

Construindo sombras com “ideologia de gênero”: deslizamentos discursivos em postagens no Twitter de atores políticos da Nova Direita (2014- 2019)

Gilmar da Silva Montargil

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Porto Alegre, RS, Brasil

ORCID <https://orcid.org/0000-0001-6490-4437>

Maria de Lourdes Rossi Remenche

Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens, Curitiba, PR, Brasil

ORCID <https://orcid.org/0000-0003-3283-9890>

Resumo

O termo ideologia de gênero foi recorrentemente empregado em embates políticos no Brasil e o sentido dessa expressão variou ao longo dos anos. Considerando esses deslizamentos de sentido, este artigo objetiva analisar as estratégias discursivas de comunicação política que mobilizaram o termo ideologia de gênero em postagens no Twitter. Para tanto, foi recortado um *corpus* com 205 *posts* da intitulada Nova Direita, entre 2014 e 2019, por meio da plataforma *Twitter Advanced Search*. A análise, de caráter quantitativo com interpretação qualitativa, fundamenta-se nos estudos do discurso de linha francesa de Michel Pêcheux a partir de conceitos como interdiscurso, formação discursiva, posição de sujeito e efeito de sentido. Ao verificar a evolução diacrônica na maneira como “ideologia de gênero” foi alocada no discurso político, verificou-se que o deslizamento de sentido do termo constituiu-se em uma estratégia comunicativa instrumentalizada, ano após ano, a fim de fomentar a polarização política por meio da consolidação de dois campos interdiscursivos a saber: a “ideologia de gênero” em oposição às “lutas” da nova direita, como a “defesa da família” e o “combate ao comunismo”, e outro, que insere a “ideologia de gênero” subordinada e pertencente ao campo progressista de esquerda, ao comunismo, à corrupção, à universidade.

Palavras-chave

discurso político; ideologia de gênero; Nova Direita; comunicação política; Análise do discurso

1 Introdução

Platão (2006), em *A República*, usa o Mito da Caverna para argumentar sobre a busca de um conhecimento que tornaria possível enxergar a realidade tal qual ela é. Na metáfora de Platão, em um ambiente grutural, indivíduos só enxergam as sombras projetadas na parede por outros que não querem que esses sujeitos se libertem e acessem a verdade, constituindo, assim, um poder sobre outrem e um sistema em que a verdade é sempre desacreditada, pois “[...] pessoas nessas condições não pensavam que a realidade fosse senão a sombra dos objectos” (PLATÃO, 2006, p. 6).

Nessa proposição, estabelece-se uma diferenciação entre a verdade e a opinião (*doxa*)¹. Tal alegoria é aplicável no contexto político eleitoral de 2018 em que setores conservadores da intitulada Nova Direita utilizaram estratégias comunicativas para agenciar os cidadãos e, conseqüentemente, o debate público com informações inverídicas, pautadas pelo fundamentalismo religioso e pelo apagamento de direitos de grupos minorizados, com impacto na mídia, nas eleições e nas políticas públicas brasileiras. Um exemplo é o que se denominou *ideologia de gênero* – termo que ganhou aderência no discurso dessas correntes políticas a partir de 2014 – usado para criar um pânico moral (COHEN, 2002) e deslegitimar avanços nos direitos de mulheres, lésbicas, gays, pessoas transgêneros, entre outros LGBTQI+ (REIS; EGGERT; 2017; MISKOLCI; CAMPANA, 2017) a partir da associação dessa expressão à destruição da família, à sexualização de crianças na escola, à subversão da “ordem natural” imposta pela religião e pela biologia.

Em pronunciamento na Sessão Plenária do Congresso Nacional em 18 de junho de 2019, o deputado federal Marcelo Brum (PSL-RS) define o conceito da seguinte maneira:

¹ “A palavra *doxa* significa não só opinião, mas também glória e fama. Como tal, relaciona-se com o domínio político, que é a esfera pública em que qualquer um pode aparecer e mostrar quem é. Fazer valer sua própria opinião referia-se a ser capaz de mostrar-se, ser visto e ouvido pelos outros. A verdade pode, portanto, destruir a *doxa*, pode destruir a realidade política específica dos cidadãos.” (ARENDETT, 2002, p. 105).

É assustador o que estamos vendo e o que está acontecendo. Ideologia de gênero? Por que a destruição da família é tão visada? Estamos vivendo tempos difíceis, sendo reorientados por um movimento mundial que visa estabelecer uma nova ordem mundial, tentando reorientar o mundo em sua sexualidade, usando estratégias de dominação política e subversão sexual, cultural e religiosa. Essa onda, um movimento, está tentando se estabelecer no Ocidente, principalmente no Brasil. Isso nos preocupa. Estamos nessa luta, nessa batalha pela família brasileira. Por isso, a importância do patriotismo, de cuidar da nossa família e do nosso povo. (PLENÁRIO..., 2019, on-line).

Para limar a complexidade desse contexto, estabelecemos como objetivo analisar a evolução das estratégias discursivas de comunicação política que mobilizaram o conceito *ideologia de gênero* em postagens no Twitter entre 2014 e 2019. Como o termo foi utilizado? Com que ênfases e conotações discursivas? Com que amplitude e impacto político ao longo dos anos? – são perguntas que dispararam nossa reflexão. Para tanto, foram selecionados discursos de dez atores da Nova Direita a fim de analisar como os deslizamentos de sentido foram mobilizados para agenciar o embate político.

Para isso, o estudo considera três fios discursivos convergentes na construção desse processo discursivo: a) *tecnológico*; b) *político* e c) *sexual*, pois, como corrobora o trabalho de Miskolci e Campana (2017), todos os casos envolvendo *ideologia de gênero* ocorreram a partir da virada do milênio; surgiram em países que passaram a ter governos de esquerda, e, que deflagraram reformas educacionais. Esses elementos coincidem com a ascensão de Jair Bolsonaro à Presidência da República com 57 milhões de votos e a composição de um legislativo ultraconservador nas eleições de 2018.

A pergunta, por fim, que direcionou nossa investigação busca responder como o factóide passou a ser mobilizado como estratégia de comunicação política. Assim, realizamos a coleta de 205 postagens a partir da palavra-chave *ideologia de gênero* na plataforma *Twitter Advanced Search*, para analisar esse *corpus* à luz dos conceitos de interdiscurso e efeitos de sentido discutidos por Pêcheux (1995, 1997, 1999, 2006). Esses conceitos se constituem em uma lente para refletirmos sobre as estratégias comunicativas do discurso político no contexto brasileiro.

2 O primeiro fio discursivo: o processo tecnológico

O *processo tecnológico* faz referência ao advento do ciberespaço que, conforme Castells (2003), é uma rede mundial de computadores interconectados que viabilizou um novo ambiente para as relações humanas, trocas simbólicas e verbalização de discursos. Se na Grécia

antiga apenas quem era considerado cidadão (homens de posses, nobres) podia discursar na ágora; e no século XVII, um núcleo cultural e econômico muito restrito tinha acesso aos periódicos e jornais para debater nos cafés e bares temas da esfera pública (HABERMAS, 1984), na hipermodernidade, povoada por múltiplas plataformas de redes sociais (VAN DIJCK; POELL; WAAL, 2018), todos têm a oportunidade de materializar o próprio discurso e ter acesso a outros desde que esteja na rede.

Segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios Contínua (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2017), 70,5% dos lares já contavam, em 2017, com acesso à internet no Brasil – o que equivale a cerca de 50 milhões de domicílios; além disso, 69% dos entrevistados alegaram acessar a internet via celular, isso porque 92,7% das moradias brasileiras já contavam com uma linha telefônica móvel em casa. Nesse sentido, vale ressaltar a frequente atualização dos dispositivos tecnológicos como celulares, *smartphones*, *hardwares*, *notebooks* e das tecnologias digitais da informação e comunicação (TDIC) que dão suporte à recepção e à enunciação de discursos a qualquer hora, de qualquer lugar e a qualquer momento nessa grande ágora virtual.

O Twitter é uma rede sociotécnica criada em 2006 na qual um indivíduo tem a possibilidade de postar comentários curtos de até 280² caracteres, sincretizados ou não com imagens, vídeos e *hiperlinks*, conforme a convergência das mídias, além de seguir e ser seguido por outros *followers*, pois a queda da barreira geográfica imposta pela *web* interligada à globalização da comunicação viabiliza o enlace entre diferentes pessoas com base nos mesmos gostos, na participação de um mesmo núcleo, ou que tenham consonância com o próprio discurso (CASTELLS, 2003; BELK, 2013).

Nessa discussão, alguns autores questionam se de fato o ciberespaço oferece um ambiente propício para debates, pois, como teoriza Pariser (2012) acerca das bolhas digitais, há uma propensão dos indivíduos não entrarem em contato com pontos de vista divergentes, importante numa democracia, pois o próprio sistema de algoritmos alimentado pelas preferências do usuário trancafia-os em um processo em que as amizades, os conteúdos e as propagandas são apresentadas e acessadas de acordo com o perfil ideológico. Outra crítica que se faz é o excesso de informação, visto que notícias qualificadas disputam a manutenção do debate público de qualidade com outros produtores de conteúdos como *youtubers*, *blogs*, perfis em redes sociais; e, empresas de internet como *Facebook*, *Google*, *Twitter* – que lucram a partir do alcance desses conteúdos, e que um sistema de compartilhamento, comentários, acessos,

² Até 2017 o limite era de 140 caracteres.

likes, visualizações, asseguram o que Charaudeau (2013) chama de *confiabilidade* de um conteúdo, mesmo que ele seja inverídico.

Com a eleição de Donald Trump nos Estados Unidos em 2016, pesquisadores vêm buscando avaliar de que maneira essa estrutura tecnológica vem sendo utilizada pela classe política e o eleitorado (BAKIR; MCSTAY, 2018; ZARZALEJOS, 2017). Zarzalejos (2017) afirma que foram encontradas 216 informações inverídicas nos discursos de Donald Trump e, na eleição brasileira de 2018, uma pesquisa promovida pela *IDEIA Big Data/Avaaz* (2018) apontou cerca de 98,21% dos eleitores do então candidato Bolsonaro expostos a esse tipo de conteúdo, com 89,77% acreditando ser verídico. Dourado (2020) corrobora esse contexto ao constatar 1073 disseminadores de 57 conteúdos falsos que foram repassados ao menos quatro milhões de vezes em um período de três meses. A partir desse estudo, verificou-se que a ala política bolsonarista foi a principal produtora e beneficiária desse sistema, as postagens produziram “[...] juntas [pró-bolsonaro + anti-petismo] 93,52% do total de compartilhamentos: 797.106 e 1.705.832 respectivamente.” (DOURADO, 2020, p. 237) no período eleitoral de 2018.

Uma das principais ferramentas utilizadas como meio de propagação desse tipo de conteúdo foi a plataforma do Twitter que, somente em 2020, passou a ter um filtro para barrar e notificar os usuários sobre conteúdos identificados como *fake news*. O próprio conceito de *fake news*, segundo Wardle (2018) deve ser utilizado com cautela, pois a classe política tem deslizado o sentido de *fake news* para abarcar críticas, checagens e reportagens qualificadas como forma de confundir o eleitorado. Para a pesquisadora, o conceito de *misinformation* coloca no centro o objeto a que estamos nos referindo: a manipulação, a descontextualização e a produção de factoides com o propósito de enganar e influenciar o público, articulado com o que Cohen (2002) chama de *moral panics* – a construção de conteúdos alarmistas com base na paleta da moralidade, mobilizando eleitores para partirem para diversas formas de confronto.

3 Mais um fio: o processo político

Ao processo tecnológico, soma-se o *processo político* na produção do discurso. Se considerarmos fragmentação da identidade do sujeito, como propõe Hall (2006), ou um sujeito imbuído de várias posições de sujeito que se constituem por formações ideológicas, conforme Pêcheux (1995, 1997, 2006), podemos depreender que um mesmo sujeito pode enunciar discursos conservadores para determinados temas e, para outros, não. Quando Burke (1989), considerado um dos pioneiros do pensamento conservador, tece críticas à Revolução Francesa de 1789, o escritor se apoia na manutenção da Constituição Inglesa, porque enxergava nos

ideais democráticos e no próprio conceito de revolução um perigo à ordem social inglesa baseada – para o autor – em uma hierarquia social e na tradição.

Nesse sentido, o conservador é alguém que preza pelo mínimo de mudanças. Por outro lado, o discurso conservador aproxima-se, muitas vezes, de discursos de preconceito à medida que o conservador é um ator que visa manter os próprios privilégios ou a permanência no poder e, por isso, defende a inércia, incorrendo – frequentemente – em estratégias discursivas de depreciação de grupos minorizados. Rothbard (2016), em crítica feita ao conservadorismo americano dos anos 1960, já apontava para características como fundamentalismo religioso, fixação pelo passado e uma sensação moral de que o presente era a única oportunidade de salvação.

No Brasil, as raízes da aliança entre conservadorismo e preconceito podem ser observadas em diversos momentos históricos: Mercadante (1972) averba para o patrimonialismo vindo de Portugal e também destaca a influência da Igreja Católica no século XIX; a antropóloga Schwarcz (1993) revela, no início do século XX, a proposta de embranquecimento da raça pelo darwinismo social encrustado nas elites e desenvolvido como projeto de nação; e, Fagundes (2011), por exemplo, mostra como grupos militares e religiosos dos anos 1920 e 1930 se uniram para compor partidos de temática fascista em diversas cidades brasileiras. Isso permite a reflexão de que o conservadorismo, de acordo com Burke (1989), só pode ser compreendido a partir de uma conjuntura política e econômica, sobretudo, vinculada ao longo dos anos à corrente neoliberal ou ultraliberal, formando divisões, inclusive entre o espectro político denominado de direita – colocando, esses atores, em movimento de se afirmar e se afastar e se reposicionar dentro desse espectro conservador.

O alçar da direita conservadora no Brasil na década de 2010 tem sido abordado por amplo referencial teórico (CODATO; BOLOGNESI; ROEDER, 2015; SOUZA, 2016; MESSEMBERG, 2017; DUDA DA SILVA, 2018; CÊPEDA, 2018; CIOCCARI; PERSICHETTI, 2018; ROCHA, 2019; LACERDA, 2019; BOITO JR, 2020; AVRITZER, 2021), instaurando, portanto, uma metalinguagem de conceitos como, por exemplo: nova direita, bolsonarismo, neofascismo, negacionismo, antipetismo, neoconservadorismo, entre outros, utilizados, às vezes, em intercâmbio e também como sinônimos para explicar esse momento político brasileiro.

Há diferentes interpretações sobre quando esse processo se iniciou, Gohn (2017) argumenta que os protestos, em especial aqueles a partir de 2015, reacenderam discursos semelhantes com a atuação do que denomina de novíssimos movimentos sociais mobilizados a partir de pautas como o antipetismo, aprovação do *impeachment* de Dilma Rousseff, combate à corrupção, ganhando aderência de várias alas políticas, como a bancada da bíblia, a bancada

da bala e a bancada ruralista. Para Rocha (2019), no entanto, a direita passa a se mobilizar já em 2000, com o uso de *blogs* e redes sociais, sob uma amálgama ultraliberal-conservadora, constituindo uma rede de organizações, intelectuais e jornalistas.

Por fim, parece-nos importante situar o eixo político como um campo movente, em que esses diversos atores, tais como Olavo de Carvalho, família Bolsonaro, Movimento Brasil Livre, Alexandre Frota, parlamentares da ala ruralista, parlamentares da ala pentecostal, pensadores neoliberais, entre outros, vão transmutando determinadas conjunturas políticas, mesmo que defendam ideais conservadores diferentes, em torno de determinados objetivos, temas, ou mesmo projetos de poder. Nesse sentido, a nova direita que chega ao poder no processo eleitoral de 2018 adotou diferentes estratégias de comunicação política, inclusive, para congruir os diversos atores em um projeto nacional, entre elas, a propagação da “ideologia de gênero” e a negação de direitos já conquistados, como as cotas raciais (SOUZA, 2016; CIOCCARI; PERSICHETTI, 2018, DOURADO, 2020). Essa estratégia de comunicação política foi instrumentalizada massivamente em comunicações de campanhas e manifestações nas redes sociais, entre elas, o Twitter.

4 O processo sexual: o último fio

A convergência entre o processo político com uma base tecnológica foi utilizada para se contrapor aos *processos da sexualidade*. Bozon (2004) lembra que foi somente no século XIX que a biologia passou a diferenciar a categoria de homem da categoria de mulher, pois antigamente tinha-se a ideia de um sexo uno ao qual a mulher era uma versão inferior do homem. “Ser homem ou ser mulher era possuir um papel social, assumir um papel cultural, e não apenas ter um corpo diferente” (BOZON, 2004, p. 36). Foucault (1979) aprofunda a discussão sobre sexualidade ao relacioná-la não só às relações políticas e subjetivas, mas também à reflexão sobre a forma como ela é interpelada por diferentes processos sociais que vão modelizando a nossa visão para os gêneros. Nessa concepção, a tessitura social é permeada por dispositivos e signos que são atribuídos a essas categorias de “homem”, “mulher”, “anormais”, tais como: vestimentas, cortes de cabelo, cores, que tipo de trabalho pode realizar, função dentro da família.

As mulheres, foram, ao longo do século XX, conquistando uma série de direitos (como o direito ao voto), ganhando visibilidade, a partir dos anos 1960, pela luta do movimento feminista – o qual questiona o modelo patriarcal de sociedade e visa romper com todos estes ideais de mulher baseado na procriação, na servidão e na submissão ao homem. Nesse

caminho, irão florescer diversos feminismos, com diversas angulações para se pensar essas categorias de gênero. Assim, surge a denominação *queer* no início dos anos 1990 para abarcar uma visão de sujeito performativo, marcado pelo não enquadre nas normas sociais, interseccionado com outros marcadores sociais, tais como classe e aspectos geográficos, que transita e não se coaduna na dicotomia feminino/masculino. Esses sujeitos marginalizados, em especial da comunidade LGBTQI+, conseguiram, ao longo dos últimos anos, conquistas como o casamento civil igualitário, nome social para travestis e outras pessoas transgêneros, criminalização da homofobia; direito à cirurgia de mudança de sexo para transexuais.

Para deslegitimar esses avanços, ocorre a produção de discursos, de forma recorrente e em várias instâncias sociais, relacionando o tema ao pecado, à doença, a valores morais abjetos e anticiência – reintroduzindo, assim, a manutenção da estrutura heteronormativa hegemônica que sistematiza a sociedade. Biroli, Vaggione e Machado (2020) em *Gênero, Neoconservadorismo e Democracia* problematizam o fato de como – dentro de um movimento internacional – essas disputas contaminarem desde o seio das famílias aos sistemas jurídicos e políticos. Esses discursos são desconstruídos e reforçados, inclusive, por correntes acadêmicas antifeministas e pós-feministas que surgiram concomitantemente à vitalidade do debate de gênero nos anos 1990 (ESCOSTEGUY, 2020). Esse disputado cenário gera dificuldade em trazer o tema para debate social e um “denuncismo” daqueles que verbalizam tais debates no seio democrático. Dessa forma, esses fios – processo tecnológico e sexualidade – se entrelaçam, uma vez que:

[...] as redes e plataformas digitais como Twitter, Facebook e YouTube, alavancaram e promoveram a movimentação de católicos, evangélicos e bolsonaristas, todos antiaborto, na construção de um discurso de ódio antifeminista. (ESCOSTEGUY, 2020, p. 133-134).

Nesse sentido, presenciamos uma proliferação de casos na mídia e nas redes sociais: (1) A censura à exposição Queermuseu em Porto Alegre em 2017; (2) Polêmica da *drag queen* que se apresentou em uma escola de Juiz de Fora/MG; (3) Invenção do “kit gay” em plena campanha eleitoral de 2018; (4) Retirada e proibição de circulação de uma HQ com beijo gay na Bienal do Rio em 2019, entre outros casos. Como teoriza Halberstam (1998, 2017), as existências *queers* se deslocam entre as normas sociais heteronormativas de gênero e também fora desses padrões, sobretudo, às regras que delimitam feminino/masculino, qual banheiro se usa, que roupa se veste. Nesse caminho, como esses atores identitários como gays, transgêneros, lésbicas desestabilizam as normas sociais vigentes – e se discursivizam cada vez

mais na sociedade, na mídia, alcançando postos de poder – eles têm a própria imagem reelaborada e marcada como indivíduos que colocam em perigo tradições, costumes, normas, conservadorismos, religiões, masculinidades.

Tal movimentação não só reverbera já-ditos inscritos na sociedade que vão sendo sincretizados com outras temáticas emergentes na esfera política, mas também se tornam estratégias discursivas para ganhar votos e capital político – em especial, do espectro conservador. Na próxima seção, o percurso de análise discursiva proposta por Michel Pêcheux nos ajudará a localizar a relação dos sujeitos e as suas respectivas posições com os fios debatidos até aqui.

5 A inscrição teórica de Michel Pêcheux

Michel Pêcheux é associado à Análise do Discurso Francesa (ADF) ou, mais especificamente, à Análise Materialista do Discurso. De formação filosófica realizada na Escola Normal Superior de Paris, lugar onde conviveu com Louis Althusser e com o pensamento psicanalítico de Lacan, Pêcheux viveu em um cenário em que correntes como o estruturalismo e o gerativismo afluíam, além da efervescência política francesa e da produção dos filósofos da diferença (Foucault, Deleuze e Derrida). Nesse cenário, a inscrição teórica dos estudos pechetianos mobiliza, a todo momento, os eixos teórico-históricos que a orbitavam. Dos anos 1960 aos 1980, o pensamento de Pêcheux foi se transformando e estabelecendo bases para a Análise do Discurso (AD), em um movimento dinâmico de revisão e reformulação de conceitos que, em seu último momento, se caracteriza por uma abordagem mais porosa, ou mesmo, “à deriva”. Por último, reforçar-se que Pêcheux (1995, 1997, 2006) estabeleceu seu pensamento numa tríade: o materialismo histórico althusseriano, o estruturalismo saussuriano e a psicanálise lacaniana³. Assim, o estudioso funda um campo teórico que compreende o sujeito que se constitui *entre* a linguagem e a ideologia, considerando a situação e a posição dos sujeitos na elucidação dos sentidos que envolvem o ato comunicativo, sobretudo um sujeito envolvido com o trabalho, com uma prática política, inscrito em um sistema de hierarquia social.

O estabelecimento da AD foi importante para romper com análises da linguagem que desconsideravam o contexto, voltadas para aquilo que Pêcheux (1997) chama de estudo do

³ Pêcheux (1997) ao lado de Fuchs vai dizer que a AAD tem como o terceiro vértice a Teoria do Discurso, sendo o pensamento lacaniano sobre a subjetividade do sujeito o arcabouço de elo desses três elementos. Ao longo do trabalho de Pêcheux veremos também uma série de siglas, tais como AAD, AAD69, AD, AD1, AD2, AD3, AMD.

texto. Para Pêcheux (1997, 1995), é fundamental refletirmos sobre o deslizamento e a diferença nos efeitos de sentido entre uma frase como “eu não gosto de mortadela” dita por uma criança à mãe no café da manhã (contexto um) e quando um manifestante com a camiseta da seleção brasileira diz em um ato bolsonarista (contexto dois).

Assim, a partir da teoria dos Aparelhos Ideológicos de Estado (AIE) de Althusser, Pêcheux (1997, 1999) argumenta que os sujeitos são interpelados e produzidos por esses aparelhos sociais como, por exemplo, a mídia, o exército, a religião, o governo, a instituição da família, a escola, entre outros. Essa interpelação ocorre por meio de formações ideológicas que condicionam aquilo que o sujeito é, deve vir a ser, com qual comportamento, o que pode (ou não) falar, em que situações, entre outros aspectos que incidem nas formações discursivas, ou seja:

Chamaremos, então, formação discursiva aquilo que, numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada numa conjuntura dada, determinada pelo estado da luta de classes, determina o que pode e deve ser dito (articulado sob a forma de uma arenga, de um sermão, de um panfleto, de uma exposição, de um programa, etc.). Isso equivale a afirmar que as palavras, expressões, proposições, etc., recebem seu sentido da formação discursiva na qual são produzidas: retomando os termos que introduzimos acima e aplicando-os ao ponto específico da materialidade do discurso e do sentido, diremos que os indivíduos são "interpelados" em sujeitos-falantes (em sujeitos de seu discurso) pelas formações discursivas que representam “na linguagem” as formações ideológicas que lhes são correspondentes. (PÊCHEUX, 1995, p. 160-161).

Logo, o sujeito pecheutiano não tem escapatória, ele é sempre interpelado pela ideologia, é sempre já-sujeito por todas as camadas que lhe condicionam, e, mesmo rompendo com um aparelho ideológico, ele já está sendo interpelado por outra visão ideológica. Contudo, é preciso observar que Pêcheux (1995, 1997, 1999, 2006) não levava à risca nem a leitura da luta de classes advinda de Karl Marx, tampouco a releitura althusseriana do materialismo, pois, para o filósofo, a ideologia não se reproduz de forma homogênea na sociedade; não é possível atribuir a cada classe, AIE e grupo social uma ideologia específica. Assim, a ideia de *efeito de sujeito* permite entender um sujeito que vai acionando essas *posições de sujeito* ao longo das situações: (pai, filho, estudante, professor, jornalista, *gamer*, gay, pós-graduando, ser da religião protestante ou islâmica, defender alguma corrente filosófica, artística ou política, por exemplo).

Essas diversas *posição de sujeito* que nos atravessam, relacionam-se intra e interdiscursivamente de três formas, incorrendo em afirmação e reprodução de discursos,

além de alternâncias e revoluções: a *subordinação* é quando os discursos se alinham e se unem; na *desigualdade* os discursos se afastam e se opõem; já na *contradição*, os discursos que tendem a se unir acabam se opondo, assim como discursos que tendem a se opor, por determinado motivo, se unem. Por exemplo, quando um indivíduo que ocupa posições de sujeito de cristão e médico. Para uma questão como aborto ou pílula anticoncepcional, essas duas posições, a religiosa e a profissional, claramente se *opõem* e podem gerar um dilema ético. Em uma outra situação, porém, a esfera religiosa cristã pode se *unir* ao discurso médico, por exemplo, na defesa da vacinação contra o coronavírus, pois ambas defendem um conceito amplo de “proteção à vida”. Mas e se ambas defenderem a eutanásia? Logo estamos diante de uma união *contraditória*, pois em tese a esfera religiosa não apoia esse procedimento.

Assim, essa dança interdiscursiva entre subordinação-contradição-desigualdade se reconfigura em cada ato de comunicação. Enquanto os intradiscursos são as relações discursivas ocorridas internamente ao texto, os interdiscursos são todas essas associações extratexto que remetem aos discursos de outrem (um aparelho, uma posição, eu mesmo em diálogo com o meu Outro a partir da psicanálise lacaniana), resultando na produção e elucidação de sentidos que estão presentes não só no ato de comunicação, mas também no entorno. Logo, o sentido de uma postagem no Twitter está para além de seu conteúdo e sua forma, remetendo também para aspectos como: a representação que temos de quem tuita, e passa pela conjuntura social situada historicamente, levando a perguntas do tipo: “O que essa publicação quer nos dizer?”, “O que esse *tweet* diz sobre o lugar ideológico de quem a publicou”, “Como reverbera a situação política do país?”, entre outras questões, que se bifurcam em uma conjuntura de sentido para o leitor dessa publicação.

A noção de sentido em Pêcheux (1995, 1997, 1999, 2006) também veio se transformando. O filósofo conservou certo pensamento acerca do signo saussuriano, sobretudo acerca do valor do signo que, para Saussure (2006), era social porque era compartilhado entre indivíduos, sem fazer alusão aos contextos na conjectura do significante + significado. Em um primeiro momento, Pêcheux (1995) esboça uma preocupação com a lógica semântica das palavras, porém, no início dos anos 1980, o pensamento pecheutiano caminha para uma ideia de opacidade, transparência ou à deriva de sentido, considerando que “[...] todo enunciado é intrinsecamente suscetível de tornar-se outro, diferente de si mesmo, se deslocar discursivamente de seu sentido para derivar para um outro” (PÊCHEUX, 2006, p. 53). Assim, Pêcheux (2006) argumenta que, por mais que os sujeitos façam esforço para produzir e conservar sentido, quando enunciam é como se o sentido estivesse sendo lançado ao mar, em termos metafóricos, estando à deriva, possibilitando diferentes *efeitos de sentido* a partir da

posição de sujeito e da conjuntura histórica de cada um que entra em contato com esse ato, incorrendo em sentidos vinculados não só à lógica semântica inicialmente proposta, mas também com ambiguidades, ironias, deslizamentos e, até mesmo, em interpretações equivocadas, inconscientes e não-imaginadas por quem enuncia.

6 O percurso da pesquisa

Neste estudo, o procedimento metodológico articulou a pesquisa quantitativa e qualitativa, pois, como averba Alves-Mazzotti (1999), essas duas abordagens não se opõem; pelo contrário, desde que descritas separadamente, elas possibilitam uma triangulação capaz de dar confiabilidade ao fazer científico através de uma coleta de dados e, posteriormente, a interpretação desses dados a partir de conceitos estabelecidos pelo viés qualitativo. Para tanto, selecionamos, a partir do termo “ideologia de gênero”, postagens no Twitter de atores da nova direita entre janeiro 2014 a junho de 2019 para a constituição do *corpus*. Dessa seleção, coletamos 205 publicações produzidas por 10 políticos de diferentes partidos, a saber: Jair Bolsonaro (PSL-RJ); Eduardo Bolsonaro (PSL-SP); Carlos Bolsonaro (PSC-RJ); Flávio Bolsonaro (PSL-RJ); Bia Kics (PSL-DF); Kim Kataguirí (DEM-SP); Joice Hasselmann (PSL-SP); Alexandre Frota (PSL-SP); Marco Feliciano (PSC-SP) e Fernando Holiday (DEM-SP)⁴.

A seleção dos discursos a serem investigados tem como base o trabalho de Takahashi *et al.* (2019) em que produziram, a partir de uma sistemática envolvendo dezenove etapas, uma ferramenta que identificou mil perfis no Twitter que mais movimentaram o debate político. Na pesquisa, os jornalistas analisaram 1,7 milhões de contas, eliminaram possíveis *bots*, inseriram parâmetros de exclusão como ter menos de 20 seguidores ou menos de 200 *posts*; usaram *softwares* para comparar contas, encontrar seguidores em comum, filtrar apenas postagens de cunho político⁵. Com a identificação de figuras públicas como Danilo Gentili, Olavo de Carvalho e Jair Bolsonaro movimentando seguidores de espectro conservador, para o recorte deste estudo, optou-se pela seleção de perfis-atores com cargo político (presidente; deputados federais; deputados estaduais; vereadores) com mais de 40 mil contas mobilizadas a partir dessas postagens. A figura 1 ilustra a amostra:

Figura 1 - Exemplo de *post* que compõe o *corpus*

⁴ Decidimos fixar as siglas partidárias conforme o mês de junho de 2019, quando finalizamos o recorte. No entanto, esse quadro partidário já sofreu muitas alterações, por exemplo, a família Bolsonaro saiu do PSL, alguns membros transferiram-se para o Republicanos e outros ficaram sem legenda. Alexandre Frota mudou-se para o PSDB-SP. Na corrida eleitoral de 2022, alguns desses atores se tornaram inimigos.

⁵ A metodologia completa de Takahashi *et al.* (2019) pode ser conferida no *link* listado nas referências.



Marco Feliciano ✓
@marcofeliciano



Replying to @RevistaEpoca

Nossa bandeira nunca será vermelha! Foice e martelo aqui JAMAIS! Deixem nossas crianças em paz! Esta filósofa é a mãe da IDEOLOGIA DE GÊNERO. Parabéns a outra mãe que se indignou!

Fonte: Perfil no Twitter de Marco Feliciano (2017), publicação de 10 nov. de 2017.

Posteriormente foi inserida na plataforma de busca *Twitter Advanced Search* a palavra-chave “ideologia de gênero”. A partir dessa ferramenta, foram selecionados alguns parâmetros específicos como período, conta específica, idioma. A verificação do termo “ideologia de gênero” no período janeiro de 2014 a junho de 2019 resultou em 205 publicações coletadas e seus dados foram dispostos em uma planilha organizada em: (1) conta; (2) conteúdo da postagem; (3) *hiperlink* da postagem; (4) ano; (5) mês; (6) número de comentários; (7) número de *retweets*; (8) número de *likes*.

Com esses dados iniciais, criamos outra base de dados em que é possível verificar quantas postagens cada informante publicou por mês; por ano e no total geral da soma de 2014 a 2019. Nesse percurso de coleta, nossa planilha alicerçou-se nos seguintes dados: (1) conta; (2) partido; (3) profissão; (4) ano em que entrou no Twitter; (5) Número de perfis que são mobilizados pelas publicações do referido informante com base em Takahashi *et al.* (2019); (6) Número de seguidores no Twitter; (7) meses e (8) uma coluna para cada ano.

Com os dados dispostos dessa forma, realizamos uma análise quantitativa, que forneceu quantas vezes cada ator político publicou por ano, apurando, dessa forma, a publicações total no recorte. Para obter um registro mais detalhado dessas publicações, bastava clicar no ícone *mais* que permite expandir cada um dos atores. Como mostra a figura 2:

Figura 2 - Registro por cor da quantidade de publicações por mês

Janeiro						X
Fevereiro				X		
Março	X	X	X			
Abril						
Maió			X	X		
Junho	X			X		X
Julho				X	X	
Agosto	X			X	X	
Setembro				X		
Outubro	X	X	X			
Novembro			X	X	X	
Dezembro				X	X	
TOTAL	0	5	7	27	8	3

Fonte: Elaborado pelos autores.

A planificação dos dados assinalou quando uma postagem foi realizada em determinado mês, de determinado ano, de modo a verificar a intersecção dessas variantes. Para corrigir o problema da quantidade, pois um mesmo ator pode ter publicado várias vezes no mesmo mês, adotou-se um sistema de cores, como pode ser visto na figura 2⁶. Dessa forma, visou-se facilitar a busca por meio dos filtros, pois bastava inserir "X" para que fosse levantada quantas postagens ou quem postou em determinado mês ou ano, fazendo ajustes nos parâmetros⁷. Os valores totais de cada ano e o valor total geral dos anos foram inseridos em uma linha adjacente destacado em tom mostarda. Para gerar gráficos que permitissem a apresentação quantitativa e a posterior interpretação foi necessário criar uma terceira planilha na qual somou-se os *likes* de todas as postagens para cada mês.

Após esse processo quantitativo, foi realizada uma análise dos dados a partir das ideias de Pêcheux (1995, 1997, 2006), considerando conceitos como interdiscurso, posição de sujeito e efeito de sentido, isto é, a partir de conceitos da ADF, analisou-se as estratégias de

⁶ Dessa forma, nosso sistema compreende: X = 1; X = 2; X = 3; X = 4; X = 5; X = 6; X = 10 e X = 13. Alguns X's como 7, 8, 9, 11 e 12 não apareceram.

⁷ Por exemplo, no mês de novembro de 2017 há um X (roxo) na célula correspondente de Fernando Holiday (DEM-SP) na planilha "GERAL", isso significa que ele fez quatro postagens com "ideologia de gênero" naquele mês. Para localizar essas postagens, basta ir à planilha "POSTAGENS" e alterar na busca o filtro do mês, do ano e da conta, isto é, marcar apenas novembro, 2017 e Fernando Holiday. Sugerimos outras buscas por meio de ajustes nos filtros.

comunicação política empregadas nesses *tweets* ao longo do recorte temporal, considerando os três fios discursivos do processo tecnológico, político e sexual discutidos anteriormente. No exemplo a seguir, figura 3, aplica-se a leitura dessas categorias pecheutianas em um enunciado.

Figura 3 - Exemplo de aplicação de ADF em um tweet.



Fonte: Elaborado pelos autores.

A partir do reconhecimento do sujeito (presidente Jair Bolsonaro) e o contexto de carnaval trazido pela data, evidencia-se a relação do enunciado “*o que é golden shower*” com os três eixos interrelacionados: *político, tecnológico, sexual*. Mais do que apenas uma pergunta, o texto movimenta o eleitorado e a base política, a partir de uma provocação-reprovação de uma prática sexual vinculada aos LGBTQI+ por meio das redes e todo o arcabouço tecnológico. Todas essas relações que o leitor do *tweet* precisa realizar para produzir efeitos de sentido – entre o presidente, os eixos, o momento histórico – mobilizam interdiscursos de *oposição* entre os LGBTQI+ e outros frequentadores do carnaval e de *subordinação* à esfera religiosa, tradição familiar e moralidade.

Como são 205 *posts*, a apresentação dos resultados elencará as publicações mais salientes para o debate no *corpus*, diversificando temas, atores políticos e momentos históricos, como forma de identificar as principais características dos recortes por ano, para então ser analisada pelo viés qualitativo. A seguir, apresentaremos os resultados da análise.

7 Deslizamentos discursivos de atores políticos no Twitter

Com base nos 205 *tweets* coletados, é possível corroborar o movimento de entrada no Brasil do factóide “ideologia de gênero” por meio da ala religiosa (MISKOLCI; CAMPANA, 2017), pois dos dez atores políticos recortados, o único que fez menção à “ideologia de gênero” em 2014 foi o deputado e pastor Marco Feliciano (PSC-SP) com sete publicações. A primeira publicação é de 16 março de 2014 com dois comentários, quatro *retweets* e sete *likes*⁸, trazendo um *hiperlink* de notícia com o seguinte texto: “Ideologia de gênero? -> Ex-deputado alemão acusado de pedofilia justifica compra de fotos de crianças nuas como [...]” (MARCO FELICIANO, 2014, on-line). O deputado utiliza no início da frase uma pergunta, como se ele, ao mesmo tempo que indaga o que é “ideologia de gênero”, também enuncia a resposta, relacionando interdiscursivamente (PÊCHEUX, 1995) discursos relacionados à pedofilia, valorando negativamente e inserindo a questão na esfera parlamentar, pois, no interdito, a “ideologia de gênero” entendida como pedofilia não pode estar institucionalizada e ser defendida por políticos. Durante o ano de 2014, esse deputado federal seguiu mobilizando discursos que visavam barrar a “ideologia de gênero” no documento do *Plano Nacional da Educação* (PNE), associando o termo à pedofilia e sexualização de crianças. Em outra publicação ele comenta: “[...] que introduzirá o conceito de ideologia de gênero na legislação brasileira. Amanhã e quarta na Comissão especial do PNE a mesma guerra” (MARCO FELICIANO, 2014, on-line)⁹.

O Gráfico 1 apresenta o total geral com os dez perfis-atores recortados para a análise. Cada linha de determinada cor representa um ator político. Por conta da escala não é possível visualizar as poucas publicações – e de baixo engajamento – dos anos de 2014 e 2015. Porém, é possível identificar, com base no Gráfico 1, a partir da quantidade de *likes*¹⁰ que os atores conseguiram quatro movimentos que merecem ser destacados: (1) um primeiro pico tímido em 2016 sobre a discussão envolvendo a *Base Nacional Curricular Comum* (BNCC); (2) um pico médio em outubro de 2017, mas com todos os atores engajados a respeito da vinda de Judith Butler ao Brasil; (3) um pico alto na época eleitoral de 2018, porém restrita a poucos perfis-atores como Joice Hasselmann e família Bolsonaro, fazendo poucas publicações de alto alcance; (4) um pico alto relativo a Eduardo Bolsonaro sobre a morte do menino Rhuan¹¹ no final do recorte.

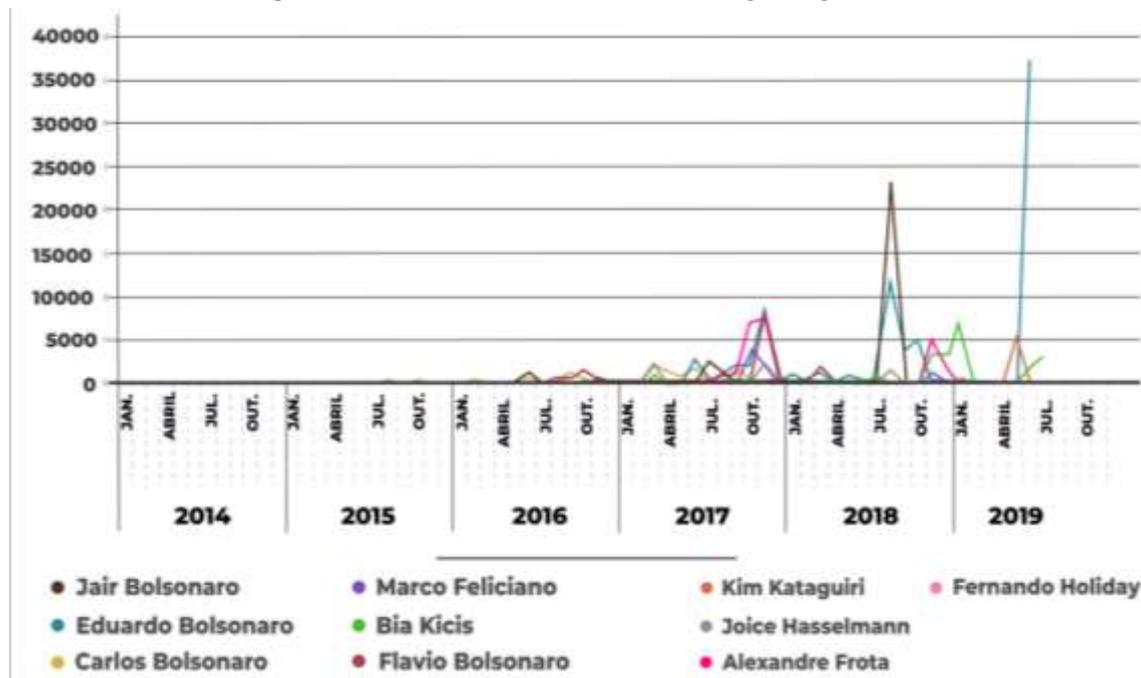
⁸ A coleta desses dados foi realizada no mês de junho de 2019, de modo que pode ter ocorrido alterações, como, por exemplo, diminuição ou aumento desses números devido ao caráter ubíquo e sempre disponível que a internet proporciona.

⁹ A publicação é a oitava parte de uma *thread* (fio) com vários publicações do deputado.

¹⁰ Os *likes* foram escolhidos porque são mais confiáveis para checar a audiência de uma postagem. Nem todos que comentam ou retuitam aprovam o conteúdo, já o *like* com o ícone de coração, sim.

¹¹ Rhuan Maycon foi assassinado em junho de 2019 pela mãe e pela companheira dela. O fato de a mãe ser lésbica e de ter esquitejado o órgão sexual do menino foram fatores associados ao factóide “ideologia de gênero”.

Gráfico 1 - Gráfico que mostra o número de *likes* com “ideologia de gênero” entre 2014 e 2019



Fonte: Elaborado pelos autores.

Nesse sentido, é possível afirmar que a estratégia de utilização do termo “ideologia de gênero” foi sendo absorvida por mais perfis-atores ao longo dos anos, com uma evolução também na instrumentalização no modo de uso que se reverbera, ano após ano, no aumento da força de engajamento que essas postagens produziam. Os dados mostram que perfis-atores como de Bia Kicis (PSL-DF), Marco Feliciano (PSC-SP) e Carlos Bolsonaro (PSC-RJ) fizeram publicações de baixa amplitude no Twitter, porém, a quantidade e a frequência dessas publicações foram superiores a outros como, por exemplo, Jair Bolsonaro e Joice Hasselmann, que fizeram usos muito cirúrgicos, mas com alta audiência e amplificação nas redes – principalmente em ano eleitoral. É o que pode ser verificado na tabela a seguir (figura 4) que mostra o resultado de publicações por ano, mês e no total geral¹².

¹² Importante ressaltar que o ano de 2019 foi coletado até o mês de junho, portanto, o número de 12 publicações não corresponde os doze meses de 2019.

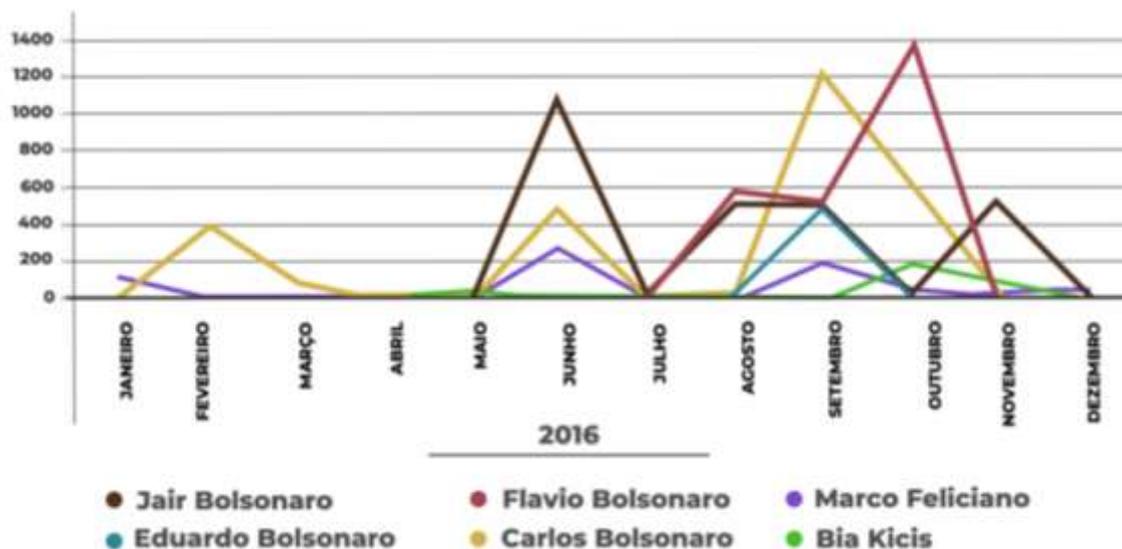
Figura 4 - Resultado quantitativo

Conta	Partido	2014	2015	2016	2017	2018	2019	TOTAL GERAL
jairbolsonaro	PSL	0	0	4	2	1	0	7
BolsonaroSP	PSL	0	6	2	12	7	5	32
CarlosBolsonaro	PSC	0	5	11	10	0	0	26
FlavioBolsonaro	PSL	0	0	4	4	1	0	9
BiaKicis	PSL	0	5	7	27	8	3	50
kimpkat	DEM	0	0	0	1	0	2	3
Joicehasselmann	PSL	0	0	0	5	1	1	7
alefrotabrasil	PSL	0	0	0	28	3	0	31
marcofeliciano	PSC	7	4	6	13	2	1	33
FernandoHoliday	DEM	0	0	0	7	0	0	7
Total por ano		7	20	34	109	23	12	205

Fonte: Elaborado pelos autores.

Outras constatações com base no banco problematizam o uso do factóide: em junho de 2015 Carlos e Eduardo são os primeiros da família Bolsonaro a publicarem utilizando o termo. Das 205 publicações colhidas, 109 foram publicadas em 2017, ou seja, 53,17%. Dos dez atores, Bia Kicis (PSL-DF) foi a que mais fez publicações entre 2014 e 2019, 50 ao todo, seguida de Marco Feliciano (PSC-SP), com 33. Os *tweets* com os maiores números orgânicos são: (a) Jair Bolsonaro em agosto de 2018 com 5.900 *retweets* e 23.600 *likes*; (b) Eduardo Bolsonaro (PSL-SP) em agosto de 2018 com 3.022 *retweets* e 11.511 *likes* e (c) Eduardo Bolsonaro (PSL-SP) em junho de 2019 com 2.196 *retweets* e 11.881 *likes*. A seguir vamos nos aprofundar na análise no período entre 2016, 2017 e 2018.

Gráfico 2 - Evolução das postagens com “ideologia de gênero” no ano de 2016¹³



Fonte: Elaborado pelos autores.

O gráfico acima mostra a distribuição dos *likes* e o engajamento que as 34 publicações do ano de 2016 obtiveram. Nota-se que os *likes* nas publicações não atingem o número de 1500 *likes* e que atores como Jair Bolsonaro e Flávio Bolsonaro passam a adotar o termo “ideologia de gênero” em seus *posts* pela primeira vez. Os dados evidenciam que a discussão, em 2016, aumentou no segundo semestre, com o engajamento de pelo menos seis atores políticos, que mobilizaram discursos para estabelecer interdiscursos entre ideologia de gênero e influência negativa na formação de crianças e jovens em idade escolar, pois naquele momento histórico ocorria a discussão de mudanças na BNCC, o que pode ser observado nos excertos a seguir:

Nossos filhos continuam ameaçados: PT e PSOL insistem na Ideologia de Gênero nas escolas. Assista o vídeo: <https://t.co/RC8018oDaX> (JAIR BOLSONARO, 2016).

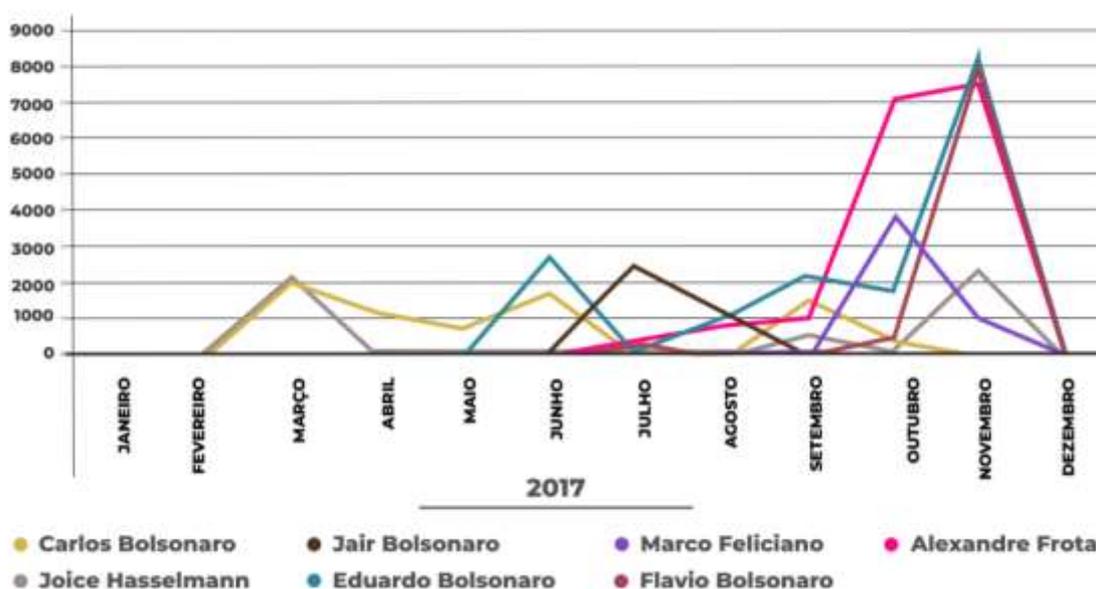
IDEOLOGIA DE GÊNERO E SEXUALIDADE NAS ESCOLAS: e ai, Temer e demais governantes? (CARLOS BOLSONARO, 2016).

Feliz Dia das Crianças! Deixem nossas crianças em paz, fora ideologia de gênero nas escolas, #ForaFreixo (FLÁVIO BOLSONARO, 2016).

¹³ Para gerar os gráficos, fizemos a soma de *likes* de todas as postagens de cada mês, de modo que o total (a altura das linhas) pode ser alcançada com apenas uma publicação ou com várias. A opção de fazer por média foi descartada ao perceber que a audiência de uma publicação nas redes é muito instável, de modo que uma publicação pode ter sete mil curtidas e a seguinte apenas duzentas, o que deformaria o gráfico.

Vários enunciados mobilizam o campo semântico do “perigo” e reverberam a ideia de “ameaçados” e “deixem nossas crianças em paz” produzindo um efeito de pânico moral, de estado de alerta, como conceitua Cohen (2002) e Rago (2017); e, também, um reforço da ideologia de gênero como um problema trazido à sociedade por partidos, candidatos e políticos ligados à esquerda, relacionando PT, PSOL, Marcelo Freixo como causadores e propagadores do problema nas escolas. Fica evidente aqui a conexão com o fio sexual no sentido de que essa primeira movimentação conservadora do discurso político se aporta na esfera infantil como um primeiro reduto a “ser protegido”. Por meio do interdiscurso, reforça-se a ideia de perigo à desconstrução do conceito tradicional de família e bons costumes. Essa abordagem favorece a perspectiva dicotômica como bem/mal, amigo/inimigo, e abre espaço para a produção de um discurso político simplificado e populista – que, por sua vez, ganha amplitude na arena pública por meio de estratégias discursivas de alerta e de papéis sociais sobre quem combate/quem defende “ideologia de gênero”.

Gráfico 3 - Evolução das postagens com “ideologia de gênero” no ano de 2017



Fonte: Elaborado pelos autores.

Na mesma perspectiva de evolução, é possível verificar em 2017 um aumento expressivo na quantidade de publicações sobre o factóide “ideologia de gênero” e na forma como foi utilizado. A análise revela que algumas publicações chegam a alcançar próximo a 9000 likes. Todos os atores recortados publicaram em 2017. A família Bolsonaro, sobretudo Carlos, enunciou tweets sobre à temática de sexualização de crianças, porém, no segundo semestre, o

que leva o engajamento de quase todos os atores políticos e a expressiva audiência dessas publicações foi a vinda da teórica Judith Butler, entendida aqui a partir de Pêcheux (1995, 1997) como mobilizadora de uma formação discursiva, isto é, um contexto específico que dá a conjuntura para a enunciação de determinados discursos, o que pode ser verificado no Gráfico 3 nos meses de outubro e novembro de 2017.

Perfis-atores como Joice Hasselmann e Alexandre Frota, naquela ocasião sem cargo legislativo, inseriram-se no embate político nesse momento histórico, com publicações como as expostas nos excertos a seguir. Além disso, enquanto Hasselmann se inseriu no debate com apenas cinco publicações em 2017, Frota fez 28 publicações, sendo 24 das 28, só no período de setembro a dezembro, o que evidencia um engajamento na valoração negativa do que chama de “ideologia de gênero” vinculado ao discurso de “perigo” da vinda da Butler, entre outras pautas vinculadas ao fio sexual.

Porra como tá chato isso ideologia de Gênero, criança travesti, criança viada, Jesus Trans exposições. Ser Hetero no Brasil é crime (ALEXANDRE FROTA, 2017)¹⁴.

JUDITH BUTLER, A BRUXA DA IDEOLOGIA DE GÊNERO VEM AÍ PALESTRAR NO BRASIL. E AGORA??? Entenda (HASSELMANN, 2017).

A partir das ideias de Pêcheux (1995), identificamos valorações disfóricas como “a bruxa da ideologia de gênero”, para remeter a Butler, e “ser hetero no Brasil é crime”, ou seja, discursos com um duplo interdiscurso: os *posts* são um aceno para a base eleitoral conservadora que viria a lhes dar votos nas eleições, pois já pleiteavam vagas no legislativo com a posição de sujeito de candidatos, tendo como pano de fundo vinculações negativas ao movimento LGBTQI+, às universidades e a ala artística ao relacionar o caso do *Queermuseu* e da trans crucificada na 19ª Parada do Orgulho LGBT¹⁵. Portanto, essa formação discursiva específica de 2017, vai reforçar e se vincular, no recorte diacrônico, com fio discursivo sexual já construído de sexualização de crianças e perigo à “família tradicional”.

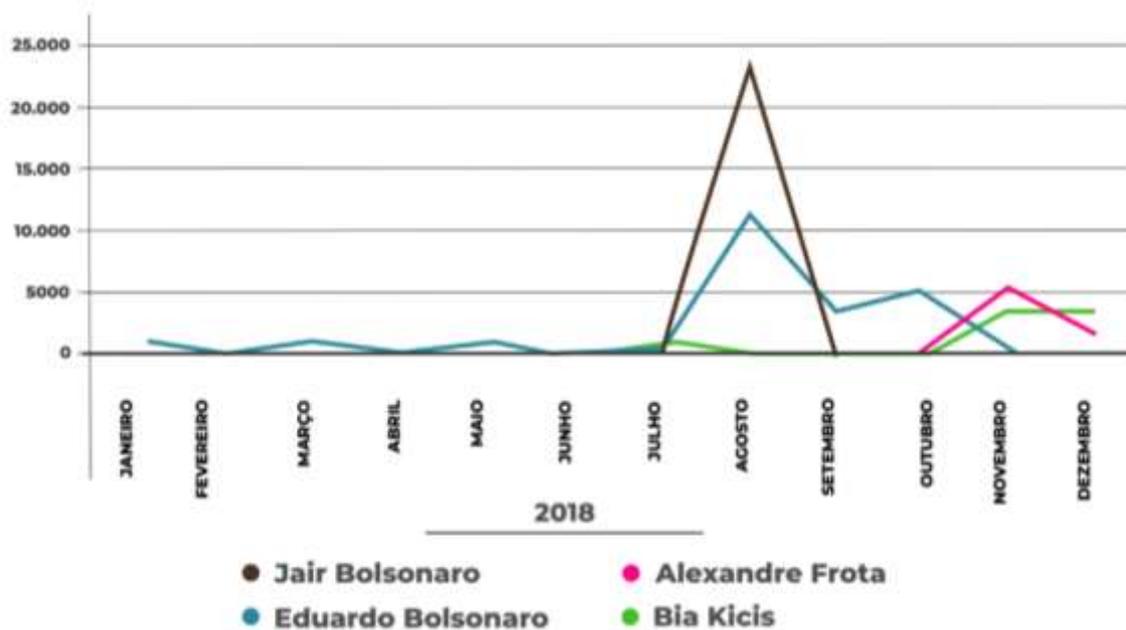
O fato de o ano de 2017 ocorrer mais publicações que o ano eleitoral de 2018 evidencia que a tecnologia discursiva de utilização da “ideologia de gênero” serviu como aporte para

¹⁴ Nosso banco de dados foi alimentado pela coleta das amostras em junho de 2019, ao longo da pesquisa, alguns atores políticos como Carlos Bolsonaro e Alexandre Frota mudaram de conta ou apagaram as postagens, no entanto, o conteúdo dessas publicações bem como os dados foram registrados.

¹⁵ *Queermuseu* foi uma exposição promovida pelo Santander, na cidade Porto Alegre em 2017, que resultou em polêmicas e censura a algumas das obras. A imagem de Jesus Trans é originalmente de 2015, quando a atriz Viviany Belebony foi fotografada em 2015 na 19ª Parada do Orgulho LGBT na cidade de São Paulo – a imagem foi reintroduzida em 2017 para movimentar o debate da “ideologia de gênero”.

inserir a temática no imaginário social, e produziu consequências políticas na corrida eleitoral de 2018, com parte do eleitorado sendo estimulado a partir de um pânico, isto é, levado a agir a fim de parar aquilo que fere valores morais (COHEN, 2002). Não à toa, verifica-se, no ano de 2018, apenas 23 publicações no total geral, isso significa um número menor que o ano de 2016 e cinco vezes menor que o ano de 2017. O que pode ser verificado no gráfico a seguir:

Gráfico 4 - Evolução das postagens com “ideologia de gênero” no ano de 2018



Fonte: Elaborado pelos autores.

No entanto, o alcance orgânico das publicações de 2018 – ano eleitoral – foi bem acima dos outros anos, isso decorre de uma mudança na estratégia de utilização do termo “ideologia de gênero” que passou a ser instrumentalizado e inserido com diversos outros temas (além da temática de pedofilia e erotização infantil), como pode ser verificado *a posteriori*:

Ajude-nos a barrar a ideologia de gênero, a erotização precoce de nossas crianças em sala de aula e o marxismo cultural. Qualquer doação é bem vinda [sic] (EDUARDO BOLSONARO, 2018).

O brasileiro desta vez tem a opção de escolher um Presidente que pegue FIRME CONTRA A BANDIDAGEM que apavora a população; Contra saidinha nas prisões; A favor do LIVRE MERCADO; Contra ideologia de gênero e doutrinação ideológica nas escolas; CONTRA O DESARMAMENTO (JAIR BOLSONARO, 2018).

Essa é uma publicação de Jair Bolsonaro no momento da corrida eleitoral das eleições presidenciais de 2018. Nesse contexto – e também como mostrou a análise quantitativa ao revelar a instrumentalização ao longo dos anos – ele insere o termo de “ideologia de gênero” ao lado de outras pautas como “doutrinação nas escolas” e “ser contra a bandidagem”. Nessa publicação, o presidencial já apresenta a sua agenda de governo (tudo o que ele vai efetuar de mudança e que “está errado na sociedade”), além disso, ele reforça o fio discursivo tecnológico ao transferir comícios políticos para a arena da *web*, uma vez que o enunciatório a que se dirige – anunciado na primeira frase – é o [povo] brasileiro, recorrendo posteriormente a interdiscursos do âmbito militar, religioso e de cunho moral. O alto número de curtidas, *retweets* e compartilhamentos se deve ao momento pré-eleitoral e da difusão de *misinformation* em diversas redes sociais, como corrobora o estudo de Dourado (2020).

Os resultados da análise evidenciam que diversos atores que se intitulam de direita, e sobretudo, assumem uma posição de sujeito anticorrupção e renovação, utilizaram a estratégia de comunicação para atrair o eleitorado ao fazer associação do termo “ideologia de gênero” com outras pautas da formação discursiva religiosa, militar, ou mesmo da família tradicional. Evidencia-se, nesse processo, a criação de dois discursos de modo que o termo “ideologia de gênero” foi vinculado com efeitos de sentido distintos.

Os resultados da análise explicitam que quando os discursos analisados faziam uma crítica à doutrinação marxista ou à pedofilia, automaticamente o candidato estava se posicionando também contra o perigo da “ideologia de gênero”, do mesmo modo que, nessa agenda construída, o candidato que enunciava valores religiosos, morais e ser “a favor da família” automaticamente estava se posicionando contra a “ideologia de gênero”. Nessa movência discursiva, o sujeito é previamente taxado de ser de um campo político ou outro, de ter uma sexualidade ou outra, de ser corrupto ou não-corrupto – de modo que se um candidato se diz de esquerda, infere-se um posicionamento a favor da “ideologia de gênero”; do mesmo modo, um candidato que se diz de direita ou anticorrupção, é taxado contra “ideologia de gênero”.

6 Considerações finais

Essa pesquisa buscou problematizar o factóide denominado “ideologia de gênero”. Para tanto, buscamos tecer três fios discursivos interligados a aspectos políticos, sexuais e às transformações tecnológicas da informação e da comunicação propiciadas pela cibercultura, problematizando questões como conexão em rede, *misinformations* e bolhas digitais. Buscamos

também refletir sobre o conservadorismo no Brasil e a renovação desses discursos a partir de movimentos políticos impulsionados a partir de 2014; para, por último, vislumbrar deslizamentos de sentido relacionadas ao termo “ideologia de gênero”.

A partir de uma abordagem quantitativa, verificamos a evolução e recorrência de uso do termo, isto é, como surgiu, como foi inserido no Brasil, bem como foi a instrumentalização do conceito ao longo do tempo pelos dez atores políticos selecionados. Essa análise revelou que, embora algumas publicações tivessem baixa audiência no início, apesar da alta frequência em que os atores tuitavam, a partir de 2017, houve uma ampliação significativa no número de atores nesses embates, porém com publicações mais cirúrgicas e com maior amplificação pelo Twitter. A análise qualitativa evidenciou que a recorrência de uso do termo constituiu-se em estratégia discursiva para alavancar votos na construção de um discurso político polêmico, conservador e alarmista.

A partir de conceitos de análise pecheutiana do discurso, verificou-se que a utilização do termo “ideologia de gênero” possui valoração axiológica dependendo dos enunciadores e está relacionada a interdiscursos e pautas políticas, entre elas, anticorrupção, valor da família, perigo da “doutrinação marxista”, pedofilia, entre outros, incluindo uma interrelação entre três eixos principais: *político*, *tecnológico* e *o sexual*. Esses atores da Nova Direita não apenas se posicionaram no espectro político conservador como se utilizaram de estratégias de comunicação política ao instrumentalizar ao longo dos anos o termo “ideologia de gênero” como *affordance* com o eleitorado, mobilizando a arena política brasileira a partir de dois discursos em embate, cujos enunciadores, foram alocados em determinado espectro político – os que enfrentam e os que defendem a “ideologia de gênero” – associados cada qual com um partido, ser do bem ou do mal, ser honesto ou ser corrupto.

Independente do campo político, essa pesquisa pode ajudar a qualificar o debate público, isto é, ao tensionar discursos da esfera política a fim de priorizar o debate sobre o que é factual, desconstruindo sombras, sobretudo sobre “gênero”, pois, “[...] fatos são a substância das opiniões, e opiniões, inspiradas por diferentes interesses e paixões, podem diferir amplamente e ainda gozarem de legitimidade, desde que respeitem a verdade factual” (ARENDETT, 1977, p. 238).

No pleito de 2022, a Nova Direita, que surgiu sobretudo como um campo político que buscava se diferenciar do próprio campo político de direita ao se afirmar como “nova”, “renovada” e “não corrupta” foi alçada ao ostracismo, sem que os atores políticos façam menção ou se propagandeiem como Nova Direita. No entanto, a estratégia de mobilizar o eleitorado a partir da “ideologia de gênero” ainda pode ser observada em campanhas,

postagens nas redes sociais e mídias, jornais e canais que se intitulam conservadores. Tal fato evidencia a necessidade de, constantemente, desestabilizar a utilização desse factóide e qualificar um debate público que abrace projetos de cidadanias que custam a se concretizar na sociedade brasileira, como para lésbicas, gays, pessoas transgêneros e outros *queerness*.

Referências

- ALVES-MAZZOTTI, Alda Judith. O método nas ciências sociais. *In*: ALVES-MAZZOTTI, Alda Judith; GEWANDSZNAJDER, Fernando. **O método nas ciências naturais e sociais: pesquisa quantitativa e qualitativa**. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1999. p. 108-188.
- ARENDDT, Hannah. Truth and politics. *In*: ARENDT, Hannah. **Between past and future: eight exercises in political thought**. Nova York: Penguin, 1977. p. 227-264.
- ARENDDT, Hannah. Religião e política. *In*: ARENDT, Hannah. **A dignidade da política: ensaios e conferências**. 3. ed. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2002. p. 91-115.
- AVRITZER, Leonardo. Política e Antipolítica nos dois anos de governo Bolsonaro. *In*: AVRITZER, Leonardo; KERCHE, Fábio; MARONA, Marjorie (org.). **Governo Bolsonaro: retrocesso democrático e degradação política**. Belo Horizonte: Autêntica, 2021. p. 13-20.
- BAKIR, Viam; MCSTAY, Andrew. Fake News and the economy of emotions: problems, causes, solutions. **Digital Journalism**, Abingdon, v. 6, n. 2, p. 154-175, 2018.
- BELK, Russel. Extended self in a digital world. **Journal of Consumer Research**, Chicago, v. 40, n. 3, p. 477-500, 2013.
- BIROLI, Flavia; VAGGIONE, Juan Marco; MACHADO, Maria das Dores Campos Machado. **Gênero, neoconservadorismo e democracia: disputas e retrocessos na América Latina**. São Paulo: Boitempo, 2020.
- BOITO JR, Armando. Por que caracterizar o bolsonarismo como neofascismo. **Crítica Marxista**, Campinas, n. 50, p. 111-119, 2020.
- BOZON, Michel. **Sociologia da Sexualidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2004.
- BURKE, Edmund. Reflexões sobre a revolução na França. *In*: WEFFORT, Francisco C. (org). **Os clássicos da política Vol. 2**. São Paulo: Editora Ática, 1989. p. 31-45.
- CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- CÊPEDA, Vera Alves. A Nova Direita no Brasil: contexto e matrizes conceituais. **Mediações**, Londrina, v. 23, p. 75-122, mai./ago. 2018.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2013.
- CIOCCARI, Deysi; PERSICHETTI, Simonetta. Armas, Ódio, Medo e Espetáculo em Jair Bolsonaro. **Revista Alteior**, São Paulo, v. 2, n. 18, p. 201-214, jul./dez. 2018.

CODATO, Adriano; BOLOGNESI, Bruno; ROEDER, Carolina Matos. A nova direita brasileira: uma análise da dinâmica partidária e eleitoral do campo conservador. *In: CRUZ, Sebastião Velasco; KAYSEL, André; CODAS, Gustavo (org.). Direita, volver!: o retorno da direita e o ciclo político brasileiro.* São Paulo: Perseu Abramo, 2015. p. 115-144.

COHEN, Stanley. **Folk devils and moral panics.** London and New York: Routledge, 2002.

DOURADO, Tatiana Maria Silva Galvão. **Fake News na eleição presidencial de 2018 no Brasil.** Tese (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, 2020.

DUDA DA SILVA, Ederson. As bases da nova direita: estudo de caso do Movimento Brasil Livre na cidade de São Paulo. **Conversas & Controvérsias**, Porto Alegre, v. 5, n. 1, p. 75-95, 28 set. 2018.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina Damboriarena. Comunicação e Gênero no Brasil: discutindo a relação. **Revista Eco-Pós**, Rio de Janeiro, v. 23, n. 3, p. 103-138, 2020.

FAGUNDES, Pedro Ernesto. Os primeiros anos da Ação Integralista Brasileira (AIB): da Sociedade de Estudos Políticos (SEP) ao I Congresso Nacional da AIB. *In: VICTOR, Rogério Lustosa (org.). À direita da Direita: estudos sobre o extremismo político no Brasil.* Goiânia: Editora da PUC Goiás, 2011. p. 47-63.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder.** Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.

GOHN, Maria da Glória. **Manifestações e protestos no Brasil:** correntes e contracorrentes na atualidade. São Paulo: Cortez, 2017.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública:** investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HALBERSTAM, Jack. **Female Masculinity.** Durham: Duke University Press, 1998.

HALBERSTAM, Jack. Queer Gaming: gaming, hacking, and going turbo. *In: RUBERG, Bonnie; SHAW, Adrienne. Queer Game Studies.* Minneapolis: University Minnesota Press. 2017. p. 187-199.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** São Paulo: DP&A, 2006.

IDEIA BIG DATA/AVAAZ. **Eleições e Fake News.** São Paulo, out. 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostras a Domicílios Contínuos.** Rio de Janeiro, 2017.

LACERDA, Marina Basso. **O novo conservadorismo brasileiro.** Zuok: Porto Alegre, 2019.

MERCADANTE, Paulo. **A consciência conservadora no Brasil.** Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 1972.

MESSEMBERG, Débora. A direita saiu do armário: a cosmovisão dos formadores de opinião dos manifestantes de direita brasileiros. **Revista Sociedade e Estado**, Brasília, v. 32, n. 3, p. 621-647, set./dez. 2017.

MISKOLCI, Richard; CAMPANA, Maximiliano. "Ideologia de gênero": notas para a genealogia de um pânico moral contemporâneo. **Revista Sociedade e Estado**, Brasília, v. 32, n. 3, p. 725-747, set./dez. 2017.

PARISER, Eli. **The filter bubble**: How the new personalized web is changing what we read and how we think. London: Penguin Books, 2012.

PÊCHEUX, Michel. Análise automática do discurso. In: GADET, Françoise; HAK, Tony (org.). **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução a Michel Pêcheux. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1997. p. 61-162.

PÊCHEUX, Michel. **O discurso**: estrutura ou acontecimento. 4. ed. Pontes Editores: Campinas, 2006.

PÊCHEUX, Michel. Papel da memória. In: ACHARD, Pierre (org.) **Papel da memória**. Campinas: Pontes, 1999. p. 49-57.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. 2. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 1995.

PÊCHEUX, Michel; FUCHS, Catherine. A propósito da Análise Automática do Discurso: atualizações e perspectivas. In: GADET, Françoise; HAK, Tony (org.). **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução a Michel Pêcheux. Campinas, SP: Editora da Unicamp. 1997. [1975]. p. 163-252.

PLATÃO. **A alegoria da caverna**. Brasília: LGE Editora, 2006.

PLENÁRIO - Sessão de votação - 18/06/2019 - 14:00. [S. l.: s. n.], 2019. 1 vídeo (5 min.). Publicado pelo canal Câmara dos deputados. Disponível em: <https://youtu.be/HZO2SRwN1HY>. Acesso em: 20 de jun. 2019.

RAGO, Margareth. Os impactos dos feminismos e dos estudos de gênero no currículo educacional. [Entrevista cedida a] Fabiane Freire França e Delton Aparecido Felipe. **e-Curriculum**, São Paulo, v. 15, n. 2, p. 550-562, 2017.

REIS, Toni; EGGERT, Edla. Ideologia de gênero: uma falácia construída sobre os Planos de Educação brasileiros. **Educação & Sociedade**, Campinas, v. 38, n. 138, p. 9-26, jan./mar. 2017.

ROCHA, Camila. **'Menos Marx, mais Mises'**: uma gênese da nova direita brasileira (2006-2018). 2019. Tese (Doutorado em Ciência Política) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

ROTHBARD, Murray N. **Esquerda & Direita**: perspectivas para a liberdade. Campinas: Vise Editorial, 2016.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. **O espetáculo das raças**: cientistas, instituições e questão racial no Brasil: 1870-1930. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

SAUSSURE, Ferdinand de. **Curso de Linguística Geral**. São Paulo: Cultrix, 2006.

SOUZA, Cláudio André de. Antipetismo e ciclo de protestos no Brasil: uma análise das manifestações ocorridas em 2015. **Em Debate**, Belo Horizonte, v. 8, n. 3, p. 35-51, mai. 2016.

TAKAHASHI, Fábio *et al.* A posição ideológica de mil influenciadores no Twitter. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 6 maio 2019. Disponível em: <https://temas.folha.uol.com.br/gps-ideologico/reta-ideologica/a-posicao-ideologica-de-mil-influenciadores-no-twitter.shtml> Acesso em: 29 maio. 2020.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; WAAL, Martijn de. **The platform society**: public values in a connective world. New York: Oxford University Press, 2018.

WARDLE, Claire. More Than Fake News -- Understanding the Disinformation Ecosystem. [S. l.: s. n.], 2018. 1 vídeo (12 min 35s). Publicado pelo canal Frank Gathering. Disponível em: <https://youtu.be/F1xXOBzzTwc>. Acesso em: 2 ago. 2020.

ZARZALEJOS, José Antônio. Comunicação, jornalismo e fact-checking. **Revista Uno**, São Paulo, n. 27, p. 11-13, 2017.

APÊNDICE A – Tweets analisados

BOLSONARO, Carlos. IDEOLOGIA DE GÊNERO... [S. l.], 1 jun. 2016. Twitter: @CarlosBolsonaro. Disponível em: <https://twitter.com/CarlosBolsonaro/status/738085057794052096>. Acesso em: 1 jan. 2021.

BOLSONARO, Eduardo. Ajude-nos... [S. l.], 27 ago. 2018. Twitter: @BolsonaroSP. Disponível em: <https://twitter.com/BolsonaroSP/status/1034018888722333697>. Acesso em 1 jan. 2021.

BOLSONARO, Flávio. Feliz Dia das Crianças... [S. l.], 12 out. 2016. Disponível em: <https://twitter.com/FlavioBolsonaro/status/786276185722458112>. Acesso em: 1 jan. 2021.

BOLSONARO, Jair. Nossos filhos... [S. l.], 15 jun. 2016. Twitter: @jairbolsonaro. Disponível em: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/743034164274995200?s=17>. Acesso em: 1 jan. 2021.

BOLSONARO, Jair. O brasileiro... [S. l.], 16 ago. 2018. Twitter: @jairbolsonaro. Disponível em: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1030195503907196929?s=17>. Acesso em 1 jan. 2021.

FELICIANO, Marco. Ideologia de gênero?... [S. l.], mar. 2014. Twitter: @marcofeliciano. <https://twitter.com/marcofeliciano/status/445241081454948353>. Acesso em: 1 jan. 2021.

FELICIANO, Marco. Nossa bandeira... [S. l.], 10 nov. 2017. Twitter: @marcofeliciano. Disponível em: <https://twitter.com/marcofeliciano>. Acesso em: 4 out. 2022.

FELICIANO, Marco. Que Introduzirá... [S. l.], abr. 2014. Twitter: @marcofeliciano. <https://twitter.com/marcofeliciano/status/453151672127455232>. Acesso em 1 jan. 2021.

FROTA, Alexandre. Porra como tá chato... [S. l.], out. 2017. Twitter: @alefrotabrasil. Disponível em: <https://twitter.com/alefrotabrasil/status/924516847839571968>. Acesso em: 1 jan. 2021.

HASSELMANN, Joice. Judith Butler.... [S. l.], 31 out. 2017. Twitter: @joicehasselmann. Disponível em: <https://twitter.com/joicehasselmann/status/925394750890479617>. Acesso em: 1 jan. 2021.

Raising shadows with “gender ideology”: discursive changes in Twitter posts by New Right political actors (2014-2019)

Abstract

The term "gender ideology" was recurrently used in political discussions in Brazil and the meaning of this expression has varied over the years. Considering these changes in meaning, this article aims to analyze the discursive strategies of political communication that mobilized the term gender ideology in Twitter posts. Therefore, a corpus with 205 posts of entitled New Right, between 2014 and 2019, on the Twitter Advanced Search platform was cut. The analysis, of a quantitative character with a qualitative interpretation, is based on the French discourse analysis, considering the effects of meaning. The results show not only the change of direction as the 2018 election approached, but also that communicative strategies sought political polarization through the consolidation of two interdiscursive fields, inserting the gender ideology in opposition to the "values" of the New Right, as the “defense of the family” and the “brake back” to communism.

Keywords

political discourse; gender ideology; New Right; political communication; Discourse Analysis;

Autoria para correspondência

Gilmar da Silva Montargil
Gilmar.montargil@gmail.com

Maria de Lourdes Rossi Remenche
Mlourdesrossi@hotmail.com

Como citar

MONTARGIL, Gilmar da Silva; REMENCHE, Maria de Lourdes Rossi. Construindo sombras com “ideologia de gênero”: deslizamentos discursivos no Twitter de atores políticos da Nova Direita (2014-2019). **Intexto**, Porto Alegre, n. 55, e-124033, 2023. <https://doi.org/10.19132/1807-8583.55.124033>

Recebido: 26/04/2022

Aceito: 30/08/2022



Copyright (c) 2023 Gilmar da Silva Montargil, Maria de Lourdes Rossi Remenche. Este trabalho está licenciado sob uma licença Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. Os Direitos Autorais dos artigos publicados neste periódico pertencem aos autores, e os direitos da primeira publicação são garantidos à revista. Por serem publicados em uma revista de acesso livre, os artigos são de uso gratuito, com atribuições próprias, em atividades educacionais e não-comerciais.