

Gaga versus Haters: uma análise do preconceito de gênero nos discursos de ódio ¹

Ana Rachel Almeida PESSOA²

Iluska Normando CAVALCANTE³

Tarcísio Benício DINIZ JUNIOR⁴

Luís Augusto de Carvalho MENDES⁵

Patrícia Monteiro Cruz MENDES⁶

Faculdade Maurício de Nassau, João Pessoa, PB

RESUMO

As redes sociais tornaram-se uma importante ferramenta de interação entre as pessoas, em que elas podem expressar livremente as suas opiniões sobre um determinado assunto por meio de comentários nas publicações. A partir dessa possibilidade, este trabalho teve como objetivo identificar discursos de ódio que aprofundam o preconceito de gênero através da análise dos comentários de duas publicações, do site EGO e da página do Estadão no Facebook. Ambas noticiam o fato da cantora Lady Gaga rebater críticas feitas ao seu corpo durante uma performance na 51ª edição do Super Bowl. O resultado, obtido através de uma análise qualitativa em comentários de *haters*, aponta expressões de ódio, preconceito e gênero, intensificando discursos estereotipados sobre padrões heteronormativos e de corpo.

PALAVRAS-CHAVE: Discurso de Ódio; Preconceito; Gênero; Haters; Lady Gaga.

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, a internet é utilizada para as pessoas expressarem as suas opiniões. Ela deu voz a todos, inclusive aos chamados *haters*. Os “odiadores” são pessoas que costumam realizar ataques gratuitos a qualquer pessoa e sobre qualquer tema. No caso dos padrões de gênero, esses comentários podem ter uma consequência um pouco maior,

¹ Trabalho apresentado no IJ 6 – Interfaces Comunicacionais do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da Faculdade Maurício de Nassau em João Pessoa, email: rachel.jornalismo27@gmail.com

³, Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da Faculdade Maurício de Nassau em João Pessoa, email: iluskacavalcante@hotmail.com

⁴ Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da Faculdade Maurício de Nassau em João Pessoa, email: juniordinizx@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação da Faculdade Maurício de Nassau, email: luisaugustomendes@gmail.com

⁶ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação da Faculdade Maurício de Nassau, email: patriciamonteiro Mendes@gmail.com

e ajudar a intensificar o comportamento heteronormativo. Mulheres que estão em evidência na mídia, como cantoras de músicas pop, por exemplo, tem um grande número de seguidores e, conseqüentemente, um número alto de *haters*. Entre elas, os discursos de ódio tornam-se mais evidentes e fáceis de serem percebidos, por estarem em evidência e por atingirem um grande público principalmente nas redes sociais.

A partir desse cenário, a presente pesquisa teve o objetivo de verificar as críticas dos *haters* acerca de questões de exposição feminina, para isso foi realizada uma análise, com os comentários da matéria dos sites EGO e Estadão, que noticiou o fato da cantora Lady Gaga rebater críticas feitas ao seu corpo durante a sua apresentação na 51ª edição do *Super Bowl*.

No Estadão, onde a matéria tem como título “‘Estou orgulhosa do meu corpo’, rebate Lady Gaga após ser chamada de gorda em apresentação”, os comentários foram retirados da página do Facebook. No site do EGO, com matéria intitulada de “Lady Gaga rebate críticas sobre corpo durante Super Bowl: ‘Estou orgulhosa’”, foram analisados os comentários do site do portal de notícias.

Entre os comentários, haviam pessoas revoltadas com o fato dela ser chamada de gorda, algumas intervenções de pessoas que não aceitaram o fato da cantora norte americana usar roupas que mostram o corpo, já que não estava em forma, e outros concordando com os que criticaram e chamaram Gaga de gorda. Analisar esses tipos de expressões nas redes sociais é tentar entender de que forma o que é comentado pode influenciar em questões de gênero. Assim, o presente trabalho buscou entender como os discursos de ódio aprofundam o preconceito de gênero.

Diante disso, o objetivo geral do trabalho foi identificar as questões de gênero no discurso dos *haters* e verificar o reforço de estereótipos preconceituosos. Além disso, tentar perceber de que forma o uso do discurso grotesco pode reforçar padrões heteronormativos.

2 DISCURSO DE ÓDIO

A não aceitação das diferenças incita a manifestação do ódio. O fato, por exemplo, de uma pessoa ter características diferentes ou não se adequar a padrões faz com que o preconceito seja evidenciado em discursos. Segundo Moura (2016), essas manifestações estão interligadas à crise de identidade na pós-modernidade, o que ele define como algo

utilizado para afirmar pertencimento, mas também diferenças.

Esse tipo de pensamento preconceituoso é manifestado através dos discursos de ódio, definido por Brugger (2007) como uma fala feita com palavras que insultam, intimidam ou assediam pessoas em virtude da sua raça, cor, etnicidade, nacionalidade, sexo ou religião, podendo incitar violência, ódio ou discriminação.

Os discursos de ódio são evidenciados principalmente nas redes sociais, como Facebook, Instagram e Twitter, em que há uma maior liberdade de expor opiniões sejam por meio de perfis falsos ou reais. No que diz respeito às Redes Sociais, Recuero (2009, p. 15) apresenta o seguinte conceito:

As redes sociais são as estruturas dos agrupamentos humanos, constituídas pelas interações que constroem os grupos sociais. Nessas ferramentas, essas redes são modificadas, transformadas pela mediação das tecnologias, e, principalmente, pela apropriação delas para a comunicação.

2.1 Haters

De acordo com Lebrum (2008), o ódio é oriundo da opressão, devido às normas impostas pela sociedade, como instituições e mandamentos, que acabam fazendo com que as pessoas tenham que conviver de acordo com padrões e limites.

Esse tipo de sentimento ganhou novas formas de manifestação com o passar dos anos, como as pessoas que costumam expressar ódio na internet, por exemplo, chamadas de *haters* (odiadores). Coimbra (2014) afirma que *hater* é aquele que expressa o ódio sem fundamento justificável, através de preconceito, humilhações e *cyberbullying*, com o objetivo de expor alguém que não está no mesmo grupo em que eles estão inseridos ou simplesmente por não gostar.

É possível observar nos comentários a desvalorização de alguém por conta de atributos que são tratados como diferentes, ou seja, os chamados estigmas. Goffman (1988, p.6) define o termo como: “ quando deixamos de considerar uma criatura como comum, o reduzindo a alguém estragado ou diminuído. Especialmente quando o seu efeito de descrédito é muito grande”.

2.2 Anonimato

Por não ser necessária a presença física nas redes sociais, os usuários utilizam do anonimato para expressar opiniões que incitam o ódio, através da imagem e preconceito.

Segundo Moura (2016), o anonimato gera uma conseqüente sensação de impunidade o que ajuda a aumentar esse tipo de discurso dos *haters*.

Na opinião de Elisson e colaboradores (2007) as redes sociais contribuem para que o ator social construa uma *persona* através de um perfil nem sempre autêntico. Nele, são colocadas informações pessoais como nome, idade e gênero. Dessa forma, os atores sociais interagem através de comentários, com um comportamento que não costumam empregar na vida real.

Preconceito de gênero, cor, raça, são evidenciadas nas falas dos internautas, que criam uma “máscara virtual” por trás da tela do computador, para desestabilizar, criticar, ofender e ameaçar com mais intensidade. Essa prática é caracterizado por Zago (2012) como “*Trolling*”, que é definido pela autora como alguém que “busca interferir no bom andamento de uma discussão”, em especial “através de comentários maldosos e fora de contexto” (p. 152).

2.3 Preconceito de gênero

Entende-se que preconceito é uma opinião equivocada, mas que é considerada verdadeira por algumas pessoas. Como conseqüência, temos discriminação que significa provocar diferenças ou distinções com caráter pejorativo (MOURA, 2016). O discurso de ódio e preconceito contra o sexo feminino é um dos mais comuns, principalmente quando a mulher não segue padrões culturalmente estabelecidos. De acordo com Freire (2013), o alvo preferido dos *haters* são mulheres e isso ocorre principalmente quando ela foge do chamado “recato feminino”.

Silva (2010, p. 567) explica que as mulheres estão sujeitas a sofrer violências psicológicas devido ao estigma que carregam na sociedade contemporânea: “vários desses preconceitos podem estar presentes em um mesmo grupo de indivíduos, no qual o imaginário social coletivo tenha tomado esses valores como norma, difundindo-a através da cultura”.

De acordo com Russo (2005), a mídia reforça a ideia de padrões, principalmente os de beleza, mostrando corpos atraentes e fazendo com que a sociedade tenha uma aparência física idealizada. A conseqüência é ter corpos vitimizados por políticas de saberes e poderes que identificam, classificam, recalcam, estigmatizam e formam a imagem perfeita de como o corpo deve aprender a comportar-se, e as regras e técnicas

que deve seguir para se enquadrar no que é estabelecido pela sociedade da beleza.

A partir do presente referencial, foram analisados os comentários sobre a cantora Lady Gaga, com o intuito de identificar questões de gênero nos discursos dos internautas. Para isso, foi seguido o seguinte método.

3 MÉTODO

A fim de obter uma resposta dos questionamentos sobre a presente pesquisa foi adotado o seguinte método, enquanto ao procedimento optou-se pelo método monográfico, por ser uma pesquisa científica, realizou-se um levantamento bibliográfico sobre os temas analisados com o intuito de embasar a pesquisa, reforçando as concepções sobre o preconceito de gênero nos discursos de ódio. Com o intuito de entender de que forma isso afeta as vítimas desses ataques, que no estudo em questão, se tratou da cantora norte americana, Lady Gaga.

Do ponto de vista de sua natureza, a pesquisa foi básica, por gerar novos conhecimentos que possam ser úteis para o avanço da ciência, sem uma aplicação prática prevista, envolvendo verdades e interesses locais. Quanto aos objetivos, essa pesquisa, ela foi classificada como descritiva.

Por não ter como foco uma representatividade numérica, a abordagem desta pesquisa foi qualitativa. O aprofundamento do estudo em questão busca descrever, compreender e explicar o que leva as pessoas a ter esse ódio gratuito através das redes sociais, analisando os principais comentários acerca do fato em questão.

O procedimento técnico utilizado foi a pesquisa documental, por se tratar de uma investigação com dados obtidos através de “documentos”, como os comentários que foram realizados acerca do corpo de Lady Gaga. (GIL, 2008)

O estudo pretendeu descrever os fatos e fenômenos da notícia veiculada no portal EGO e o *post* na página do Estadão no *Facebook*, onde Gaga rebate críticas ao seu corpo durante a sua performance no Super Bowl. Nas publicações são evidentes alguns discursos de ódio e preconceito de gênero entre os comentários, o que nos levou a escolher este objeto de estudo.

Para isso, foram catalogadas duas matérias que tiveram um total de 136 comentários, dos quais 15 comentários foram selecionados para análise por apresentarem as características do discurso de ódio. Desse total, oito apresentaram características de

discurso de ódio e foram categorizados de acordo com seus conteúdos, sendo que 04 foram referentes a xingamentos com linguagem grotesca, 04 comentários que estigmatizaram a cantora e outros sete foram discursos referentes a questões de gênero e corpo. Como pode ser visto nas classes de análises descritas a seguir.

4 RESULTADOS

Este artigo teve como objetivo estudar discursos de ódio manifestados através de comentários realizados em sites de notícia sobre o corpo da cantora Lady Gaga. As falas dos usuários das redes sociais que expressaram as suas opiniões em relação ao peso da cantora foram em sua maioria criticando o fato dela estar supostamente acima do peso.

4.1 A linguagem grotesca como ferramenta do ódio

Percebeu-se que esses discursos tinham cunho preconceituoso se adequando a definição realizada por Brugger (2007), sendo feito com palavras que insultam, intimidam ou assediam pessoas, podendo incitar violência, ódio ou discriminação.

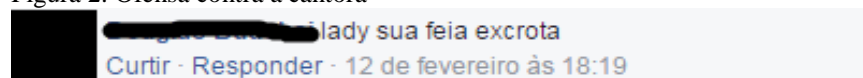
Nos textos analisados é possível perceber que as palavras são apresentadas como xingamentos, sem bases argumentativas que os sustentem, apelando para palavras consideradas grotescas dentro de uma comunicação cotidiana e não formal, como pode ser visto nas Figuras 1 e 2 abaixo.

Figura 1. Insultos contra Lady Gaga



Fonte: Comentários retirados do site EGO (2017).

Figura 2. Ofensa contra a cantora

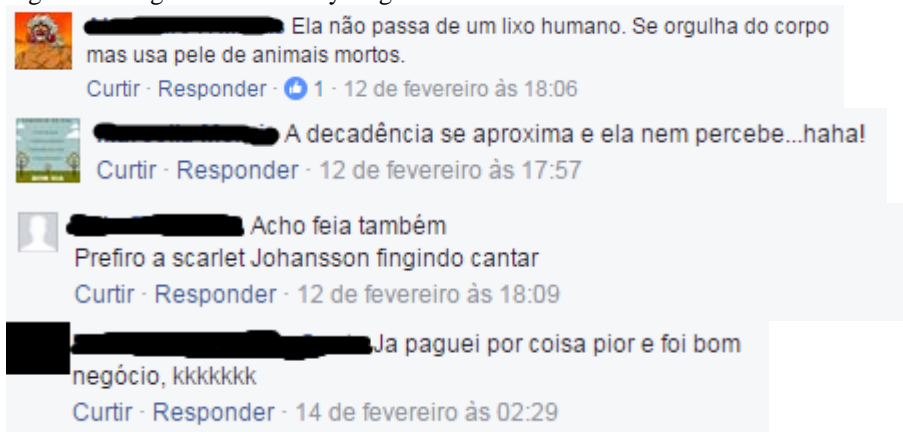


Fonte: Comentários da publicação na página do Facebook do Estadão (2017)

É através da rede social que as pessoas utilizam ferramentas para expressar suas opiniões sobre determinados fatos através de comentários, sejam positivos ou negativos, sobre um determinado assunto. Pode-se observar esse tipo de comportamento através dos comentários no site Ego (Figura 1). Em que a cantora Lady Gaga é chamada de “feia”, “escrota” e “demônia”, evidenciando o ódio contra a artista, sem nenhum argumento que o valide.

Artistas e cantores geralmente costumam ter os seus “odiadores”, que, sem motivo aparente, manifestam palavras ofensivas. No caso de Lady Gaga, os *haters* foram um pouco mais além utilizando estigmas para definir a cantora como alguém decadente, lixo humano e a comparando com outros artistas, como descrito na Figura 3, a seguir:

Figura 3. Estigmas contra Lady Gaga



Fonte: Comentários da publicação na página do Facebook do Estadão (2017)

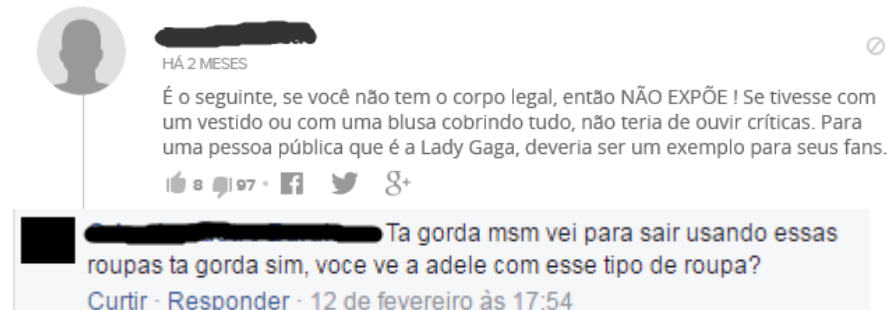
Nos comentários dos sites EGO e ESTADÃO os usuários se utilizam do anonimato para expressar opiniões ofensivas contra a cantora. Além disso, como nas redes sociais existe uma impunidade, pela opção de se identificar ou não, através de foto, nome ou descrição, muitas pessoas não têm uma preocupação nas escolhas das palavras e acabam sendo cada vez mais agressivas.

4.2 Estereótipos de Gênero no discurso de ódio

Acordo com Freire Filho (2013), o alvo preferido dos *haters* são mulheres e isso ocorre principalmente quando ela foge do chamado “recato feminino”. Isso é evidenciado a partir do comentário a seguir. O usuário do site Ego faz o comentário que um vestido seria mais adequado para cobrir o corpo da cantora, colocando a culpa dos comentários

de crítica sobre o seu corpo na sua falta de recato com o uso das roupas.

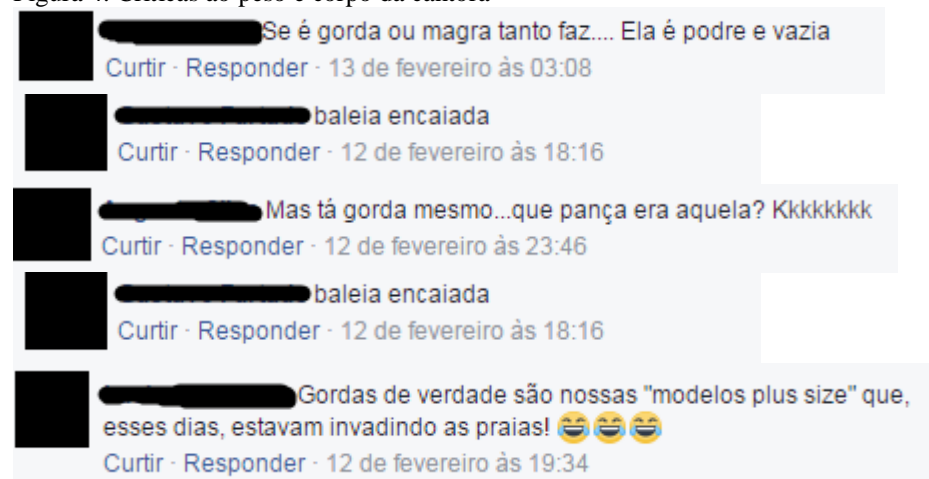
Figura 4. Imagem fora da fôrma do feminino



Fonte: EGO (2017) e Estadão (2017).

Silva (2010) defende que as mulheres estão sujeitas a sofrer violências psicológicas devido ao estigma que carregam na sociedade contemporânea, pois os preconceitos podem estar presentes em um mesmo grupo de indivíduos, no qual o imaginário social e coletivo tenha tomado esses valores como norma, difundindo-a através da cultura. Um desses padrões está ligado diretamente aos padrões de beleza exigidos das mulheres, entre eles a questão da necessidade de se apresentar um corpo que priorize o aspecto magro.

Figura 4. Críticas ao peso e corpo da cantora



Fonte: Comentários da publicação na página do Facebook do Estadão (2017)

Uma das discriminações mais comuns em que as mulheres sofrem é o fato de não fazer parte de um padrão de beleza imposto pela sociedade. A “barriguinha saliente” de Lady Gaga tão criticada nos comentários é um exemplo de que o corpo precisa seguir

padrões para ser aceito, como pode ser visto na Figura 4.

5. CONCLUSÕES

Diante do que foi analisado é possível perceber que os padrões de corpo são a grande fonte de crítica dos *haters* em relação a cantora. O estereótipo de um modelo de corpo perfeito a ser seguido é reforçado nos discursos de ódio dirigidos à Lady Gaga. Eles são feitos através de cobranças para que a artista siga esses padrões culturalmente determinados.

O preconceito de gênero também está presente nos comentários que questionam o modo de vestir da cantora. Isso ocorre principalmente nos discursos que questionam a roupa da artista. As cobranças por um corpo perfeito e uma roupa que esconda as imperfeições vêm de uma cultura heteronormativa. Já que esse é um tipo de crítica dificilmente retratada quando o alvo é do gênero masculino.

No entanto, os discursos não se referem apenas às questões de gênero. Os *haters* expressam o ódio em suas palavras sem nenhum motivo ou justificativa, utilizando inclusive do trabalho e da vida pessoal da cantora como meio de ofender.

Apesar do teor da notícia, retratada no site EGO e na página do Estadão, ser exclusivamente sobre o corpo da cantora e como ela lidou com as críticas, os discursos expressados nos comentários questionam até a sua condição como pessoa. As fronteiras para a ofensa não têm limites ou regras, as palavras grotescas expressam pensamentos de ódio sem explicar ou elaborar uma justificativa para o que é dito.

A dificuldade na identificação dos *haters* e a facilidade em criar perfis falsos fazem com que eles não respondam pelo que dizem gerando uma liberdade nos atos, muitas vezes, criminosos. Diante disso, o anonimato acaba sendo uma estratégia e gerando um sentimento de impunidade.

6 REFERÊNCIAS

AMARAL, A. **Redes sociais, linguagem e disputas simbólicas**. *ComCiência*, v.1 P.13 2011.

BARÁBASI, Albert-laszlo. **Linked: a nova ciência dos networks**. São Paulo: Leopardo, p. 131, 2009.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand, 1989.

BRUGGER, Winfried. Proibição ou proteção do discurso do ódio? Algumas observações sobre o direito alemão e o americano. **Direito Público**, v. 4, n. 15, 2007.

COIMBRA, Michele Paschoal. **O discurso do ódio nos sites de redes sociais: o universo dos haters no caso# eunãomereçoserestuprada**. TCC [Especialização], São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos 2014.

EGO, **Lady Gaga rebate críticas sobre corpo durante Super Bowl: 'Estou orgulhosa'**. Disponível em: <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2017/02/lady-gaga-rebate-criticas-sobre-corpo-em-show-no-super-bowl.htm>>. Acesso em 18 de Abril de 2017.

ELLISON, Nicole B. et al. Social network sites: Definition, history, and scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 13, n. 1, p. 210-230, 2007.

FREIRE FILHO, João. A comunicação passional dos fãs: expressões de amor e de ódio nas redes sociais. **Comunicação em tempo de redes sociais: afetos, emoções, subjetividades**, p. 127-154, 2013.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOFFMAN, Erving. **Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada**. 1988.

LEBRUN, Jean-Pierre. **O futuro do ódio**. Porto Alegre: CMC, 2008.

MONTEIRO, Camila Franco. Haters gonna hate: como funciona o sistema de disputas entre fãs e antifãs da banda Restart. **In: XXXV INTERCOM-Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Anais...** Fortaleza, 2012.

MOURA, Marco Aurelio. **O Discurso do Ódio em Redes Sociais**. Lura Editorial (Lura Editoração Eletrônica LTDA-ME), 2016.

PÁGINA DO ESTADÃO NO FACEBOOK. **'Estou orgulhosa do meu corpo', rebate Lady Gaga após ser chamada de gorda**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/estadao/posts/1815460665135654?match=bGFkeSBnYWdh>>. Acesso em 25 de Abril de 2017.

RECUERO, Raquel. Atos de ameaça à face e à conversação em redes sociais na internet. **Interações em rede**, v. 1, p. 51-70, 2013.

RECUERO, Raquel. **As Redes Sociais na Internet e a Conversação em Rede**. 2009. Disponível em: <http://www.ciseco.org.br/index.php/artigos/108-as-redes-sociais-na-internet-ea-conversacao-em-rede>. Acesso em 22 fev. 2017.

RUSSO, Renata. Imagem corporal: construção através da cultura do belo. **Movimento & Percepção**, v. 5, n. 6, p. 80-90, 2005.

SILVA, Sergio Gomes da. Prejudice and discrimination: the bases of violence against women. **Psicologia: Ciência e Profissão**, v. 30, n. 3, p. 556-571, 2010.

ZAGO, Gabriela da Silva. Trolls e jornalismo no Twitter. **Estudos em jornalismo e mídia**, v. 9, n. 1, p. 150-163, 2012.