporcionar visões maniqueístas sobre as questões que abordam a fim de manter uma audiência que ameaça distanciar-se. Esse fenômeno traz para o centro do debate o papel dos afetos no agenciamento político, o papel do jornalismo, seus instrumentos, estratégias e jogos de poder e linguagem no renovado território comunicacional.

**PALAVRAS-CHAVE:** Discurso de ódio; Jornalismo; Redes sociais.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias de Comunicação, 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 2 a 8 de setembro de 2018, Joinville-SC.

<sup>2</sup> Mestranda do programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo. Graduada em Comunicação Social (Jornalismo) pela Ufes e pesquisadora do Grupo de Estudos de Discurso e Comunicação, E-mail: [caroldmp@yahoo.com.br](mailto:caroldmp@yahoo.com.br)

<sup>3</sup> Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo, atuando no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Territorialidades e na graduação em Jornalismo, E-mail: [ruth.reis@ufes.br](mailto:ruth.reis@ufes.br) e [ruthdosreis@gmail.com](mailto:ruthdosreis@gmail.com).

## INTRODUÇÃO

Os primeiros anos desta segunda década do século XXI nos encontrou em meio ao debate sobre a pós-verdade, discursos de ódio, bolhas e *fake news*. Essa agenda de questões emergiu em meio ao crescimento e fortalecimento da nova máquina de comunicação que se estabeleceu a partir dos processos de globalização e da comunicação digital. A explosão de um modelo baseado em rede, que oportunizou uma grande transformação no sistema comunicacional e social, faz emergir vozes até então silenciadas pelo velho modelo de comunicação vertical, em que os veículos de massa dominavam os processos de mediação e midiaticização (SODRÉ, 2014).

Manuel Castells (2008) e outros atribuem a essa nova configuração da comunicação em rede o surgimento ou ressurgimento de identidades forjadas, laços específicos e relações singulares (religiosas, sanguíneas, culturais, de gênero, etc) que não aquelas que se inscrevem em recortes mais particulares, como as classes, nações, ideologias, entre outras. As redes, inscritas numa ordem global, portanto, seriam um elemento forte a permitir que viesse à tona uma série de questões presentes no nosso cotidiano até então sublimadas ou recalçadas por discursos organizadores que acabavam por descaracterizar conflitos e desigualdades.

Esse fenômeno traz tanto consequências positivas, pois favorece a reconfiguração das conexões e das solidariedades, quanto negativas, pois pode produzir polarizações de tal monta que alcançam níveis de intolerância insuperáveis. Manifestações preconceituosas e violentas contra segmentos étnicos, raciais, regionais, de gênero, políticos, ideológicos ou qualquer outro, tornaram-se frequentes em várias partes do mundo e configuram o que passou a ser caracterizado como discurso de ódio, questão que já vem sendo apontada e estudada desde antes da internet. Apesar de não ser um fenômeno novo, esse tipo de manifestação proferida por indivíduos nas redes, hoje reverbera de forma contundente demonstrando a grande transformação experimentada pelo espaço público nos últimos tempos.

---

Antes, essas manifestações poderiam passar despercebidas pois não encontravam eco, uma vez que por um lado estavam pacificadas por um discurso de uma sociedade cordial, compreensiva e tolerante. Por outro lado, não alcançava a esfera pública devido a um sistema de comunicação que a dominava mais fortemente, reprocessava esse falatório cotidiano (HEIDEGGER, 1986) e o entregava na forma de um discurso conciliatório que, pelo menos no Brasil, foi curtido durante o século XX por diversos intelectuais e sistemas interpretativos hegemônicos, como a mídia ou a academia.

Nesse ambiente renovado, o jornalismo, ainda que busque reconfigurar sua participação e seu papel, se coloca como um dos integrantes privilegiados desse espaço público por toda a confiabilidade que angariou ao longo do tempo. Cabe indagar, considerando esse quadro, sobre o papel desempenhado pelo jornalismo na promoção e propagação dos discursos de ódio, que, hoje, se desentranham dos círculos sociais. Interessa-nos mais especialmente circunscrever essas primeiras análises aos recentes acontecimentos relacionados ao cenário político-ideológico brasileiro<sup>4</sup>, e, pela sua hegemonia no contexto da produção jornalística brasileira, às corporações de comunicação mais destacadas, que chamaremos de mídia tradicional.

Questionamos se os veículos de comunicação tradicionais se apropriam da força de difusão das redes sociais para promover ou incentivar o discurso de ódio, tornando-as palco desse tipo de afeto para mover o campo político, e de que modo isso se dá, considerando o fato de que o jornalismo se configura mediante uma racionalidade normativa e processual de apuração e empacotamento de informação pautado no discurso da isenção. Questionamos também, como a estética da narrativa jornalística está sendo disputada para reconfigurar a autoridade de produtores de conteúdos no ambiente da comunicação em rede. Essa disputa se materializa hoje no que se denominou, não de forma muito precisa, de *fake news*, que se transforma numa arma poderosa das disputas políticas dentro e fora do campo da comunicação e do jornalismo.

---

<sup>4</sup> Desde a eleição de 2010 o Brasil passa por uma intensificação do acirramento político entre dois polos: esquerda (no âmbito partidário representada pelo Partido dos Trabalhadores e outros partidos de menor expressão) e direita (representada pelo Partido da Social Democracia Brasileira e outros menores). Essa disputa político-ideológica deu o tom às manifestações que aconteceram entre 2013 a 2016, inclusive a todo o período de campanha eleitoral de 2014, passando depois pelo impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff e seguindo até os dias atuais em consequência dos desdobramentos da operação Lava-Jato e aproximam-se novas eleições presidenciais.

---

Trata-se aqui de elaborar uma abordagem inicial sobre o fenômeno contemporâneo da comunicação e seus impactos na vida cotidiana e na política, problematizando essas questões que se entrelaçam e trazem para o centro do debate o papel das emoções e dos afetos no agenciamento político, o papel do jornalismo e seus instrumentos e estratégias no renovado território comunicacional.

### **Esfera Pública Reconfigurada**

A transição do sistema midiático tradicional para um modo interativo em que emissores e receptores intercambiam de forma intensa esse papel é um advento que vem sendo construído com as novas tecnologias, alterando assim, fundamentalmente, os rumos da mediação da comunicação conhecida durante o século XX. A internet trouxe novos formatos de construção e de manutenção dos laços sociais, que atualmente transcendem as redes físicas e ocupam lugar nas redes virtuais. Essas novas estruturas redesenham o espaço público e trazem com elas uma reconfiguração das identidades sociais, traduzindo assim, novos modelos de cidadania.

Conceito trabalhado por Habermas (1962), a esfera pública, ou espaço público, coloca-se como âmbito de contato e conversação social em que se forma um conjunto de inclinações, visões de mundo, interpretações, coloquialmente designadas opinião pública. Apesar de todas as críticas recebidas por Habermas (LOSEKANN, 2009), demonstrando as limitações de sua visão, essa imagem ainda se mostra poderosa para ilustrar a existência de um ponto de contato coletivo que se molda a partir de determinadas condições sociais. Nos escritos de Habermas encontramos as estruturas de comunicação e o jornalismo com presença significativa na configuração de uma esfera pública burguesa. Em sua revisão, publicada no Brasil em 2003, ele reforça essa percepção sobre os sistemas de comunicação, assinalando que a esfera pública ganha níveis de complexidade mais acentuada do que havia descrito no passado.

Os canais de comunicação da esfera pública engatam-se nas esferas da vida privada – as densas redes de interação da família e do círculo de amigos e os contatos mais superficiais com vizinhos, colegas de trabalho, conhecidos, etc. – de tal modo que as estruturas espaciais de interações simples podem ser ampliadas e abstraídas, porém não destruídas. De modo que a

---

orientação pelo entendimento, que prevalece na prática cotidiana, continua valendo também para uma comunicação entre estranhos, que se desenvolve em esferas públicas complexas e ramificadas, envolvendo amplas distâncias (HABERMAS, 2003, p. 98).

A nova configuração do território da comunicação (que entrelaça elementos da mídia tradicional e do mundo digital, este que aqui denominamos ciberterritório) é dominada pelas dinâmicas de uma máquina governada por algoritmos, que conseguem reorientar o fluxo de publicidade – principal dispositivo de financiamento da mídia tradicional – para os *players* globais de comunicação baseados nas redes digitais (como Google, Facebook entre outros). Estes alcançam níveis profundos e complexos de processamento de dados e reconfiguram os modos como a informação circula na sociedade e os agrupamentos que forma. Bolhas, câmaras de eco ou pequenas esferas públicas são imagens usadas para descrever o modo como os algoritmos têm organizado os usuários de redes sociais para mais rentavelmente distribuir publicidade e otimizar receitas.

A mudança dessa economia política da comunicação fez surgir um movimento transformador sobre o domínio do campo midiático, pois abalou o poder que até então era resguardado pelas grandes corporações de mídia. Para Ramonet (2012), o “empoderamento” dos usuários das redes evolui à medida que passam a enfrentar o predomínio das grandes empresas de comunicação.

Quem sabe mais ou está mais próximo dos acontecimentos ou informa os outros. Hoje, alguns analistas de meios de comunicação alternativos conseguem mais audiência do que os papas dos grandes veículos do setor. (SERRANO, 2013; p.148)

Na América Latina as práticas comunicacionais alternativas viraram tradição cultural na visão de Dênis de Moraes: “Desde a primeira metade do século XX registram-se iniciativas que buscam dar voz a segmentos excluídos ou discriminados pelos grupos monopólicos privados que controlam o setor de mídia” (MORAES, 2013; p.109). Nesse sentido, percebemos como as redes sociais foram incorporadas facilmente à vida e ao meio cultural latino-americanos.

---

Diante desse momento de pluralismo ativo, torna-se cada vez mais difícil para essas grandes empresas realizar uma representação monolítica do mundo social. A multiplicidade de vivências e a existência de grupos diversificados tornam cada vez mais urgente o aprofundamento democrático das relações sociais e políticas existentes. Esses limites da mídia tradicional, ficam evidenciados a todo tempo e agora confrontados por questionamentos sobre suas opções editoriais e sobre a qualidade da informação que veiculam.

O novo dispositivo tecnológico faz com que cada cidadão deixe de ser só receptor da informação – acabando, assim, com um modelo que foi norma durante muito tempo, desde o advento dos meios de massa. Nunca na história das mídias os cidadãos contribuíram tanto para a informação (RAMONET, 2013; p.186).

### **Jornalismo e as Redes**

As mudanças ocorridas nos últimos 20 anos, trouxeram para o jornalismo uma crise de financiamento, decorrente da ameaça à permanência dos seus pilares de sustentação material (a publicidade) e das formas com que se afigura num ambiente de comunicação composto de múltiplos produtores, denominado por Bentes (2016) “ruidocracia”. O impacto da internet sobre o campo do jornalismo vem transformando e inovando, tanto no sentido de sua função propriamente dita quanto no sentido da competência do seu exercício. Hoje, qualquer cidadão pode se transformar em um ator da rede (*web actor*, conforme nominou Ramonet). Esses atores da rede ocupam um lugar antes só ocupado pela comunicação profissional e seus participantes.

Mesmo assim, o jornalismo ainda tem uma presença forte dentro do conjunto de produtores de conteúdos que alimentam a esfera pública de temas e visões sobre o mundo. Em geral produtos oriundos da indústria jornalística tradicional ou dos nativos digitais, com graus diversos de confiabilidade e profissionalização, alcançam posição de destaque nos embates verificados em diversas redes sociais, na internet ou fora dela. Os *media* e o jornalismo são alguns dos responsáveis pela construção social da realidade, conforme propõe Sodré (2014), desempenhando um papel de referenciadores públicos e coletivos. Se, durante décadas, eles cumpriam quase que solitariamente o papel de manter das

---

regularidades estruturais do sistema e a função de integração social, hoje disputam essa hegemonia com outros atores diante das transformações do espaço público e da pluralidade emergente.

O campo do jornalismo é considerado um componente importante no funcionamento de uma sociedade democrática. Para cumprir essa função de forma efetiva, deveria ser pautado pela pluralidade de vozes que povoam o universo social. Essa condição, contudo, dificilmente será alcançada num quadro em que a propriedade das corporações de mídia é monopolizada<sup>5</sup> em diversos níveis e sentidos, como já demonstrou (LIMA, 2001), e em que seus esforços e sua produção são mobilizados de acordo com o contexto mercadológico no qual estão inseridos (INTERVOZES, [S.d.]).

Além dessa característica, sabemos que o noticiário produzido mostra somente uma parte das ocorrências havidas, e ainda assim apresenta os acontecimentos sob um determinado recorte. O que existiu e não foi noticiado, passa despercebido mesmo tendo relevância social, efeito que McCombs e Shaw (1972) denominaram *agenda setting*. E o contrário também é verdadeiro: fatos não tão relevantes são construídos como se assim fossem. Os engendramentos discursivos do jornalismo, mesmo que abrigados sob a capa da isenção, podem tornar possível que as práticas sociais vivenciadas no ciberterritório sejam utilizadas como difusoras, incentivadoras e propagadoras do discurso de ódio em desfavor das minorias, de grupos políticos, de indivíduos e organizações da sociedade.

Já temos exemplos abundantes de situações de constrangimentos e humilhações de diversos tipos nas redes sociais, mas como aqui gostaríamos de nos circunscrever ao campo da política, cabe lembrar que o Brasil passa, desde as eleições de 2010 por uma intensificação do acirramento político entre dois polos. De forma alegórica, no ambiente das redes sociais, esses dois polos ficaram conhecidos por coxinhas (alusão à mobilização em torno da destituição da ex-presidente Dilma Rousseff) e petralhas (alusão aos

---

<sup>5</sup> Estudo realizado pela Intervozes (Ong brasileira dedicada à causa do direito à comunicação) e a Repórteres Sem Fronteiras (RSF- França), no projeto Monitoramento da Propriedade da Mídia (Media Ownership Monitor ou MOM) mostra que cinco famílias controlam metade dos 50 veículos de comunicação com maior audiência no Brasil. As principais referências são a rede Globo, da família Marinho, a mais influente, a família Rede Bandeirantes (família Saad), a Record (Macedo), RBS (Sirotsky) e Folha de São Paulo (Frias). (INTERVOZES, [S.d.]).

---

partidários da permanência de Rousseff e ao seu partido, o PT)<sup>6</sup>. Essa disputa político-ideológica deu o tom às manifestações que aconteceram a partir de 2013 quando o ativismo nas redes passou a ser fundamental para mobilizações populares, e repercutiu para o período de campanha eleitoral em 2014, passando pelo impeachment de Dilma Rousseff e seguindo até os dias atuais em consequência dos desdobramentos da operação Lava-Jato<sup>7</sup> com a prisão do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva<sup>8</sup>.

Por meio de sua produção jornalística, as principais corporações de mídia posicionaram-se favoravelmente ao impeachment de Dilma Rousseff, e, até hoje, vêm produzindo um processo de desconstrução do partido dela, o Partido do Trabalhadores e das figuras públicas, além de outros do campo da esquerda. A operação Lava-Jato, transformou-se em espetáculo midiático (e judiciário), ao ser noticiada de forma intensa e seletiva (MELO, 2016) pela imprensa, ganhou as redes que viraram palco de paixões. Apesar de adotar o receituário narrativo do jornalismo clássico, a maior parte das produções da mídia tradicional se aproxima mais do discurso reproduzido pelos grupos que se identificam com as ideias da direita como observaram Moretzsohn (2017), Sousa (2016) e outros autores, que apontam os vieses da cobertura jornalística e o papel central que o jornalismo tradicional teve em todo o processo de derrubada de Rousseff e depois dele.

A narrativa da mídia tradicional penetra nas redes; esta, por meio de seus atores diversos contribui para endossá-los e alavancar a circulação de conteúdos que se coadunam com as posições em disputa, ou repudiar os que não encontram concordância. Os que se propõem a um discurso contra-hegemônico, e que não têm encontrado reverberação nos grandes veículos de comunicação, lançam mão das mídias alternativas

---

<sup>6</sup> Em termos partidários, e de forma bem resumida, essa polarização coloca o Partido dos Trabalhadores e outros partidos menores, com representação parlamentar ou não no campo da esquerda e o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), o Movimento Democrático Brasileiro (MDB) e outros partidos menores no campo da direita.

<sup>7</sup> A Operação Lava-Jato, desencadeada a pretexto de combater a corrupção, foi iniciada em 2009, em Londrina (PA). Em 2014 passou a investigar relações com a Petrobrás envolvendo figuras proeminentes da política brasileira (Fonte: Ministério Público Federal, s.d.).

<sup>8</sup> O ex-presidente Lula da Silva foi preso, no dia 7 de abril, após condenação, em segunda instância, sob acusação de receber suborno na forma de um apartamento. O processo é polêmico e mobiliza a atenção de juristas brasileiros e estrangeiros quanto à sua precisão formal e de mérito (PRONER, 2017).



---

como o chamado jornalismo independente, que emergiu também com a internet e hoje é produzido por meio de pequenos negócios, organizações sociais ou coletivos.

No entremeio do campo comunicacional, a estética jornalística é convocada para essa disputa política, e se materializa no que ficou conhecido como *fake News*, cuja produção é atribuída a entes que se estruturam ora como organizações sociais ora com a aparência de pequenos negócios de mídia e se especializam em criar, recriar e colocar em circulação narrativas sem conexão com ocorrências empíricas. Ao ganharem relevância no debate sobre os efeitos da nova máquina de comunicação nas eleições e no dia a dia da política, desde as eleições para presidente dos Estados Unidos, em 2016, as *fake news* se transformam hoje em objeto de disputa para demarcar o território do jornalismo.

Nesse cenário, surgem as iniciativas de *fact cheking*, que começaram de forma independente, mas hoje parte delas se aproxima nos grandes players – Facebook e Google – e também da mídia tradicional, a exemplo dos projetos Credibilidade e Comprova<sup>9</sup>, trazendo um novo componente ao já tensionado campo da comunicação. Trata-se de tema polêmico, pois envolve dispositivos de controle ainda não muito claros para todos os que participam das trocas comunicacionais, mas que já chamusca alguns veículos situados no campo da esquerda<sup>10</sup>. Enquanto as *fake news* se tornam o objeto que mobiliza os esforços pela preservação do lugar de autoridade do jornalismo e seus operadores, ficam num canto esquecido e protegido as *bias news*, que em graus diversos são produzidas no dia a dia por essa grande fábrica de informação no jornalismo profissional e nas redes.

## Afetos e Ódio

---

<sup>9</sup> O projeto Credibilidade advém do Trust Project e executado com patrocínio do Google, e gerenciado no Brasil pelo Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor). O consórcio local reunia, até janeiro de 2018, 17 entidades, como os jornais Folha de S. Paulo, Zero Hora e Jornal de Jundiá, veículos nativos digitais, como Nexa e Poder360, as agências de checagem Aos Fatos e Lupa, bem como a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo. O capítulo brasileiro segue as mesmas diretrizes do consórcio internacional e adota os mesmos indicadores. O Projeto Comprova provém First Draft, da Harvard Kennedy School, foi lançado no final de junho e tem o Credibilidade como berço. Conta com a participação de 24 veículos de comunicação. É inspirado no CrossCheck, realizado durante a campanha eleitoral francesa de 2017. <https://www.credibilidade.org/trust-project> e <https://projotocomprova.com.br/>

<sup>10</sup> Vide evento envolvendo a Revista Fórum e a Agência de checagem Lupa sobre o caso do terço que teria sido enviado pelo Papa ao ex-presidente Lula. <https://www.revistaforum.com.br/lupa-recua-em-novo-texto-mas-nao-se-retrata-com-forum-dcm-e-247/>

---

É notório que as redes sociais impactaram o jornalismo, não apenas porque informação ganhou ainda mais velocidade, mas porque novas vozes passaram a ter lugar, fazendo com que essa corrida acirre mais a concorrência entre os atores presentes no mundo da comunicação em busca de incidir sobre a opinião na esfera pública. A sociedade em rede propiciou a criação de valor específica para os conteúdos publicados no ciberterritório comunicacional. Muitas informações que passariam despercebidas ou reduzidas ao “boca a boca”, ganham visibilidade com esse novo modo de produção comunicativo.

Atentas a esse novo mercado, as empresas de comunicação valendo-se de sua consolidação e domínio sobre as informações tidas como confiáveis, trataram de criar estratégias para também participar dessa produção de informação nas redes - muitas estão presentes no ambiente virtual com sites, páginas e perfis nas redes sociais - além de tratarem de influenciar, através da notoriedade dos seus veículos tradicionais, sobre os assuntos que debatidos nesse espaço durante os períodos que lhes convém.

A indústria jornalística, inserida nesse novo contexto comunicacional, amparada pela garantia constitucional da liberdade de imprensa e regida pelas dinâmicas do mercado, tem na audiência o grande trunfo para atrair sua principal fonte de financiamento, a publicidade. Isso faz com que se enrosquem numa única operação as atividades de prestação de serviço de utilidade pública e as ações de viabilização econômica do negócio da comunicação. Os recursos às emoções e afetos tem sido frequentes na conquista de público. O sensacionalismo e o escândalo, a opção por temas amenos ou o enfoque sobre o “grotesco” (Sodré e Paiva (2014)) sempre foram e ainda são recursos utilizados pelo jornalismo.

A administração das paixões e dos afetos também pode ser percebida como pano de fundo desse direcionamento exercido pela mídia, através do controle informacional que lhe é próprio. Para Castells (2017, p.305), a mídia tradicional utiliza-se de seu poder para produzir uma política de escândalos para a sociedade como um todo e faz do embate um instrumento de manutenção e aumento de audiência.

---

A prática política de escândalos representa o mais alto nível de desempenho na estratégia de produzir um efeito de afeto negativo. Como a política da mídia é a política da Era da Informação, a política de escândalos é o instrumento preferido para o envolvimento nas lutas políticas de nossa época” (CASTELLS, 2017; p.305).

Essa estratégia é atualizada nas redes sociais, nas quais os diversos enunciadores colocam em cena assuntos bizarros, violentos ou preconceituosos, mas que não pretendam com isso auferir dividendos ou resultados materiais. É evidente a prática de discursos de ódio nas redes sociais no Brasil. A agressividade dos comentários referentes às questões que envolvem as minorias, rechaçando-as, conduz-se a um discurso violento e desrespeitoso empregado contra as diferenças raciais, sociais, culturais, políticas, regionais, de orientação sexual, de gênero. Consequentemente, os grupos políticos que defendem essas minorias e projetos sociais diferentes da matriz liberal hegemônica, sofrem da mesma maneira ataques passionais, na maioria das vezes infundados e superficiais.

O ódio remete a uma ideia de menosprezo, depreciação, intolerância contra certos grupos e suas práticas sociais. A propagação de mensagens e postagens com conteúdos que incitam o desprezo contra as minorias gera violência e discursos agressivos, geralmente superficiais e sem causa concreta que os justifique, simplesmente pelo fato de se direcionarem a esses grupos vulneráveis, que passaram a ter voz nas redes e a incomodar o discurso dominante anteriormente vigente.

O ódio acusa sem saber. O ódio julga sem ouvir. O ódio condena a seu bel-prazer. Nada respeita e acredita encontrar-se diante de algum complô universal. Esgotado, recoberto de ressentimento, dilacera tudo com seu golpe arbitrário e poderoso. Odeio, logo existo (GLUCKSMANN, 2007:11).

A intolerância parece ter tomado conta do ambiente virtual e identificar os gatilhos desse comportamento é um fator relevante para entender o cenário dos tempos atuais. Safatle (2015) propõe-se a tarefa de pensar a sociedade a partir de um circuito dos afetos, que proporciona toda forma de coesão e repulsão no qual observa que o medo, positivado, se apresenta como afeto político central. “[...] O medo [...] é indissociável da compreensão do indivíduo, com seus sistemas de interesses e suas fronteiras a serem continuamente

defendidas, como fundamento para os processos de reconhecimento” (2015, p.17). Ele acredita que as transformações políticas devem passar também pela modificação dos afetos, pela mudança na estrutura do sujeito e na dinâmica de seus vínculos sociais.

No campo do Direito, essa questão tem se tornado motivo de embates e debates. Os limites da liberdade de expressão é tema que vem sendo muito discutido, especialmente neste momento em que ganha relevância o problema dos discursos de ódio na vida social e política. Há aqueles que advogam pela liberdade ilimitada, e outros que defendem que a liberdade de expressão deve ser restringida à medida em que fere a coexistência relativamente pacífica dos cidadãos e em que o Estado passa a atuar garantindo e protegendo as manifestações de pensamentos das minorias, o que, no caso brasileiro é previsto constitucionalmente.

A possibilidade ou não de se impor limites à liberdade de expressão do pensamento está intimamente ligada à concepção da própria sociedade em que vivemos. Se se adota uma postura liberal, a tendência é de não se admitir limites a esse direito fundamental, prevalecendo a ideia de que “qualquer um pode dizer qualquer coisa sobre o que bem entender”, visão com suporte em boa parte na teoria e na Primeira Emenda norte-americana [...]. De outro lado, se a postura que se adota é a democrática/pluralista, uma concepção que aqui claramente se emprega, e baseada nas Declarações de 1789 e no Pacto de 1966 e na Convenção de 1969, certamente haverá a admissibilidade de imposição de limites à liberdade de expressão do pensamento, como é o caso do ordenamento jurídico constitucional de 1988. (NAPOLITANO, 2017, p. 14)

O que se constata nas redes sociais é que a afetividade serve de suporte para a construção de bolhas “identificatórias” formadas por afinidades, principalmente discursivas. Esse processo de reconhecimento do sujeito faz com que ele se una por amor ou por ódio, de acordo com seu grau de identificação com a causa. Assim, passa a ser nomeado, ter um lugar, se situar como sujeito diante do conflito democrático que se instaurou desde a queda dos regimes autoritários.

Nessa dinâmica de poder, a impossibilidade de incorporação institucionaliza o conflito, pois não há deuses, nem corpo social único, há uma suposta e frágil “vontade do povo” que institui e destitui de acordo com os afetos políticos (LIMA; SÉRGIO, 2017, p.216).

---

O discurso de ódio sempre existiu, mas se atualizou com a nova máquina de comunicação e o contexto político contemporâneo local e global. Os afetos extremados transbordam por todos os lados dando vazão a perigosas polarizações, radicalismos e fundamentalismos não só nas redes, mas também no território do mundo social. Antes era menos perceptível aos olhos e ouvidos e para disseminá-lo com o antigo boca a boca levava-se muito mais tempo. Agora é possível expressar o ódio, dar a ele uma dimensão pública em uma fração de segundos e validá-lo com *likes* de “amigos” e seguidores fortalecendo vínculos sociais com quem pensa da mesma maneira e afastando os que têm opiniões contrárias. Isso traz questionamentos quanto à atuação do campo do jornalismo como um enunciador autorizado socialmente e com forte capacidade de influência sobre a produção da opinião e enlaçamento de grupos.

A cultura política do país tem forte presença da mídia, e, portanto, de todos os tipos de poder que estão por trás dela. Nesse sentido, o que se vê é uma tentativa de homogeneização do discurso político como forma de eliminação e descrédito de outros posicionamentos, como se todo o resto pudesse ser apagado ou esquecido. A eliminação do “inimigo” passa então por uma estratégia política de comunicação desempenhada por quem a domina. A hipótese aqui trabalhada de que há uma inter-relação entre a cobertura jornalística, a força de difusão das redes sociais e os discursos de ódio no cenário político brasileiro, requer ser analisada e mais aprofundada, mas seus indícios estão por toda parte.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A mídia tradicional, que sempre dominou o ambiente comunicacional, diante de um novo espaço público - a sociedade em rede - busca como forma de controle e manutenção de poder econômico e político, utilizar ferramentas na condução estratégica da administração dos afetos. Novos atores no mundo da comunicação tornam mais complexa a produção do debate político, no qual a racionalidade antes exaltada como expressão mais genuína da política, dá lugar à emoção, mobilizando afetos e, dentre eles, o ódio.

A comunicação violenta e a intolerância dominam parte das discussões políticas nas redes sociais *on line* e presenciais nos últimos anos, colocando em debate os direitos à

liberdade de expressão e à dignidade da pessoa humana. Argumentos desqualificam quem pensa diferente, gerando uma polarização entre diferentes tendências políticas. O maniqueísmo político exacerbado nas redes materializou-se na vida social gerando um clima de medo, de ódio e de uma eminente batalha real nas ruas do país. Toda a segregação é fundamentada e requer uma análise de como se estabeleceu e os fatores que contribuíram para isso. Discutir o assunto e trazer algumas questões relevantes é o primeiro passo para se chegar em algum resultado concreto.

## REFERÊNCIAS

- BENTES, Ivana. **Mídia-Multidão**. 1ed. [S.l.]: Mauad, 2016.
- BOURDIEU, Pierre. A opinião pública não existe. In: THIOLENT, Michel J. M. **Crítica metodológica, investigação social & enquête operária**. São Paulo, Polis, 1987, p. 137-151. Disponível em: <http://evoluieducacional.com.br/wp-content/uploads/2012/08/21979592-Bourdieu-A-opinio-publica-nao-existe.pdf>
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkan, 2011.
- CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. 8ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008.
- CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. Tradução Vera Lúcia Mello Joscelyne. 2 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2017.
- CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- GLUCKSMANN, André. **O discurso do ódio**. Rio de Janeiro: Difel, 2007.
- HABERMAS, Jürgen. **Direito e democracia. Entre facticidade e validade - Volume 2**. Rio de Janeiro, RJ: Tempo Brasileiro, 2003.
- HEIDEGGER, Martin. **Ser e tempo**, Parte I e II. Petrópolis, RJ: Vozes, 1986.
- INTERVOZES. **Quem controla a mídia no Brasil?** Disponível em: <<http://brazil.mom-rsf.org/br/>>. Acesso em: 10 jul. 2018.
- LEMOS, André. **A comunicação das coisas: teoria ator-rede e cibercultura**. São Paulo: Annablume, 2013.
- LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 7ed. Porto Alegre: Sulina, 2015.
- LIMA Prudente, SÉRGIO Eduardo. Considerações sobre identificações e afetividades na política. **Revista Affectio Societatis**, 14(27), 206-226. Medellín, Colombia: Departamento de

---

Psicoanálisis, Universidad de Antioquia. Disponível em:

<http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/affectiosocietatis>

LIMA, Venício. **Mídia: Teoria e Política**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2001

LOSEKANN, Cristiana. **A esfera pública habermasiana, seus principais críticos e as possibilidades do uso deste conceito no contexto brasileiro**. p. 21, 2009.

McCOMBS, Maxwell.; SHAW, Donald L. A função do agendamento dos media, 1972 In: TRAQUINA, Nelson. **O Poder do jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento**. Coimbra: Minerva, 2000.

MELO, MARCUS ALAN DE. Crítica à cobertura midiática da Operação Lava-Jato. In **Revista Brasileira de Ciências Criminais**, São Paulo, 2016.

MORAES, Dênis de (Org.). **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

MORAES, RAMONET, SERRANO, D. I. P. **Mídia, Poder e Contrapoder**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2013.

MORETZSOHN, Sylvia. Discursos midiáticos e a deslegitimação da política / media discourses and the delegitimization of politics | Moretzsohn | E-Legis - **Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação da Câmara dos Deputados**. Disponível em: <<http://e-legis.camara.leg.br/cefor/index.php/e-legis/article/view/369/436>>. Acesso em: 7 mar. 2018.

NAPOLITANO, Carlo José. Limites à Liberdade de Expressão do Pensamento: Diversas Perspectivas. **Anais do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, São Paulo, 2017. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0111-1.pdf>.

PARISER, Eli. **O filtro invisível**. Tradução Diego Alfaro. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

RAMONET, I. **A explosão do jornalismo: da mídia de massa à massa de mídias**. São Paulo: Publisher, 2012.

ROTHENBURG, Walter Claudius; STROPPIA, Tatiana. Liberdade de expressão e discurso de ódio: o conflito discursivo nas redes sociais. **Anais do 3º Congresso Internacional de Direito e Contemporaneidade: mídias e direitos da sociedade em rede**. Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, 27 a 29/ mai. 2015. Disponível em <http://www.ufsm.br/congressodireito/anais>

SAFATLE, Vladimir. **O circuito dos afetos: corpos políticos, desamparo e o fim do indivíduo**. 2ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2016.

SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. **O império do grotesco**. 2ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2014.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

SOUZA, Jessé. **A radiografia do golpe: entenda como e por que você foi enganado**. Rio de Janeiro: Leya, 2016.