

# O EXCESSO NO DISCURSO DE ÓDIO DOS *HATERS*

EL EXCESO EN EL DISCURSO DE ODIO DE LOS *HATERS*

THE EXCESS IN THE HATE DISCOURSE OF THE *HATERS*

Rebeca Recuero Rebs\*

Universidade Católica de Pelotas

RESUMO: O artigo tem como objetivo identificar e compreender as marcas do excesso existentes no discurso de ódio dos *haters*. Utilizando a força de difusão da informação das redes sociais na internet, os *haters* se apropriam deste espaço para disseminar ideologias ligadas à violência com o intuito de gerar mais ódio. Entre as estratégias utilizadas por este grupo, está o excesso. Entretanto, é necessário entender o contexto histórico e social destes sujeitos e como o seu discurso significa nestes ambientes. Como *corpus*, parte-se da análise dos ataques à atriz Taís Araújo ocorridos no Facebook. Pelos resultados, percebem-se excessos em demonstrações de autoridade, em repetição de ideais e em palavras pejorativas. Estas marcas parecem intensificar, legitimar e ajudar na recirculação de uma ideologia de ódio que busca valores como a visibilidade, a popularidade (entre integrantes das redes e a mídia), a autoridade e a reputação (dentro do grupo de pertença do *hater*).

PALAVRAS-CHAVE: *Haters*. Discurso de Ódio. Excesso.

RESUMEN: El artículo tiene como meta identificar y comprender las marcas del exceso existente en el discurso de odio de los *haters*. Utilizando la fuerza de difusión de información de las redes sociales en internet, los *haters* se apropian de este espacio para diseminar ideologías ligadas a la violencia con la intención de generar más odio. Entre las estrategias utilizadas por este grupo, está el exceso. Entretanto, es necesario entender el contexto histórico y social de estos sujetos y lo que su discurso significa en estos ambientes. Como cuerpo, se inicia el análisis de los ataques sufridos por la actriz Taís Araújo en Facebook. En los resultados, son percibidos excesos en demostraciones de autoridad, en repetición de ideas y en palabras peyorativas. Estas marcas parecen intensificar, legitimar y ayudar a la “recirculación” de una ideología de odio que busca valores como la visibilidad, la popularidad (entre integrantes de las redes y los medios), la autoridad y la reputación (dentro del grupo de pertenencia de los *haters*).

PALABRAS-CLAVE: *Haters*. Discurso de Odio. Exceso.

ABSTRACT: The article aims to identify and comprehend the marks of the excess present in the hate discourse of the *haters*. By using the power of social media’s information diffusion on the internet, the *haters* appropriate of such spaces to disseminate ideologies related to violence, intending to generate more hate. Among the strategies utilized by this group, there is the excess. However, it is necessary to understand the subject’s social and historical contexts and the meanings of their discourse in these environments. As the *corpus*, we start off the analysis from the attacks towards the actress Taís Araújo occurred on Facebook. As shown by the results, the excess is perceived on authority demonstrations, on the repetition of ideals and onto the search of values

---

\* Doutora e Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), Graduada em Jornalismo pela Universidade Católica de Pelotas (UCPel) e bolsista CAPES PNPd (Programa Nacional de Pós-Doutorado) pelo Programa de Pós-Graduação em Letras da UCPel. E-mail: [rebeca.recuero.rebs@gmail.com](mailto:rebeca.recuero.rebs@gmail.com).

such as visibility, popularity (among participants of the networks and the media), authority and reputation (inside the hater's group of belonging).

KEYWORDS: *Haters*. Hate Discourse. Excess.

## 1 INTRODUÇÃO

Com as Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs), novos processos de sociabilidade passaram a ser visualizados e vivenciados em um espaço ausente da materialidade física, nomeado de Ciberespaço (GIBSON, 1983). Através dele, relacionamentos são estabelecidos, destruídos ou mesmo fortalecidos. Além disso, grupos sociais encontram um lugar – tecnicamente seguro pela não necessidade da identificação “real” do sujeito – para estabelecerem o processo comunicacional, trocando novos tipos de capital social que são preconizados nestes ambientes (RECUERO, 2009). Entre estes grupos encontram-se também comunidades “marginais” não aceitas socialmente pelos seus valores avessos às normais sociais, como os *haters*.

Nascidos (ou reconhecidos) nestes ambientes virtuais, os *haters* podem formar organizações com estratégias minuciosas com o principal objetivo de disseminar a sua ideologia<sup>1</sup> de ódio contra alguém ou mesmo contra grupos específicos. Na maior parte dos casos, estes sujeitos são considerados “fora-da-lei” e não parecem se importar com isso, pois ficam escondidos pelas máscaras dos *fakes* (perfis falsos). O seu discurso é repleto de violência explícita por meio das palavras que parecem gerar o efeito esperado justamente pelo seu excesso. Ou seja, as repetições, a quantidade de xingamentos, as ações coletivas programadas ou mesmo o alto teor de agressividade cíclica no discurso é o que traz o trauma ao sujeito a ser lesado.

Assim, a partir deste cenário, o presente trabalho tenta compreender como os excessos do discurso de ódio dos *haters* significam por meio da identificação de marcas presentes na fala destes sujeitos. Para isso, utiliza-se do caso de ataques racistas à atriz Taís Araújo, ocorridos no dia 31 de novembro de 2015, em uma fotografia da atriz postada um mês antes no site de redes sociais Facebook.

## 2 O EXCESSO E O DISCURSO DE ÓDIO

Ernst (2009, p.2) trata de três conceitos operacionais que funcionam como forma de reconhecimento de sequências discursivas capazes de “[...]criar o gesto de interpretação do analista frente aos seus propósitos”. Assim, numa tentativa de auxiliar pedagogicamente o trabalho do analista do discurso, a autora define as noções de falta, excesso e estranhamento (tendo em vista a constituição e a interpretação do *corpus* discursivo) como conceitos-chave para a execução da operação. No caso do presente trabalho, interessa-nos a noção de excesso (ainda que reconheçamos a ligação fundamental entre estes três conceitos).

Segundo a autora, o excesso pode ser compreendido como uma estratégia que funciona como forma de enfatizar certos pontos do discurso através do uso demasiado de palavras, expressões e seus sinônimos. Ou seja, há uma constante repetição de “ideias” na fala, capaz de fixar ou mesmo estabelecer os sentidos produzidos por estes elementos por meio de memórias.

Assim, numa dada conjuntura histórica frente a um dado acontecimento, aquilo que é dito demais, aquilo que é dito de menos e aquilo que parece não caber ser dito num dado discurso, constitui-se numa via possível, mesmo que preliminar e genérica, de identificação de elementos a partir dos quais poderão se desenvolver os procedimentos de análise do *corpus* (ERNST; MUTTI, 2011, p. 827).

O que é dito demais é o excesso. Segundo Ernst e Mutti (2011, p. 830), o excesso ainda consiste em “[...] buscar estabelecer provavelmente a relevância de saberes de uma determinada formação discursiva através da repetição”. Essa demasia, no entanto, pode ser pensada em diferentes perspectivas – relativo a atos de discurso como dizer, desdizer, declamar, repetir, enfatizar, etc. –

<sup>1</sup> Parte-se da ideia de Žižek de que “[...] ideologia pode designar qualquer coisa, desde uma atitude contemplativa que desconhece sua dependência em relação à realidade social, até um conjunto de crenças voltado para a ação; desde o meio essencial em que os indivíduos vivenciam suas relações com uma estrutura social até as ideias falsas que legitimam um poder político dominante” (ŽIŽEK, 1996, p. 07).

como, por exemplo, a violência em sua face de exagero no contexto contemporâneo (SILVA JUNIOR; BESSET, 2010). Ainda que não seja especificamente a perspectiva de “excesso” tratada por Ernst, ela se assemelha justamente pela característica de buscar fixar uma ideia através da “repetição” em diferentes sentidos, como a violência praticada no *bullying*, a violência oriunda do preconceito, etc. Para os autores Silva Júnior e Besset (2010), o excesso também pode ser compreendido como o “desmedido”, o “extremo” que caracterizam a atualidade (hipercapitalismo, hiperterrorismo, hiperpotência, assassinatos em série, compulsões e vícios, hiperviolência, etc.). Logo, é um excesso simbólico que é retratado por meio de movimentos ou ações inseridas em um determinado contexto histórico.

Partindo daí, é possível compreender que atos de violência podem ser carregados de excessos (tanto na questão discursiva, quanto em ações físicas). É o caso das formas de violência trabalhadas por Žižek (2014): a ideológica e a física. A física é a mais clara, pois os resultados são aparentes e imediatos (como agressões corporais de uma torcida a um sujeito do time oposto ou mesmo um ataque terrorista). A ideológica é simbólica, ou seja, na maior parte das vezes ocorre por meio da linguagem (como xingamentos homofóbicos a um sujeito) e nem sempre é clara, pois pode estar escondida pelo uso do humor. Estes tipos de violência, entretanto, são resultados do ódio e se caracterizam por serem e estarem em excesso em seu discurso. Em seu auge (seu extremo), implicariam no excesso de agressividade, no “desaparecimento” do odiado (seja uma coisa ou uma pessoa) por meio de sua aniquilação dos ambientes de convivência (GLUCKSMANN, 2007; LIICEANU, 2014).

Segundo Pickering (apud ALMEIDA, 2010, p. 103), agressividade física ou verbal “[...] é a manifestação da dor não pensada, não traduzida, que, algumas vezes, se transforma em ódio, precisando ser descarregada. A conduta agressiva é uma das formas através das quais essa dor pode ser descarregada”. Freud, inclusive, em sua obra “O mal-estar na civilização” (1930), trata o ódio como uma tendência à agressividade que aponta o sujeito a uma disposição pulsional capaz de perturbar o equilíbrio, sendo, justamente, o maior empecilho para o desenvolvimento da cultura. O ódio seria, então, essa relação entre o eu do sujeito e o mundo externo aos estímulos que introduz, sendo algo natural ao ser humano. Logo, é possível pensar que a violência é observada como consequência do ódio e, de certo modo, faz parte da essência humana (DADOUN, 1998)<sup>2</sup>. Ou seja, sentimentos humanos considerados negativos, como a frustração, a decepção, a inveja e o rancor, estão associados à formação do ódio desenvolvida pelo causador desta dor, culminando na agressividade. Contudo, a vida em sociedade e a própria racionalidade ensinaram o ser humano a controlar essa “dor”. Há a busca por uma aceitação social que é regida pelo cumprimento de normas sociais que visam justamente manter a ordem e o bom andamento da sociedade. Sem agressividade e pelo ódio controlado, supostamente, evita-se a dor (ainda que socialmente).

Entretanto, existem momentos em que o ódio é e precisa ser extravasado e percebido (GLUCKSMANN, 2007). Nessa hora, o excesso se faz presente justamente com a finalidade de enfatizar a agressão (ainda que psicologicamente), capaz de gerar certo gozo pelo odiador, afinal, o gozo só emerge nesse excedente. Por isso, ele é constitutivamente um “excesso” (ŽIŽEK, 2006).

Silva Junior e Bersset (2010, p. 324) pensam na violência como um excesso pulsional e como gozo. Ou seja, ela, por vezes, é classificada como um exagero, um gozo que vai além da agressividade animal como função defensiva, mas como algo capaz de trazer prazer, fazer com que o odiador sintam-se bem por estar atingindo (seja humilhando, machucando ou aniquilando) o outro. Desse modo, a violência traria uma consequência de submissão do sujeito a um tipo de discurso que não pode ser contrariado.

Žižek (2014) ainda associa as manifestações e o excesso de ódio à não tolerância do diferente, ou seja, quando o discurso do outro não vai ao encontro dos valores preconizados pelos demais. Assim, o discurso proveniente dessa violência ideológica, ainda que pregue a tolerância universal, aponta uma tolerância subjetiva: ou o outro se enquadra às ideias do grupo (a fim de ser tolerado) ou ele é excluído, humilhado.

Essa violência, entretanto, pode ter a intenção (por parte do sujeito) de ficar cada vez mais clara ao outro (já que não é possível torná-la física por motivos como as regras sociais, punições, etc.). Assim, ela utiliza-se justamente do excesso para agravar seus sintomas e agir de forma aniquilante no odiado. É o caso do discurso de ódio dos *haters*.

<sup>2</sup> Dadoun, inclusive, utiliza o termo *homo violens* com a intenção de dar esta naturalidade à agressividade com a essência humana.

### 3 O DISCURSO NO CIBERESPAÇO E OS HATERS

Com os Sites de Redes Sociais (SRS)<sup>3</sup>, as formas de conversação foram transformadas (RECUERO, 2012), assim como o sentido do que é público ou privado. Boyd (2007) inclusive, afirma que os SRS são espaços de públicos mediados, ou seja, podem ser pensados como lugares públicos semelhantes aos shoppings, praças, onde as pessoas vão “passar”, encontrar amigos, falar de sua vida pessoal e, talvez, encontrar novas amizades. A grande diferença, no entanto, é justamente o fato de que as proporcionalidades das ações são imensamente maiores, visto que os participantes do processo são inúmeros. Assim, a autora aborda quatro diferenças que são determinantes para a diferenciação destes “lugares públicos” dos demais espaços concretos com a “mesma função” (sociabilidade) que são:

- (1) Replicabilidade – a informação é facilmente replicada, copiada e passada adiante. Logo, a capacidade de difusão de informação é enorme;
- (2) Persistência – a capacidade de permanência das informações publicadas nos SRS (nos espaços públicos mediados), ou seja, possibilitar a sua perenidade na internet;
- (3) Buscabilidade – as pessoas e as informações são facilmente “acháveis”;
- (4) Audiências Invisíveis – o público que acompanha a nossa vida virtual não é claro. Com isso, não sabemos exatamente quem está nos “seguindo”, nos “escutando”, prestando atenção no que escrevemos/falamos (como ocorre nos ambientes não mediados). Por isso, temos uma audiência invisível e que nem sempre faz parte do grupo de amigos (ainda mais com a opção de “marcar” amigos em postagens no Facebook, por exemplo).

Isso faz com que seja um verdadeiro desafio compreender o contexto no qual as postagens são apresentadas (BOYD, 2007). Ambientes físicos nos dão pistas importantes sobre o que é apropriado e não – por meio da socialização. Imaginemos um ambiente onde, ao mesmo tempo, existem amigos comemorando o aniversário da avó, outra amiga toma banho de sol na praia, outro amigo que está em um evento importantíssimo e um outro amigo que chora pela morte do cão. Tudo isso acontecendo ao mesmo tempo e no mesmo local. É como ocorre nos SRS. Por isso, é necessário pensar que não há contexto claro ou predeterminado nos SRS, dificultando, assim, a interpretação do texto e o modo como ele significa. Com isso, percebe-se que condições de produção específicas heterogêneas são aceitáveis, unicamente, nos SRS. Em nenhum outro lugar (shopping, ou na praia, por exemplo) poderíamos acompanhar e aceitar tantas situações com pessoas diferentes falando ao mesmo tempo em um mesmo local.

Recuero (2009) ainda evidencia uma série de fatores que contribuíram para constituir este universo de interações no formato que conhecemos hoje. O primeiro deles, assim como Boyd (2007), é a presença das audiências invisíveis, ou seja, ainda que tenhamos a consciência de que o que publicamos na rede é visível para os sujeitos que integram o nosso círculo social na internet, não temos a noção de quem e quantos realmente estão lendo ou compartilhando a informação publicada. Outro fator é a possibilidade de anonimato em detrimento da identificação. Significa que, ao invés de o sujeito se apresentar no universo virtual tal qual é reconhecido no mundo concreto, ele tem a opção de camuflar esta identidade ou mesmo criar uma nova identidade ou permanecer um anônimo (ainda que participante do processo interacional). O distanciamento físico contribui para o sucesso deste processo (RECUERO, 2009, p. 120).

Outro fator transformador na conversação nas redes sociais online é a priorização do texto verbal escrito. Ainda que seja possível utilizar diversas ferramentas oferecidas pelo site (como chamadas de vídeo, por exemplo), a linguagem predominante é a textual verbal escrita. Isso implicou no desenvolvimento de formas de apropriação dos signos da linguagem não-verbal com a finalidade de facilitar a comunicação (como exemplo, temos os *emoticons*)<sup>4</sup>.

<sup>3</sup> Sites de redes sociais são ferramentas que possibilitam a visualização das redes sociais no universo virtual. Eles são constituídos por um perfil “público” ou página pessoal do usuário; permitem interações entre os seus interagentes e admitem a exposição da rede social dos seus usuários para os demais integrantes do site (BOYD; ELLISON, 2007).

<sup>4</sup> Como “:)” (indicando um rosto feliz), “-\_-” (indicando um olhar bravo ou decepcionado), “<3” (indicando um coração ou “apaixonado”), etc.

É importante perceber que o discurso nos SRS é construído mirando o desenvolvimento de valores sociais que passam a ser potencializados no ambiente virtual, como (1) a popularidade (capacidade do sujeito de ser reconhecido, ser “famoso”); (2) a visibilidade (capacidade das postagens do sujeito atingirem um grande número de indivíduos); (3) a reputação (a consideração que o outro tem diante de seu grupo social); e (4) a autoridade (o domínio ou competência que o sujeito adquire no seu grupo de pertença) (RECUERO, 2012). Logo, as interações que se dão através da conversação nos SRS buscam adquirir capital social<sup>5</sup> por meio de recursos que corroborem com a criação e manutenção destes valores. As pessoas buscam o reconhecimento positivo por meio de uma boa reputação (que pode e é facilitada pela sua elaboração cuidadosa na internet). Ao mesmo tempo, querem ser conhecidas pelos seus discursos, ter autoridade em suas opiniões e, com isso, alcançar visibilidade.

Ainda que “facilitadores” do processo de comunicação, os SRS possibilitaram a visualização de uma violência simbólica não tão perceptível antes (que é e está presente no mundo concreto) e que hoje é visualizada com facilidade através do discurso na Rede. Isso significa que justamente pelas condições propiciadas por estes ambientes (como a possibilidade do anonimato, a ausência física do sujeito para as interações virtuais ou mesmo a falta de leis claras referentes a comportamentos na rede online) algumas pessoas se sentem livres para demonstrar diferentes formas de agressividade por meio do seu discurso de ódio. Essas formas, entretanto, nem sempre são vistas no mundo concreto, o que dá a impressão de que o universo virtual trouxe ou desenvolveu “mais violência”, quando nos parece que ele apenas potencializou e possibilitou a visualização deste ódio já presente (e/ou escondido) na sociedade, justamente por meio dos elementos característicos dos ambientes online já descritos anteriormente.

Segundo Žižek (2014), essa violência simbólica é percebida justamente por meio da linguagem e da gramática. Porém, ela não é facilmente entendida em sua essência justamente por não ser “física” (logo, alguns pensariam: “não houve violência, pois ninguém saiu ferido”). Assim, ela encontra formas de representação através dos discursos construídos pelos sujeitos. Normalmente, a violência simbólica é oriunda de interesses de classes dominantes que legitimam e impõem discursos para moldar comportamentos sociais (BOURDIEU, 1989). Com a internet, este discurso construído para disseminar a violência simbólica encontra novos territórios. É o caso dos *haters* nos SRS.

O termo *hater* (da palavra “ódio” em inglês) tem a sua origem da expressão popular da internet “*haters gonna hate*”. O sujeito que se enquadra neste grupo é conhecido popularmente como “o odiador”, “aquele que odeia”. Entretanto, mais do que isso, para ser um *hater* é preciso não apenas odiar algo ou alguém, mas também desenvolver ações violentas que se concretizam em ataques supostamente gratuitos a certas pessoas (que, na maior parte dos casos, não parecem ter feito mal nenhum ao odiador).

Eles não devem ser confundidos com os *trolls*, que se caracterizam por serem sujeitos que buscam desestabilizar discussões geradas em grupos sociais com a única finalidade de irritar seus participantes, de criar conflitos entre eles e, possivelmente, a ruptura de suas redes sociais. Para isso, os *trolls* tentam fazer com que o foco da discussão iniciada pelo grupo seja desviado e acabe trazendo agressões (sejam elas verbais ou físicas) entre os seus participantes. Isso significa que buscam anarquizar as redes (AMARAL; QUADROS, 2006). Entretanto, nem sempre os *trolls* visam disseminar o ódio e, sim, “sacanear” as pessoas (eles se utilizam, inclusive, do humor) (ZAGO, 2012, p. 50). É justamente neste quesito que os *haters* vão se diferenciar dos *trolls*. O *hater* sempre buscará construir um discurso de violência e agressividade capaz de atingir de forma destrutiva um sujeito ou um determinado grupo.

Como exemplo de *haters* nos SRS e objeto de análise do presente artigo, apresenta-se o episódio de racismo à atriz Tais Araújo ocorrido no SRS Facebook. No caso, Tais havia postado uma fotografia no final de outubro de 2015 em seu perfil no Facebook e, um tempo depois da postagem, iniciaram-se sucessivos comentários racistas de *haters* com o possível intuito de ofender a atriz. Os comentários não apresentavam justificativas e nem argumentos com a intenção de dialogar com a atriz ou demais integrantes da rede. Eles tinham o único objetivo de distribuir o ódio. Por isso, constroem um discurso de ódio que caracteriza os *haters*.

<sup>5</sup> Partimos da definição de Recuero (2009) de que o capital social é o conjunto de recursos partilhados por um grupo social que pode ser usufruído pelo sujeito tanto coletivamente, quando individualmente. Ou seja, são valores sociais.



Figura 1: Recorte da análise – alguns dos comentários provenientes do ataque dos *haters* como reação à foto postada pela atriz Taís Araújo.

Fonte: Superrádio Ipiranga (ATRIZ..., 2015)

Através deste *corpus*, a proposta do artigo é identificar e compreender as marcas do excesso existentes no discurso de ódio dos *haters* através de uma análise dos discursos produzidos por estes odiadores.

#### 4 MARCAS DO DISCURSO DE ÓDIO E SEUS EXCESSOS

Por vezes, o ódio percebido no discurso dos *haters* parece funcionar como uma forma de investimento capaz de silenciar o “sujeito alvo” pelas atuações excessivas e coletivas dos odiadores, impedindo o Outro na conquista do suposto “poder” ou “sucesso” e, conseqüentemente, com a capacidade de, até mesmo, transformá-lo no tirano da história. É o “*Che vuoi*” (“o que eles querem?”) tratado por Žižek (1990) que nunca é/está claro, provocando a fantasia como resultado para preencher o vazio da dúvida, da incerteza, capaz de confortar os odiadores e justificar o seu discurso excessivamente violento. Ou seja, ainda que a Rede não concorde com a posição deste grupo marginal, os *haters* trazem o discurso de ódio como forma de contextualizar o seu ódio, oferecendo as coordenadas para o desejo de aniquilação do outro. Há, então, a construção de uma fantasia que justifica a impossibilidade da sociedade, por exemplo, realizar a sua identidade plena justamente pela presença dos negros(as), que são a existência positiva do problema social para os odiadores. Com isso, marcas de excesso caracterizam o seu discurso de ódio, apontando para um suporte do efeito ideológico repleto de redundâncias, capaz de constituir uma rede ideológica de significantes que prende os odiadores ao sentido que acham que pensam/buscam passar em suas falas.

No discurso dos *haters* do caso analisado, é possível verificar elementos que caracterizam esses excessos, conforme proposto por Ernst (2009). A partir disso, elenca-se três marcas apresentadas no discurso que implicam nesse conceito operacional e, ainda, identificam o discurso desses odiadores. O primeiro deles é a **repetição de palavras pejorativas**.

Constantemente, no discurso dos *haters*, há o uso de palavras que estão associadas a xingamentos e, por mais que não tenham a mesma grafia, remetem ao mesmo sentido de desprezo ou indicam o possível desejo de causar humilhação do outro. O fato de a atriz ser negra é repugnado e exaltado negativamente no discurso dos odiadores. Palavras como “senzala” (fazendo associação com os escravos) ou mesmo a traficantes (quando atribuem o pó utilizado na maquiagem no rosto da atriz a drogas), indicam ofensas racistas associadas a grupos considerados inferiores intelectualmente por este grupo marginal.

Palavras com referências a animais como “gorila” ou mesmo a associação a eles (como “zoológico”) também são usadas como forma de atingir negativamente a atriz, pois são feitas comparações (cerca de dois comentários do total de 10 analisados) que apontam para seres irracionais.

As características físicas da atriz são ressaltadas com desprezo quando são associadas a produtos de limpeza da casa (especialmente quando os *haters* se referem ao cabelo da atriz). “Bombрил”, “esponjaço” e “esfregão” são alguns deles, assim como pelos pubianos, apontando, novamente, à ideia de inferioridade (em especial associada ao homem/mulher branca), só que, neste caso, arregimentada à repulsa, ao nojo, como se não houvesse beleza no(a) negro(a) e, indiretamente, exaltando a superioridade do sujeito caucasiano.

Ainda que as ofensas utilizem palavras diferentes (ou contextos diferentes), o insulto é sempre centrado no racismo, na abominação aos(as) negros(as). Esse excesso não é um mero acaso. Ele permite uma memorização, uma repetição de ideais que visam uma assimilação (ou mesmo um choque social por meio dela). Por isso, há o discurso demasiado da exaltação do preconceito com a atriz (e que é dirigido, de forma totalitária a todos(as) os(as) negros(as)). Este posicionamento dos *haters* pode ser associado justamente a questões históricas preconceituosas, como a própria conduta do passado que traz o(a) negro(a) como sendo alguém inferior intelectualmente por suas características físicas. De certo modo, esse contexto enfatiza e “justifica” para os *haters* o processo constitutivo de seus discursos na Rede. Inclusive, ao ponto de negar suas próprias origens (como seres descendentes de negros(as)).

A segunda marca do discurso de ódio destes sujeitos está associada à primeira. É a **repetição de ideologias** (ou reprodução de discursos). Como visto, as frases proferidas pelos *haters* carregam a recorrência de discursos racistas, com a tentativa de estabelecer prováveis saberes provenientes de uma determinada formação discursiva (no caso, derivada do ódio dos *haters*). Assim, as palavras e seus sentidos são proferidas pelo *hater* que acredita reproduzir este discurso de ódio. É possível perceber, por exemplo, que há a “proposta” de um universalismo no discurso dos *haters* que é percebida nessa repetição de cunho racista. Esse universalismo é diretamente associado à reprodução de discurso de forma não consciente por meio de palavras, expressões, proposições. Quando alguém diz que a atriz é inferior por uma série de “motivos” associados unicamente às suas características físicas, ainda que pareçam ser xingamentos associados unicamente a ela em um primeiro momento, este alguém está impondo uma ideia de que todos os(as) outros(as) negros(as) são da mesma forma (visto que possuem as mesmas características físicas). Porém, isso não significa que a subjetividade dos sujeitos possa ser pensada sempre em coletivos totais (ainda que, neste caso, o objetivo seja esse, afinal, os *haters* partem de um ataque a uma pessoa, desqualificando-a por motivos “universais”, como o fato de ser negro(a). Logo, o universalismo nunca é pleno e, sim, uma proposta ideológica, conforme apontado por Žižek (1996). A repetição desta ideologia se dá no contexto de todas as sequências discursivas analisadas, afinal, todas elas remetem ao racismo.

Provavelmente, a escolha do ataque centrada em Taís Araújo se dê pelo fato de ela ser famosa, ou seja, justamente por ela ter um reconhecimento social e ter uma legião de fãs que acompanham o seu Facebook (logo, a “plateia” dos ataques dos *haters* é muito maior do que se o ataque fosse a outro(a) negro(a) sem a mesma visibilidade que a atriz).

Em certos momentos, o discurso de ódio aponta a não aceitação da atriz negra ao status que ocupa na emissora de TV, denunciando que o correto (ainda que de forma indireta) seria a “aniquilação” da atriz de sua posição na Rede Globo (tratado por Glucksmann em 2007 e por Liiceanu em 2014). Este sentido pode ser pensado no comentário “SALVE REDE GLOBO” que pode indicar (sem desconsiderar a possibilidade de outras leituras) justamente na necessidade de a emissora precisar ser “salva”, ou seja, há a percepção de um excesso perturbador no fato de uma atriz negra fazer parte do seu quadro de artistas, o que pode estar associado, ainda, a certa “desqualificação intelectual” julgada pelos odiadores. Assim, é por meio destes “acréscimos” recheados de

ódio que o sujeito (locutor) busca reproduzir discursos violentos, estabilizando determinados efeitos de sentido quando realiza essas repetições.

A terceira marca é um produto das duas anteriores. É a **repetição de demonstrações de autoridade** observadas no discurso dos *haters*. Como visto, há a demasia nos xingamentos que indicam buscar uma afirmação do pensamento do *hater*. Ou seja, apenas um comentário ofensivo não parece ser significativo no objetivo de “aniquilação” do outro. Por isso, o ataque é e está em excesso<sup>6</sup>, pois a quantidade aponta semelhança de opinião, partilha de um mesmo pensamento, o que dá força ao discurso de ódio (ainda que se saiba que foram “combinados” pelo grupo)<sup>7</sup>. Por meio da reprodução de saberes vinculados à mesma formação discursiva de cada *hater* no ataque, há a construção de uma autoridade do discurso. Com isso, a repetição reforça o pensamento e o legitima (assim como o número de pessoas diferentes que reforçam esse significado em suas postagens).

Do mesmo modo, o “curtir” o comentário do *hater*, implica em uma afirmação, em uma concordância com o pensamento depreciativo com relação à atriz, fornecendo, novamente, autoridade ao discurso pela sua demasia<sup>8</sup>.

Percebe-se que as curtidas variam entre 52 e 178. Por mais que o discurso pareça “reduzido” a cento e poucos curtidores dos comentários racistas, é possível pensar que o discurso de violência atinge um número muito maior de pessoas, pois chegou até diferentes jornais que ajudaram também a compartilhar a ideia do ódio difundida pelos *haters*, ainda que a mídia condenasse o feito<sup>9</sup>. Significa que há um número incontável de sujeitos que são a audiência invisível que absorve (com repulsa ou não) esse discurso do excesso do ódio ao próximo, caindo na importância de se levar a discussão ao patamar de veículos jornalísticos. Esse processo oferece uma repetição da força, ainda que negativa, pois dá legitimidade ao fato, à violência, o que gera autoridade no sentido do ódio aos *haters*.

O discurso de ódio desses sujeitos ainda parece ter o objetivo de ser replicado, difundindo a mensagem de violência com uma força não vista no mundo ausente da conexão com a internet. O intuito é chocar (ainda que necessária a humilhação e a repetição do excesso). Além disso, o conteúdo é facilmente achado (buscabilidade), ou seja, os xingamentos e os pensamentos destes odiadores são compartilhados (ainda que de forma crítica e com indignação pelos demais usuários da Rede), são “fotografados” (*printscreen*) e ficam na internet armazenados, caracterizando, ainda, a persistência de sua ideologia do ódio. Os *haters* parecem ter conhecimento destas capacidades oriundas da conexão em rede, e, conseqüentemente, usufruem com destreza destas características. Quando isso acontece, o objetivo desses odiadores é atingido.

Esses movimentos discursivos ou marcas de excesso caminham juntos, um está associado ao outro, sendo impossível estabelecer os limites de um ou de outro. Essas marcas são formas didáticas de tornar perceptível o excesso no discurso.

É importante ressaltar, ainda, que o ódio dos *haters* é descarregado por meio do discurso nos SRS e é possível pensar essa agressividade como uma possível manifestação de uma “dor não pensada” (como apontado anteriormente por Pickering, 2010). Isso significa que, mesmo que aparentemente sem causa (como é o pensado pela sociedade em relação a esse grupo marginal), a conduta agressiva em excesso desses sujeitos (quando extrapola os limites impostos pela sociedade) também aponta para um conjunto de elementos que irão promover ou desenvolver a sua existência historicamente. Ou seja, o ódio nunca será totalmente gratuito como se imagina no caso dos *haters*. Significa pensarmos o ódio como sendo um resultado de condições que são propostas na sua concepção (seja individual ou coletiva) e que dependerão da trajetória do sujeito, assim como de um contexto histórico e cultural. Logo, o ódio não surge ao acaso, ainda que não tenha um comprovante admissível para a sociedade. Denota

<sup>6</sup> No caso analisado, foram selecionados apenas 10 comentários. Entretanto, na postagem original, o número foi bem maior.

<sup>7</sup> É possível observar que os comentários aconteceram no mesmo período de tempo, o que poderia caracterizar uma ação organizada destes *haters*. A informação confirma esta suposição.

<sup>8</sup> Ainda que se saiba que a ação “curtir” do Facebook possa ter inúmeros sentidos (como “li seu comentário”, “concordo com você”, “entendi o que você quis dizer”, etc.), o fato reside no valor de atribuição de certa autoridade ao discurso descrito no post, visto que ninguém irá curtir algo de que não gostou, supostamente.

<sup>9</sup> O caso do ataque racista dos *haters* à atriz atingiu grandes veículos de comunicação, transformando-se em notícia, como o portal de notícias G1 (OPERAÇÃO..., 2016), a Veja.com (CINCO..., 2016b), a Folha de São Paulo (CINCO..., 2016a) e a Zero Hora (TRÊS..., 2016), incluindo a TV, como o programa Fantástico (ATRIZ..., 2016) da Rede Globo.



pensarmos que a história do sujeito atuará na sua formação enquanto “odiador”, pois favorecerá razões individuais ou coletivas para o desenvolvimento desse sentimento (ainda que não o justifique). A injustiça gera o ódio (ALMEIDA apud ALMEIDA, 2010, p. 21), por exemplo, assim como a situação para o seu acontecimento.

[...] É possível, indubitavelmente, criar condições que desumanizam o homem – tais como os campos de concentração, a tortura, a fome – porém, isto não significa que se tornem semelhantes aos animais; e nestas condições, não é o ódio ou a violência, mas a sua ausência conspícua que constitui o mais claro sinal de desumanização. O ódio não é de forma alguma uma reação automática à miséria e ao sofrimento como tais; ninguém reage com o sentimento de ódio a uma doença incurável ou a um terremoto ou a condições sociais que parecem imutáveis. Somente onde houver razão para suspeitar que as condições poderiam ser mudadas e não o são é que surgirá o ódio. Somente onde o nosso senso de justiça for ofendido é que reagiremos com ódio, e essa reação não refletirá de maneira alguma um dano pessoal, conforme demonstra toda a história da revolução, onde invariavelmente os membros das classes altas deflagravam e em seguida lideravam as rebeliões dos oprimidos e tiranizados (ARENDR, 1970, p. 39).

Portanto, a origem do ódio do *hater* também será formada por um conjunto de elementos que criará situações próprias e individuais para a sua formação. O ódio não surgiria completamente de forma aleatória (ou, “do nada”), mas teria inúmeras razões para o seu acontecimento, ainda que estas razões não sejam saudáveis ou mesmo aceitas pela maioria das pessoas. Assim, o espaço social pode ser pensado como um espaço de produção de realidade, o que significa que toda forma de ódio tem sua formação na própria sociedade, no contexto histórico vivenciado por quem odeia ao longo de sua existência. A diferença é que, no caso dos *haters*, esse ódio parece “organizado” por meio de ataques previamente pensados a determinados grupos/pessoas com o objetivo de difundir, replicar e promover a violência de seu discurso racista.

Assim, como tratado anteriormente, o ódio desses sujeitos pode ser pensado como resultado justamente de frustrações e insatisfações (sexuais ou de autopreservação, por exemplo) que, ainda que inconscientes, são descarregadas em seus discursos violentos, propiciando possíveis respostas a si de satisfação ou gozo pela humilhação do outro. Portanto, a repulsa ao objeto ou ao Outro (que, no caso, são os negros, representados por Taís Araújo) é visualizada pelo ódio intensificado ao ponto de ser agressivo, destrutivo em seu discurso de excessos na rede.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo teve a finalidade de entender como o excesso – a partir do conceito desenvolvido por Aracy Ernst (2009) – atua na construção de marcas existentes no discurso de ódio de grupos sociais como os *haters*. Baseado na conjuntura histórica dos sites de redes sociais e da própria constituição do sujeito odiador, o trabalho tratou do que foi dito em demasia – no caso, os xingamentos, a humilhação por meio de palavras utilizadas pelos *haters* à atriz Taís Araújo em um recorte de uma postagem sua no Facebook.

Percebeu-se que o que foi dito em demasia funciona como uma via possível de identificação de elementos capazes de formar um *corpus* para a análise deste discurso de ódio baseada no conceito de excesso. Com isso, há uma tendência no discurso violento dos *haters* que solicita a interpretação (ou indica o caminho para que ela seja feita). Logo, há o excesso que não apenas age na repetição de palavras pejorativas com o intuito de humilhar, mas, também, como legitimador de ideologias de ódio (racismo) e demonstrativos de autoridade desse grupo. Há, então, a intensificação e o desenvolvimento da recirculação da ideologia de ódio (que choca justamente por ser contra as tradicionais normas sociais de comportamento).

Ainda que seja óbvia a humilhação do outro nas postagens feitas pelos odiadores, o sentido e a força do discurso ultrapassam a mera ofensa. Ele busca a afirmação de uma ideologia que é contextualizada por um sujeito histórico, que age sob efeito do inconsciente (ainda que acredite ser consciente, dono do que diz), construindo uma “realidade” de violência que é justificada pelos seus propósitos para a destruição do outro.

Por meio desse discurso de violência baseado no excesso, o *hater* também busca valores preconizados nos ambientes dos SRS, como a visibilidade, a popularidade (entre integrantes das redes e a própria mídia), a autoridade e a reputação (ainda que apenas dentro do grupo de pertença do *hater*), afinal, eles reconhecem os comentários e os apoiam por meio das “curtidas” ou mesmo “respostas” que funcionam como reforço aos seus ideais.

Entretanto, é fundamental perceber que o uso do excesso traz efeitos silenciosos. Significa que onde há o dito em demasia pode haver a falta daquilo que não é dito. Assim, é possível pensar que esse excesso no discurso do *hater* pode ter o objetivo de, além de legitimar certas ideologias, também ocultar outros elementos que poderiam fazer parte do discurso (como outras características da atriz, o seu sucesso na profissão, sua capacidade, sua inteligência, sua beleza física, etc., ou mesmo outros acontecimentos paralelos, como os próprios defeitos físicos do *hater*). Logo, o excesso age como forma de “completar” um discurso incompleto, justamente com a possibilidade de eliminar qualquer outro sentido que poderia surgir ao outro que lê e interpreta o discurso. Seria, então, a presença da falta (ERNST, 2009) que é impedida pelo excesso com o objetivo de um deslocamento estratégico promovido pelo *hater*.

Do mesmo modo, outros elementos como o estranhamento (ERNST, 2009) estão presentes no discurso de ódio dos *haters*, implicando na quebra de ordens esperadas – como a associação de seres humanos a animais irracionais – ou seja, marcando uma desordem no enunciado. Entretanto, para essas análises do discurso de ódio, apropriando-se desses outros conceitos-chave, é necessário o desenvolvimento de novas pesquisas.

Ainda que se reconheça a capacidade redutora da aplicação do conceito de excesso nesse trabalho, parte-se do mesmo ponto de Ernst (2009): de que é possível por meio do caráter didático, revelar processos de desautomatização da interpretação do discurso dos *haters*, recaindo não apenas no entendimento de como esse ódio é propositalmente difundido pelo excesso nos SRS, como, também, na construção e popularização destes sujeitos em todo universo virtual.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, M. da G. B. *A violência na sociedade contemporânea*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2010.

AMARAL, A.; QUADROS, C. I. Agruras do blog: O jornalismo cor-de-rosa no ciberespaço?. *Revista Contracampo*, n. 14, p. 111-128, 2006.

ARENDT, H. *Sobre la violencia*. Madrid: Alianza editorial, 1970.

ATRIZ Taís Araújo e jogador de futebol Michel Bastos são vítimas de racismo. *Globo G1*, abr. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/fantastico/videos/t/edicoes/v/atriz-tais-araujo-e-jogador-de-futebol-michel-bastos-sao-vitimas-de-racismo/4594698/>>. Acesso em: 21 nov. 2016.

ATRIZ Taís Araújo é alvo de racismo nas redes sociais. *Rádio Piratininga*, nov. 2015. Disponível em: <<http://radiopiratininga.com.br/atriz-tais-araujo-e-alvo-de-racismo-nas-redes-sociais/>>. Acesso em: 22 jun. 2016.

BOYD, D. Why youth (heart) social network sites: The role of networked publics in teenage social life. *MacArthur foundation series on digital learning–Youth, identity, and digital media volume*, p. 119-142, 2007.

BOYD, D.; ELLISON, N. Social network sites: definition, history, and scholarship. *IEEE Engineering Management Review*, v. 3, n. 38, p. 16-31, 2010.

BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. Lisboa: Difel, 1989.

CINCO suspeitos são detidos por ofensas racistas contra Taís Araújo. *Folha de São Paulo*, mar. 2016a. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2016/03/1750488-policia-tenta-prender-autores-de-mensagens-racistas-contratais-araujo.shtml>>. Acesso em: 26 out. 2016.

CINCO suspeitos são detidos por ataque racista a Taís Araújo. mar. 2016b. Da Redação. *Veja*, mar. 2016. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/entretenimento/cinco-suspeitos-sao-detidos-por-ataque-racista-a-tais-araujo/>>. Acesso em: 26 de out. 2016.

DADOUN, R. A violência. *Ensaio acerca do homo violens*. Tradução de P. Ferreira, C. Carvalho. Rio de Janeiro: Difel, 1998.

ERNST, A. G. A falta, o excesso e o estranhamento na constituição/interpretação do *corpus* discursivo. In: SEMINÁRIO DE ESTUDOS EM ANÁLISE DO DISCURSO, 4., 2009, Porto Alegre, RS. *Anais...* Porto Alegre: UFRGS, 2009. Disponível em: <<http://anaisdosead.com.br/4SEAD/SIMPOSIOS/AracyErnstPereira.pdf>>. Acesso em: 11 jun. 2016.

ERNST, A. G.; MUTTI, R. M. V. O analista de discurso em formação: apontamentos à prática analítica. *Educação & Realidade*, v. 36, n. 3, p. 817-833, 2011.

FLANZER, Sandra Niskier. Sobre o ódio. *Interações*, v. 90, n. 22, p. 215-229, 2006. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/pdf/354/35402210.pdf>>. Acesso em: 21 jul. 2016.

FREUD, S. *O mal-estar na civilização*. Rio de Janeiro: Edição Standard, 1930.

GIBSON, W. *Neuromancer*. São Paulo: Aleph, 1983.

GLUCKSMANN, Andre. *O discurso de ódio*. Editora Difel, 2007.

LIICEANU, G. *Do ódio*. Campinas: Vide Editorial, 2014.

OPERAÇÃO prende suspeitos de racismo na internet contra Taís Araújo. *G1 Rio*, mar. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2016/03/policia-faz-operacao-para-prender-suspeitos-de-ataque-racista-contratais-araujo.html>>. Acesso em 31 out. 2016.

PICKERING, Viviane. Prisão violência: uma análise do aprisionamento do sujeito contemporâneo. In: ALMEIDA, Maria da Graça Blaya. (Org.). *A violência na sociedade contemporânea*. EDIPUCRS, 2010. p.99-110.

RECUERO, R. *Redes sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

\_\_\_\_\_. *A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2012.

SILVA JÚNIOR, J. N.; BESSET, V. L. Violência e sintoma: o que a psicanálise tem a dizer?. *Fractal: Revista de Psicologia*, v. 22, n. 2, p. 323-336, 2010.

TRÊS acusados de racismo contra Taís Araújo são soltos no Rio de Janeiro. *Zero Hora* [Geral], mar. 2016. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/noticia/2016/03/tres-acusados-de-racismo-contratais-araujo-sao-soltos-no-rio-de-janeiro-5154923.html>>. Acesso em: 22 out. 2016.

ZAGO, G. Trolls e jornalismo no Twitter. *Estudos em jornalismo e mídia*, volume 9, n. 1, p. 150-163, 2012. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/23832>>. Acesso em: 16 ago. 2015.

ŽIŽEK, Slavoj. *Eles não sabem o que fazem*. O sublime objeto da ideologia. Rio de Janeiro: Zahar Editor, 1990.

\_\_\_\_\_. (Ed.). O espectro da ideologia. In: \_\_\_\_\_. *Um mapa da ideologia*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996. p.7-38.

\_\_\_\_\_. *Arriscar o impossível: conversas com Zizek*. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

\_\_\_\_\_. *Violência*. Barcelona: Empúries, 2014.

Recebido em 22/09/2016. Aceito em 20/12/2016.