



O PROCESSO DE IDENTIFICAÇÃO DA MULHER COM O DISCURSO POLÍTICO DE JAIR BOLSONARO, NO *FACEBOOK*

As diferentes mídias se tornaram um importante instrumento de difusão de uma infinidade de discursos. Esse aspecto tornou-se mais latente durante as eleições presidenciais no Brasil, em 2018, diante dos polêmicos discursos do então candidato Jair Messias Bolsonaro. Nesse contexto, esse artigo propõe um trabalho de investigação dos discursos realizados por mulheres eleitoras de Bolsonaro, os quais circularam na plataforma *Facebook*, com o objetivo geral de analisar os processos de identificação dessas mulheres com sentidos produzidos pelo candidato acerca de temas que envolvem as minorias. Para alcançarmos tal proposta, os objetivos específicos são: i) evidenciar as distintas posições-sujeito assumidas por mulheres em relação aos sentidos produzidos pela candidatura de Bolsonaro; ii) problematizar a posição-sujeito mulheres eleitoras de Bolsonaro através da análise de suas postagens em grupos do *Facebook*. Nosso trabalho tem como base teórica os dispositivos da Análise do Discurso, a partir dos estudos de Michael Pêcheux e seus explicadores.

Palavras-chave

Mulher; Mídia; Política; Identificação; Análise do Discurso

Lilian Regina Gobbi Bachi

lilianbachi@outlook.com • <https://orcid.org/0000-0002-7155-7899>



INTRODUÇÃO

Muito tem se discutido, nos últimos anos, a respeito da importância da mídia para os diferentes campos do saber. No ano de 2018, essa discussão ganhou corpo com as eleições presidenciais, fortemente influenciadas pelos diferentes meios de comunicação, entre estes meios está a rede social *Facebook*, a qual permite aos usuários publicarem suas opiniões, de diversas maneiras, acerca dos candidatos. Sabendo que a candidatura de Jair Messias Bolsonaro gerou uma grande polêmica entre os eleitores por conta de seus discursos radicais, e que um houve uma grande resistência das mulheres em relação a sua candidatura, nos instigou investigar qual é o posicionamento das eleitoras de Bolsonaro diante das posições do candidato.

Nesse sentido, considerando que o indivíduo é constituído em sujeito pela ideologia, buscamos compreender como os sujeitos dos discursos nas páginas do *Facebook* “Mulheres unidas a favor de Bolsonaro”, “Mulheres que votam em Bolsonaro” e “Mulheres com Bolsonaro” se subjetivam e por quais ideologias eles são identificados como sujeitos de seus discursos. Desse modo, temos como temática central desse artigo o processo de identificação dos sujeitos discursivos.

Compõem o arquivo de análise, as publicações e comentários feitos por mulheres nas páginas de *Facebook* “Mulheres unidas a favor de Bolsonaro”, “Mulheres que votam em Bolsonaro” e “Mulheres com Bolsonaro”, o que chamaremos de “FD de mulheres que apoiam Bolsonaro”, a partir das quais constituiremos nosso *corpus* de análise. Todas as três representam o apoio de mulheres à candidatura de Jair Bolsonaro à presidência. Para melhor compreendermos o teor desses discursos e desenvolvermos melhor a análise, serão recortadas postagens de outras páginas do *Facebook* constituídas por mulheres contra o candidato, a saber, “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”, que chamaremos de “FD de mulheres contra Bolsonaro” e, além disso, formulamos um quadro com declarações públicas do candidato a respeito de diferentes temas, para trazermos ao conhecimento do leitor a opinião do candidato.

Assim, a pergunta que organiza esta pesquisa é **Com quais ideologias as mulheres, sujeitos dos discursos analisados, se identificam?** Para respondermos a essa questão, nosso objetivo geral é analisar os processos de identificação de mulheres eleitoras de Jair Messias Bolsonaro com os sentidos produzidos pelo candidato acerca

de temas que envolvem as minorias, como veremos no Quadro 1. Já os objetivos específicos são: i) evidenciar as distintas posições-sujeito assumidas por mulheres em relação aos sentidos produzidos pela candidatura de Bolsonaro; ii) problematizar a posição-sujeito mulheres eleitoras de Bolsonaro através da análise de suas postagens em grupos do *Facebook*.

O que nos levou a esse material foi a estranheza causada por publicações de mulheres apoiando o candidato Bolsonaro, uma vez que tal candidato tem discursos que vão de encontro àquilo que comumente é defendido pela maioria das mulheres. Diante disso, procuramos por páginas no *Facebook*, às quais são formadas apenas por mulheres, para analisar os enunciados ali publicados.

A escolha desse material se justifica pelo fato de as mulheres apoiarem um candidato que por vezes tem discursos machistas caracterizar um possível paradoxo, já que, como mulheres, tivemos um duro caminho até chegar à liberdade pela luta por igualdade entre os gêneros. Uma hipótese é de que os sujeitos discursivos presentes no material de análise sejam interpelados por ideologias que vão em desencontro ao discurso feminino.

Para fazermos o recorte do *corpus* para essa análise, pretendemos selecionar sequências discursivas que materializam discursos de diferentes formações discursivas e ideológicas, para, a partir desses recortes, analisarmos quais são as ideologias com as quais os sujeitos dos discursos analisados se identificam.

Para tanto, num primeiro momento, propomos uma reflexão sobre a noção de discursos político e midiático, tomando como ponto de apoio os estudos de Hernandes (2006), Charaudeau (2006) e Fausto Neto (2004).

Como ponto de ancoragem para a análise, tomaremos como base os dispositivos teóricos da Análise do Discurso, mais especificamente os conceitos de ideologia, sujeito, processos de tomada de posição do sujeito (identificação, contraidentificação e desidentificação), memória, interdiscurso e pré-construído, definidos por Pêcheux, considerando também os estudos de Orlandi (2002/2015), Indursky (2007/2011), Achard [et. al] (2015) e Alves (2017).

Desse modo, este artigo está assim organizado: na primeira seção propomos uma reflexão sobre a noção de discurso político e de discurso midiático; a segunda seção será destinada a uma breve explanação dos conceitos da Análise do Discurso utilizados na análise; na terceira e última seção realizaremos a análise do *corpus*.

1. DISCURSO POLÍTICO E DISCURSO MIDIÁTICO: ALGUMAS REFLEXÕES

Já há muitas décadas discurso midiático e político se fundem para tornarem-se (talvez) um só. Os mesmos “truques” usados comercialmente pelas mídias para vender produtos é também usado para “vender” um candidato. A mídia é hoje o meio mais eficaz para chegar ao eleitor, é através do rádio, da televisão, de panfletos e, mais recentemente, das redes sociais que os candidatos falam aos eleitores.

Diante dessa realidade, os saberes científicos, que já se debruçavam sobre o discurso político, têm voltado cada vez mais seu olhar para o discurso midiático e sua influência sobre a política. De acordo com Fausto Neto (2004, p. 110), o Centro de Estudos de Comunicação de Massa, criado em 1960 na França, teve como objetivo primeiro estudar os discursos sociais, especialmente os de natureza midiática, isso nos prova a relevância das pesquisas que relacionam mídia e política.

No entanto, Piovezani (2009, p. 130) afirma que atribuir um adjetivo que defina o “discurso político” é tentar impor uma interpretação quando na verdade tal sintagma pode apresentar uma complexidade considerável. O autor alerta que

há um sistema histórico regulador, dotado de variáveis conjunturais, que se estende a todas as épocas e a todas as falas, sejam elas públicas ou particulares: esse sistema possibilita e impõem alguns dizeres, repelindo e interditando outros tantos (PIOVEZANI, 2009, p. 130).

Assim, Piovezani (2009) propõe, no capítulo três de seu texto “Verbo, corpo e voz: dispositivos da fala pública e produção da verdade no discurso político”, suspender momentaneamente suas considerações sobre a fala pública para, a partir da definição feita por Le Bart (1998), caracterizar brevemente o discurso político. Nas considerações de Piovezani, o discurso político ao mesmo tempo que sustenta é também sustentado por quatro ilusões necessárias, a saber:

a) supõe uma visão transparente e ordenada da complexa realidade social; b) busca constantemente a legitimidade, repetindo por diversas vias e maneiras que o agente político cumpre uma missão atribuída pelo “povo” e destinada ao “povo”; c) advoga uma hegemonia dos atores do campo político no que se refere ao governo e à gestão da sociedade; e d) esquece ou pretende fazer esquecer a diversidade das individualidades pessoais, em nome de “interesses coletivos” (PIOVEZANI, 2009, p. 139).

Isso significa dizer que o discurso político precisa fazer as pessoas verem algo de determinada maneira, de modo que a fala lhes pareça algo transparente e sincero, que funciona como espelho da voz dos próprios eleitores. Não pode e não deve ser dito em um discurso político como as coisas realmente são, o político precisa dizer aquilo que as pessoas querem ouvir, ou seja, o discurso não pode representar uma só vontade, mas sim os interesses de um corpo social. Por isso é que funciona, como aponta Piovezani (2009), como uma ilusão que os sujeitos precisam ter para acreditarem na política.

Charaudeau (2006) aponta que há três lugares de fabricação do discurso político: o da elaboração de sistemas de pensamento; o dos atos de comunicação entre os atores da cena política; e o lugar onde se produz o comentário, muitas vezes alheio ao campo da ação política; este último, de acordo com o autor, corresponde à instância midiática (CHARAUDEAU, 2006, apud TUPYNAMBÁ, 2009, p. 2).

Quanto ao discurso midiático, Fausto Neto (2004) afirma que foi entre os anos 70 e 80 que a mídia tornou-se uma estratégia política. De acordo com o autor, inicialmente, nas eleições francesas de 74, a veiculação televisiva de debates políticos era vista como neutra, apenas mais tarde, nas eleições de 81, é que foram considerados pelos exploradores do tema o fato de que a emissão televisiva produzia “negociações bastante complexas” entre os envolvidos na campanha (p. 112).

Ao falar sobre discurso midiático, Hernandez (2006) diz que “Comunicar, em todas as suas formas, não é apenas um meio inocente de transmissão de saberes, é a ação do homem sobre outros homens” (p. 17). Para esse autor, no jornalismo, e acrescentamos aqui também outras mídias, é necessário que o espectador compartilhe dos mesmos valores do enunciador, pois só assim é possível a mudança ou o reforço de crenças.

No Brasil, essa relação entre mídia e política passa a ganhar espaço especialmente no período militar. De acordo com Fausto Neto,

curiosamente, as questões relativas à emergência destes movimentos estratégicos são contemporâneas ao ciclo autoritário, pois é sabido que a midiáticação do discurso político começa a se dar, de forma sistemática, naqueles processos em que o regime militar buscava a sua popularização/legitimação através de campanhas publicitárias elaboradas no “laboratório comunicacional” da Assessoria Especial de Relações Públicas – AERP (FAUSTO NETO, 2004, p. 112).

Esse histórico de associação da mídia à política faz com que surja uma nova forma de dizer político, a midiáticação do discurso político está diretamente ligada às condições

de sua produção e também ao funcionamento do discurso (FAUSTO NETO, 2004, p. 113). Desse modo, tanto o suporte, quanto o público alvo e os objetivos estão materializados no discurso político nas diferentes mídias. É necessário, portanto, estratégias de comunicação que “encaixem” o texto político no meio de comunicação pelo qual será veiculado.

Nesse sentido, não só importa “o que é dito”, mas especialmente “o como é dito”. Criam-se imagens, mobilizam-se expressões corporais, usma-se cores e sons, registram-se marcas de identificação, elementos próprios do discurso midiático. Charaudeau (2006) afirma que no campo da política a identidade dos sujeitos é construída a partir de uma imagem que pretende extrapolar o conteúdo do dizer político para chegar à construção de sentidos de legitimidade e capacidade de atuação na esfera política.

Fausto Neto (2004) associa a veiculação do discurso político na mídia ao *marketing* empresarial. De acordo com o autor, para funcionar, a propaganda política precisa de um profissional do *marketing* que realize um trabalho de “venda” das eleições e do candidato, assim como o *marketing* usado nas empresas, o objetivo é “conquistar o cliente” e efetivar a “venda do produto”, nesse caso, o cliente é o eleitor e o produto, o candidato.

Ainda de acordo com Fausto Neto (2004),

pode-se dizer também que a “lógica da comunicação” toma o lugar das instituições que se reciclam para os processos de redemocratização; dos sujeitos – os atores clássicos da política – desacostumados com a prática política aberta e sem amarras, instituindo uma espécie de um novo sujeito midiático; e ainda a substituição de velhos cenários da ação política – ainda que formalmente os partidos sejam “elos de condutos” – por novas práticas engendradas sob a inspiração do *set* (FAUSTO NETO, 2004, p. 115).

Assim, é possível afirmarmos que mais do que ser suporte de veiculação de discursos, a mídia funciona como um “sujeito operador” de estratégias (FAUSTO NETO, 2004, p. 120).

Nesse sentido, tomamos como base para esta pesquisa a mídia *Facebook*. O *Facebook* é uma mídia social criada em 2004, considerada hoje a maior rede social do mundo. Além de unir usuários do mundo inteiro, permitir troca de mensagens, postagem de comentários, imagens e vídeos, ligações de vídeo-chamadas, desde 2007 o *Facebook* permite também a inserção de anúncios grátis em seu *website* e mais tarde passou a

permitir a publicação de anúncios pagos, o que fomentou a indústria de propagandas políticas e aumentou exponencialmente o número de postagens relacionadas ao campo político.

Além disso, a plataforma permite criar páginas específicas que reúnem usuários em torno de um mesmo tema de interesse, como é o caso das páginas “Mulheres unidas a favor de Bolsonaro”, “Mulheres que votam em Bolsonaro”, “Mulheres com Bolsonaro” e “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”. Esse tipo de mídia tornou-se, portanto, aliada do discurso político ampliando os debates públicos acerca do tema.

2. PRINCIPAIS CONCEITOS ABORDADOS NA ANÁLISE ARTIGO

Embora não seja possível abordarmos os conceitos da Análise do Discurso de forma isolada, tentaremos aqui, por uma questão didática, apresentar de forma bastante breve um entendimento sobre cada um dos conceitos que serão tomados neste artigo de forma mais ou menos independente, a saber: ideologia, sujeito, processos de tomada de posição do sujeito (identificação, contraidentificação e desidentificação), memória, interdiscurso e pré-construído.

1. Ideologia

Pêcheux e Fuchs (1990) fazem uma relação direta entre discurso e ideologia. Nas palavras dos autores “se deve conceber o discurso como um dos aspectos materiais do que chamamos de materialidade ideológica” (Pêcheux & Fuchs, 1990, p. 166), em outras palavras, a Análise do Discurso (doravante AD) compreende o discurso como a materialidade da ideologia. Além disso, Pêcheux (1990) afirma que o indivíduo só se faz sujeito do discurso por meio da interpelação ideológica que lhe coloca em um dado lugar sócio-histórico. Indursky (2009) aponta que a ideologia é o princípio organizador da Formação Discursiva (doravante FD), conceito basilar da AD pecheutiana.

A mesma autora retoma a obra de Pêcheux (1980), “Remontémons de Foucault à Spinoza”, para discutir a noção de FD a partir da ideologia, afirmando que tanto uma como a outra são heterogêneas, de acordo com o autor, “uma ideologia é não idêntica a si mesma, só existe sob a modalidade da divisão, e não se realiza a não ser na

contradição que com ela organiza a unidade e a luta dos contrários” (PÊCHEUX, 1980, p. 195 apud INDURSKY, 2007, p.82).

Orlandi (2015) explica a ideologia como o processo de produção de um imaginário, ou seja, processo em que o sujeito produz uma entre inúmeras interpretações possíveis que é vista por ele como a única interpretação necessária, a qual “atribui sentidos fixo às palavras, em um contexto histórico dado” (ORLANDI, 2015, p. 44). Diante disso, é possível compreendermos que a ideologia produz evidências, tanto do sentido quanto do sujeito, que interpelado pela ideologia acredita ser ele a origem de seu discurso. Orlandi (2015, p. 44) aponta para o fato de que o trabalho da ideologia é “produzir evidências colocando o homem na relação imaginária com suas condições materiais de existência” e continua, “sua característica comum é a de dissimular sua existência no seu próprio funcionamento, produzindo um tecido de evidências ‘subjetivas’”.

Assim, compreendemos que os sentidos e os sujeitos são constituídos pela ideologia, de modo que ideologia e inconsciente os estruturam e determinam seu funcionamento. Desse modo, ao fornecer evidências, todo mundo sabe o que determinado enunciado quer dizer, pois a ideologia provoca a “transparência da linguagem” fazendo parecer que o sentido já está sempre lá. No entanto, os sentidos são sempre ideologicamente definidos, não pela literalidade das palavras, mas por sua discursividade. Então, a função do analista do discurso é explicitar “a maneira como linguagem e ideologia se articulam, se afetam em sua relação recíproca” (ORLANDI, 2015, p.43).

Pêcheux (1995, p. 135) afirma que “1) só há prática através de e sob uma ideologia; 2) só há ideologia pelo sujeito e para sujeitos”. No entanto, conforme aponta Indursky (2007), esses rituais, inscritos em uma dada FD, estão sujeitos a falhas. Quanto ao sujeito, este também é, de certa forma, assujeitado pelos AIEs. “A forma do Estado, seu modo de funcionamento, suas Instruções, seus procedimentos [...], seus mecanismos [...] tudo isso determina esses modos de individualização [...], é por aí que podemos compreender a relação do Estado com os sujeitos” (ORLANDI, 2002, p. 60).

Ainda se tratando de ideologia, Alves (2017) observa que a partir da materialidade ideológica (o discurso) se pode ver o todo complexo das Formações Ideológicas (doravante FI), caracterizadas como um elemento capaz de agir como uma força em confronto com outras forças ideologicamente contrárias, como um conjunto complexo de atitudes e de representações que não são individuais tampouco universais, mas que se

relacionam a posições de classes em conflito. Esse confronto, de acordo com Pêcheux (2011), se dá pela disputa dos sentidos, nas palavras do autor “no terreno da linguagem, a luta de classes ideológicas é uma luta pelos sentidos das palavras, expressões e enunciados, uma luta vital por cada uma das classes sociais opostas que têm se confrontado ao longo da história” (PÊCHEUX, 2011, p. 273).

2. Sujeito

Do mesmo modo que os sentidos, o sujeito também é determinado, institucionalizado, regido ou administrado em meio às relações de poder na sociedade. Interpelado, pois, pela ideologia em sujeito do discurso, está diretamente relacionado a outras categorias do discurso – pois é ele porta-voz do discurso de tudo que a ele se liga.

Ao ser interpelado em sujeito, o indivíduo empírico assume uma posição-sujeito que lhe determina, a posição de mãe, de professora, de presidente, de médico etc. O que é evidente é que essa posição-sujeito não é estanque. Assim, para a AD a constituição do sujeito é marcada pela incompletude, o sujeito pode ser sempre outro. Alves (2017) aponta para o fato de que o sujeito assume diferentes pontos de inscrição individual e social permeados pela formação discursiva-ideológica dominante.

Não se pode falar em sujeito sem falar também em FD. É através da relação do sujeito com a FD que se chega ao funcionamento do sujeito no discurso. As FDs determinam o que pode ou não ser dito em uma conjuntura dada por uma posição dada. A FD é o ponto em que as palavras se combinam. Deve-se considerar que as palavras mudam de sentido ao passar de uma FD a outra. Além disso, a FD está diretamente relacionada ao Interdiscurso, já que é ele que permite ao sujeito apropriar-se de objetos/enunciados para constituir seu dizer dando coerência ao seu discurso dentro de uma FD. Uma FD é atravessada por várias FDs e toda FD é definida a partir de seu interdiscurso.

Os saberes de uma FD são regulados pela forma-sujeito que é conceituada como o sujeito do saber de uma determinada FD, isto é, o sujeito universal que tem em si todos os saberes da FD, à qual regula. É a partir dos efeitos da forma-sujeito que o sujeito discursivo se inscreve ou não em uma FD, tornando-se sujeito do discurso possível àquela FD. A forma-sujeito produz o efeito de unicidade entre os sujeitos e os sentidos de uma FD, fazendo com que os sujeitos se identifiquem com os discursos que circulam naquela FD (PÊCHEUX, 1995).

Na relação que se estabelece entre sujeito e FD, aquele pode ou não se identificar com a forma-sujeito, a esse processo Pêcheux chama “tomada de posição”.

A tomada de posição resulta de um retorno do ‘Sujeito’ no sujeito, de modo que a não-coincidência subjetiva que caracteriza a dualidade sujeito/objeto, pela qual o sujeito se separa daquilo que ele ‘toma consciência’ e a propósito do que ele toma posição, é fundamentalmente homogênea à coincidência-reconhecimento pela qual o sujeito se identifica consigo mesmo, com seus ‘semelhantes’ e com o ‘Sujeito’. O ‘desdobramento’ do sujeito – como ‘tomada de consciência’ de seus ‘objetos’ – é uma reduplicação da identificação (PÊCHEUX, 1988, p. 172 apud INDURSKY, 2007, p. 79).

Pêcheux (1995) estabelece três modalidades de tomada de posição pelo sujeito. Tomamos emprestada a definição usada por Alves (2017, p. 93):

- 1ª modalidade – Sujeito em **identificação**: nessa modalidade, o sujeito enunciador identifica-se plenamente com a forma-sujeito da FD. Trata-se da reduplicação da identificação e de uma superposição perfeita: sujeito enunciador = sujeito universal da FD. Devido a isso, não há deslize de sentido e nem resistência aos saberes da forma-sujeito, já que o sujeito ocupa uma posição plenamente identificada ao saber que rege a FD que o domina. O sujeito dado, nesses moldes, é denominado de “bom sujeito” – termo que, de acordo com Pêcheux (1995, p. 199), consiste [...] numa superposição (um recobrimento) entre o sujeito da enunciação e o sujeito universal, de modo que a ‘tomada de posição’ do sujeito realiza seu assujeitamento sob a forma do ‘livremente consentido’ [...]”
- 2ª modalidade – Sujeito em **contraidentificação**: o sujeito, por meio da tomada de posição, se contrapõe em alguma medida à forma-sujeito da FD. Esse processo cria o que Pêcheux (1995) chama de “mau sujeito”. Essa contraposição, ou melhor, essa contraidentificação, ocorre no interior de uma mesma FD, ou seja, o sujeito questiona saberes da FD a qual ele está vinculado e institui, com isso, uma resistência à forma-sujeito e, portanto, aos saberes da FD. A relação entre o sujeito e a forma-sujeito da FD é tensa devido ao fato de que a superposição não é completa, nem perfeita, pois há um recuo do sujeito com a forma-sujeito da FD. O que abre espaço para a contradição e para as diferentes posições-sujeito no interior da FD. Esse processo baliza a compreensão de que ela é heterogênea.

- 3ª modalidade – Sujeito em **desidentificação**: há uma desidentificação do sujeito-enunciador em relação à forma-sujeito de dada FD. Ocorre um deslocamento do sujeito em referência à forma-sujeito da FD que o “domina”. Nesse processo, ele não se identifica (de forma alguma) com os saberes da FD (a qual ele estava ligado), deslocando, em virtude disso, a sua identificação para outra FD e, por conseguinte, para outra forma-sujeito. Esse deslocamento é marcado pela ruptura do sujeito com os saberes da FD, ao ponto que esse, sem saber, migra para outra FD. Assim, não se trata do “bom sujeito”, nem do “mau sujeito” e sim de um processo em que o sujeito se inscreve a outra FD.

Diante disso, Indursky (2007, p. 83) considera que, assim como as FDs, a forma-sujeito também é heterogênea e “se fragmenta em um conjunto de diferentes posições do sujeito”, o que permite que, além da identificação, haja também a contraidentificação e a desidentificação. Isso se dá, pois, como afirma Pêcheux (1988), não há ritual sem falhas. Indursky (2007) aponta que

a falha no ritual remete para uma falha na interpelação do sujeito, ou seja: é porque o ritual é sujeito a falhas que o sujeito pode se contra-identificar com os saberes de sua formação discursiva e passar a questioná-los, fragmentando a Forma-sujeito e produzindo diferentes posições-sujeito. Da mesma forma, é porque o ritual está sujeito a falhas que o sujeito do discurso pode desidentificar-se com a FD em que estava inscrito para identificar-se com outra FD (INDURSKY, 2007, p. 85).

Tendo como base essa questão heterogênea da FD, delimitaremos nessa pesquisa duas grandes FDs, as quais chamaremos de FD de mulheres que apoiam Bolsonaro e uma segunda de FD de mulheres que não apoiam Bolsonaro e analisaremos quais outras estão inscritas “dentro” dessas duas FDs.

3. Memória, interdiscurso e pré-construído

Relacionados aos demais conceitos aqui arrolados, as noções de interdiscurso e pré-construído são definidas por Indursky (2011) como “diferentes funcionamentos discursivos através dos quais a memória se materializa no discurso” (s.p). Antes de tudo, é preciso lembrarmos que o discurso não tem início e fim em si mesmo, mas que é atravessado por outros discursos, por já ditos antes, em outros lugares,

independentemente (ORLANDI, 2015), é constituído por outras vozes, pelo “discurso outro”. Assim, todo discurso é também heterogêneo e fazem parte da heterogeneidade discursiva o pré-construído e o discurso transverso que materializam a memória ou o interdiscurso.

Dito isso, buscamos definir tais conceitos, a começar pelo interdiscurso, explicado por Pêcheux (1995, p. 171) como “aquilo que todo mundo, em uma ‘situação’ dada, pode ser e entender sob a forma das evidências do ‘contexto situacional’”. Orlandi (2015, p. 28) nos diz que o interdiscurso disponibiliza dizeres que afetam o modo como o sujeito significa o discurso, para a autora, todos os sentidos já-ditos, mesmo que há muito tempo e em lugares diferentes, produzem efeito sobre o que um enunciado diz. Desse modo, a observação do interdiscurso nos permite remeter um dizer “a toda uma filiação de dizeres, a uma memória, e a identificá-lo em sua historicidade, em sua significância, mostrando seus compromissos políticos e ideológicos” (ORLANDI, 2015, p. 30).

De acordo com Pêcheux (1995, apud INDURSKY, 2011), o interdiscurso se realiza por dois elementos: o pré-construído e o processo de sustentação. O pré-construído pode ser mobilizado por meio de “uma operação de encaixe sintático no interior do discurso do sujeito”, isto é, o pré-construído “se mostra” linguisticamente e permite ao discurso saber o que veio de outro lugar e “o que foi produzido pelo sujeito do discurso” (INDURSKY, 2011, sp).

Em Indursky (2011) lemos que o pré-construído pode, ainda, se dar em forma de discurso transverso. A autora cita Pêcheux (1975 [1988, p.166]), o qual afirma que o discurso transverso “remete àquilo que classicamente é designado por metonímia” (INDURSKY, 2011, sp. apud PÊCHEUX, 1975 [1988, p. 166]). Em outras palavras, o discurso transverso é

compreendido como a relação da parte com o todo, demarcando a “co-referência” a ser retomada no fio do discurso pelo sujeito, no que ele disse; no que é dito por ele e no que será dito depois. Posto assim, o discurso transverso tem sua linearização no eixo do interdiscurso, isto é, no que é dito, enunciado no agora pelo sujeito” (ALVES, 2017, p. 77).

Assim, o discurso transverso entra no discurso do sujeito fazendo eco daquilo que já foi dito. Quanto ao processo de sustentação, Pêcheux (1995) diz que

por oposição ao funcionamento do pré-construído – que dá seu objeto ao pensamento sob a modalidade da exterioridade e da pré-existência -, a articulação de asserções, que se apoia sobre o que chamamos o “processo de sustentação” constitui uma espécie de retorno ao saber no pensamento” (PÉCHEUX, [1975] 1995 p. 101-2).

Assim, é possível dizermos que o processo de sustentação é aquilo que permite que determinado dizer produza sentido em dada FD por já ter sido dito antes, em outras palavras, é o que sustenta o sentido de um discurso pela sua repetição. Ao falarmos também em repetibilidade, chegamos à característica essencial da noção de memória do dizer, que permite que um discurso se repita.

Indursky (2011, s.p.) explica que repetir não significa apenas repetir palavra por palavra, mas que a repetição “pode levar a um deslizamento, a uma ressignificação, a uma quebra do regime de regularização dos sentidos”. Ao citar Courtine (1981, p. 53), a autora afirma que “a noção de memória discursiva diz respeito à existência histórica do enunciado no seio de práticas discursivas, reguladas pelos aparelhos ideológicos”. Diante disso, é possível notarmos que também a memória está diretamente relacionada ao conceito de ideologia e, por consequência, à noção de FD.

Nessa mesma direção, Achard (2015) afirma que o funcionamento do discurso se dá levando em consideração as práticas discursivas. E acrescenta que “o passado, mesmo que realmente memorizado, só pode trabalhar mediando as reformulações que permitem reenquadrá-lo no discurso concreto, face ao qual nos encontramos” (ACHARD, 2015, p. 14). O autor aponta ainda que a repetição de uma unidade formal em um novo contexto contribui para a construção do sentido dessa unidade, no entanto para que se tenha sentido é necessário que haja repetição, isto é, regularidade.

As novas tecnologias permitem que a memória social esteja “inteiramente e naturalmente presente nos arquivos das mídias” (DAVALLON, apud ACHARD, 2015, p. 21), pois são estocadas e restituídas facilmente. Ao tratar desse assunto, Davallon (apud ACHARD, 2015) afirma que para haver memória é preciso que o acontecimento seja registrado, abra a dimensão entre o passado e o devir. O autor diz que é necessário que “o acontecimento lembrado reencontre sua vivacidade; e sobretudo, é preciso que ele seja reconstruído a partir de dados e de noções comuns aos diferentes membros da comunidade social” (DAVALLON, apud ACHARD, 2015, p. 23). E acrescenta, “o acontecimento, como acontecimento “memorizado”, poderá entrar na história (...); mas enquanto “histórico” ele poderá se tornar, em compensação, elemento vivo de uma memória coletiva” (DAVALLON, apud ACHARD, 2015, p. 24).

Nesse sentido, concordamos com Orlandi (2015) quando a autora afirma que o modo de circulação dos discursos produz consequências sobre os sentidos e essas consequências estão diretamente relacionadas à natureza da memória, o que significa dizer que a materialidade dos discursos também se relaciona à memória e aos sentidos.

Pêcheux (apud ACHARD, 2015, p. 46) explica que “a memória discursiva seria aquilo que face a um texto que surge como acontecimento a ler, vem reestabelecer os “implícitos” (quer dizer, mais tecnicamente, os pré-construídos, elementos citados e relatados, discursos transversos, etc.) de que sua leitura necessita” e conclui,

uma memória não poderia ser concebida como uma esfera plena, cujas bordas seriam transcendentais históricos e cujo conteúdo seria um sentido homogêneo, acumulado ao modo de um reservatório: é necessariamente um espaço móvel de divisões, de disjunções, de deslocamentos e de retomadas, de conflitos, de regularização... Um espaço de desdobramentos, réplicas, polêmicas e contra-discursos” (PÊCHEUX, apud ACHARD, 2015, p. 50).

Diante de tudo isso, é possível afirmarmos que o sujeito tanto no processo de identificação com os saberes de uma FD quanto no processo de contraidentificação traz consigo uma memória que lhe permite a produção de sentidos em relação a um determinado discurso, porque é interpelado por outros saberes oriundos de outras FDs, já que todo sujeito ocupa posição apenas em uma FD, mas sua posição é atravessada por diferentes possibilidades de significação, quando afetada por outras FDs.

3. ANÁLISE

Para darmos início à análise, é preciso antes situarmos o leitor a respeito do contexto histórico que permite que haja uma discussão a respeito do apoio das mulheres à candidatura de Jair Bolsonaro à presidência da República.

Sabemos que a constituição dos sentidos no que diz respeito à mulher desde sempre sofre a influência das condições do contexto histórico em que vive a sociedade. O “ser mulher” é sempre um “vir a ser” contínuo de sentidos, que não cessa em se refazer pelo viés da memória e da historicidade. Desse modo, a luta das mulheres por um lugar de igualdade em relação aos homens é de longa data e marcada por inúmeras manifestações e reivindicações. Ainda hoje, mesmo com muitos direitos adquiridos, a

mulher é constantemente “reconstituída” enquanto sujeito histórico e precisa estar em constante reafirmação de sua capacidade.

É diante da historicidade da constituição do que é ser mulher na sociedade e de sua contradição em relação a declarações de Jair Bolsonaro que situamos esta pesquisa. Atualmente, passamos por um momento de transição política em que, pela primeira vez, o candidato em questão, deputado há 27 anos e Capitão reformado, disputa a eleição à presidência, gerando, por conta de seu posicionamento político-ideológico, fortes manifestações tanto de apoio quanto de repúdio. Entre essas manifestações, destaca-se a criação de páginas nas redes sociais, como o *Facebook*, que reúnem mulheres que apoiam ou não o candidato.

Essas manifestações se dão, principalmente, pela trajetória de Bolsonaro enquanto deputado e, mais recentemente, por suas declarações polêmicas acerca de temas sociais, como veremos no Quadro 1 – que reúne diferentes falas do candidato.

QUADRO 1 – Frases de Jair Bolsonaro.

Assunto	Frases
Sobre Mulheres	<p>“Eu tenho pena do empresário no Brasil, porque é uma desgraça você ser patrão no nosso país, com tantos direitos trabalhistas. Entre um homem e uma mulher jovem, o que o empresário pensa? “Poxa, essa mulher tá com aliança no dedo, daqui a pouco engravida, seis meses de licença-maternidade...” Bonito pra c..., pra c...! Quem que vai pagar a conta? O empregador. No final, ele abate no INSS, mas quebrou o ritmo de trabalho. Quando ela voltar, vai ter mais um mês de férias, ou seja, ela trabalhou cinco meses em um ano” (Entrevista ao Zero Hora, em dezembro de 2014).</p> <p>"Eu tenho cinco filhos. Foram 4 homens, a quinta eu dei uma fraquejada e veio uma mulher". (2018)</p> <p>"Pela memória do coronel Carlos Alberto Brilhante Ustra, o pavor de Dilma Rousseff" (Durante votação do impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff, em 2016).</p>

Sobre negros	"Eu fui num quilombola em Eldorado Paulista. Olha, o afrodescendente mais leve lá pesava sete arrobas. Não fazem nada! Eu acho que nem para procriador ele serve mais. Mais de R\$ 1 bilhão por ano é gastado com eles" (Em palestra no Clube Hebraica, abril de 2017).
Sobre estupro	"Fica aí, Maria do Rosário, fica. Há poucos dias, tu me chamou de estuprador, no Salão Verde, e eu falei que não ia estuprar você porque você não merece. Fica aqui pra ouvir. (Em discurso na Câmara, em 2003). Ao explicar a frase: "Ela não merece (ser estuprada) porque ela é muito ruim, porque ela é muito feia, não faz meu gênero, jamais a estupraria. Eu não sou estuprador, mas, se fosse, não iria estuprar porque não merece".
Sobre homossexualidade	"O filho começa a ficar assim meio gayzinho, leva um coro ele muda o comportamento dele. Tá certo? Já ouvi de alguns aqui, olha, ainda bem que levei umas palmadas, meu pai me ensinou a ser homem" (Em programa da TV Câmara em novembro de 2010). "Seria incapaz de amar um filho homossexual. Não vou dar uma de hipócrita aqui. Prefiro que um filho meu morra num acidente do que apareça com um bigodudo por aí" (Entrevista à revista Playboy em 2011). "Nós, o povo, a sociedade brasileira, não gostamos de homossexual" (Em 2011).
Sobre violência	"Pau-de-arara funciona. Eu sou favorável à tortura, tu sabe disso" (A um programa de TV, em 1999). E "O erro da ditadura foi torturar e não matar" (Em entrevista no rádio, em junho de 2016). "Vamos fuzilar a petralhada aqui do Acre". (Durante discurso em Rio Branco, em 2018).

Fonte: Autora (2018)

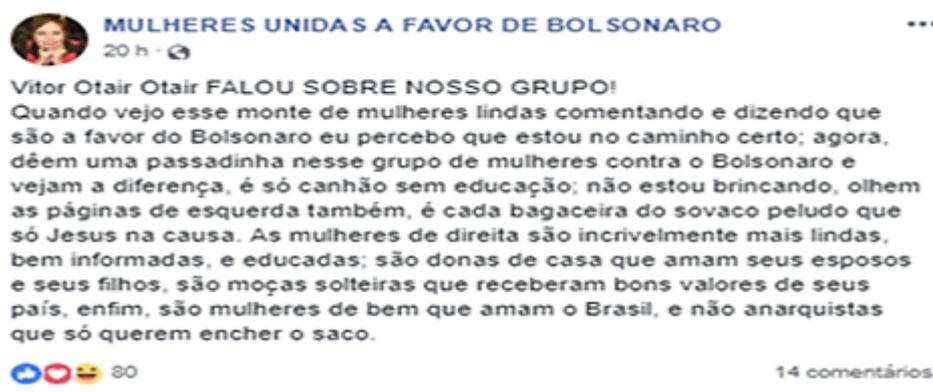
O que nos gera curiosidade e dá subsídios para esta pesquisa é o fato de o candidato, em muitas de suas declarações, assumir um posicionamento que não condiz com a luta por igualdades travada pelas minorias (o que inclui mulheres) ao longo dos séculos. É diante desse contexto que propomos debruçar nossa análise.

Como vimos anteriormente, ao ser interpelado em sujeito, o indivíduo empírico assume uma posição-sujeito que lhe determina e, de acordo com Alves (2007), o sujeito assume pontos de inscrição que podem ser tanto individuais quanto sociais e estes pontos de inscrição são permeados pela formação discursiva-ideológica dominante.

Nesse sentido, é preciso pensarmos em primeiro lugar em quais são as diferentes posições-sujeitos assumidas pelas mulheres sujeitos dos discursos analisados para só depois pensarmos no funcionamento discursivo e no processo de identificação desses sujeitos a favor a determinadas ideologias. Desse modo, para construirmos nosso *corpus* de análise formulamos sequências discursivas (SDs) a partir das quais buscaremos responder à questão que organiza esta análise.

Começaremos por analisar as SDs 1 a 5, conforme segue, e tentaremos a partir dessas SDs “traçar perfis” das distintas posições-sujeitos assumidas por mulheres em relação aos sentidos produzidos pela candidatura de Jair Bolsonaro.

SD 1:



MULHERES UNIDAS A FAVOR DE BOLSONARO 20 h ·

Vitor Otair Otair FALOU SOBRE NOSSO GRUPO!
Quando vejo esse monte de mulheres lindas comentando e dizendo que são a favor do Bolsonaro eu percebo que estou no caminho certo; agora, dêem uma passadinha nesse grupo de mulheres contra o Bolsonaro e vejam a diferença, é só canhão sem educação; não estou brincando, olhem as páginas de esquerda também, é cada bagaceira do sovaco peludo que só Jesus na causa. As mulheres de direita são incrivelmente mais lindas, bem informadas, e educadas; são donas de casa que amam seus esposos e seus filhos, são moças solteiras que receberam bons valores de seus pais, enfim, são mulheres de bem que amam o Brasil, e não anarquistas que só querem encher o saco.

80 14 comentários

SD 2:



MULHERES UNIDAS A FAVOR DE BOLSONARO compartilhou uma publicação.

22 h ·

Lilian Lima 23 h

Sou a favor do conservadorismo. Sou a favor da família e dos princípios morais. Sou a favor do respeito. Sou contra o kit gay nas escolas. Sou contra a ideologia de gênero. Sou contra a tudo aquilo que corrompe os bons costumes. Minha bandeira é verde e amarelo. #ForaGlobalixo #EuEstouComBolsonaro.

SD 3:



Leda Maria Souza Fernandes Mulheres lindas, antenadas e depiladas .

1

Curtir · Reponder · 22 h

SD 4:



Rosangela Cunha Ele representa a mulher de caráter , a família, o país. Estou com o Capitão e em sua ausência, com o General. Vamos a luta. Bolsonaro 2018

Curtir · Responder · 18 h



SD 5:

Ana Paula Rath O Brasil está de cabeça para baixo. Precisamos de alguém que pensa como nos e tem caráter para governar

Curtir · Responder · 1 d



Ao observarmos as SDs 1 e 2, retiradas da página do *Facebook* “Mulheres unidas a favor de Bolsonaro”, o que temos são marcas discursivas que identificam as mulheres, sujeitos desses discursos, como lindas, bem informadas, educadas, donas de casa, mulheres que amam os maridos, os filhos e o Brasil, conservadoras, com princípios morais, as quais veem a homossexualidade e o ensino de gênero como aquilo que corrompe os bons costumes, além de moças solteiras que têm bons valores.

Vemos aí, também, posições-sujeitos inseridas em FDs religiosas e moralistas, além de acreditarem em *Fake News* a respeito dos kits gays nas escolas e darem como verdadeiras essas informações (SD 1). Sujeitos que se sentem representados e que desejam ter seus ideais representados pelo candidato em questão.

A SD 3, retirada da página “Mulheres que Votam em Bolsonaro”, confirma essas marcas identificadoras, além de concordar com o fato de que esses sujeitos são também mulheres depiladas, ao contrário daquelas de esquerda que têm o “sovaco peludo”. Do mesmo modo, a SD 4, retirada da página do *Facebook* “Mulheres com Bolsonaro”, soma a essas características o caráter, que é reforçado na SD 5, a qual declara a mesma linha de raciocínio do candidato.

Todos esses ditos apontam para outros discursos não-ditos. Uma vez que buscam invalidar os discursos de mulheres que não votam em Bolsonaro, essas SDs trazem em si, como discurso outro, a ideia de que as mulheres que se colocam contra Bolsonaro são feias, peludas, canhão, ateias, que são pessoas do mal, anarquistas, da rua, imorais, liberais e feministas.

Tendo como primeiras hipóteses o fato de que essas mulheres assumem posições-sujeitos que se identificam com os sentidos produzidos pela candidatura de Jair Bolsonaro, buscaremos reconhecer o funcionamento desses discursos. Como vimos em Indursky (2011), o pré-construído e o efeito de sustentação são “diferentes funcionamentos discursivos através dos quais a memória se materializa no discurso”,

assim, considerando as sequências discursivas acima, chegamos a um mesmo funcionamento discursivo que separa “esse tipo de mulher”, que vota em Bolsonaro, “daquele tipo de mulher”, que não vota no mesmo candidato.

A partir dessas primeiras hipóteses e considerações, traremos para a guisa dessa análise o enunciado a seguir (SD 6), retirado da página “Mulheres unidas a favor de Bolsonaro”.

SD 6:



MULHERES UNIDAS A FAVOR DE BOLSONARO

Página inicial

Publicações

Avaliações

Vídeos

Fotos

Sobre

Comunidade

Informações e anúncios

Criar uma Página

Curtir · Responder · 1 d

Patricia De Sousa Estrela NOSSA você é mulher e vai votar no Bolsonaro? SIM, EU VOTO COM ORGULHO. Mas ele é desrespeitoso. ... Há! Me poupem. Falam isso porque ele chamou Maria Rosário de vagabunda? Me poupem. Essa mulher estava defendendo um estupro, ela é vagabunda sim. E se tivesse acontecido isso com a sua filha, você iria com certeza concordar com ele. (ou defenderia quem a estropou). Há, mas ele é homofóbico. Não, ele não é. Ele simplesmente acha que criança não deve aprender sobre homossexualidade aos 5 anos. Depois que crescer vai ser feliz. Há, mas ele é racista. Não, ele é contra cotas. Quer dizer que eu me mato de estudar, e uma pessoa que não teve dedicação nenhuma ganha a bolsa porque tem direito a cotas. Não, isso é errado. As pessoas tem que ter competência. Se é competente ganha. Você pode ser negro, branco, homossexual, mulher, nordestino o que for, se você for capaz, você faz o que quiser. Você chega onde quiser. Há, mas ele acha que mulher tem que ganhar menos. Há gente, acorda. Qualquer mulher guerreira chega onde quiser. Se você trabalha em um lugar que um homem faz o mesmo serviço que o seu e ele ganha mais, procure seus direitos. Isso não é presidente que resolve, e sim o ministério do trabalho. Há muito tempo existe lei pra isso. Agora botar a culpa em um candidato porque você ganha menos, fala sério. Tivemos uma mulher presidente, e ela mudou seu salário? Não! Há, mas ele é a favor do armamento? Gente, se a pessoa é ruim, com arma ou sem ela vai arrumar um jeito. Ela te atropela, te sequestra. Arma na mão de gente de bem é pra auto defesa. Pessoas honestas não saem atirando por aí. Então arrumem outra desculpa. Pois essas críticas a ele, já deram. Obrigado. Se não concorda eu respeito, só não venha aqui com risadinhas e com graça achando legal uma pessoa ser esfaqueada. Quem ri de um tipo de acontecimento desse, não serve de base.

Curtir · Responder · 23 h

Nesse *post*, a enunciativa cria aquilo que Maingueneau (1997) chama de *simulacro* da voz do outro. Por meio da construção de argumentos e contra-argumentos ela vai desconstruindo conceitos que desabonam Jair Bolsonaro. Vemos nesse discurso diferentes temas: desrespeito à mulher, homossexualidade, racismo, armamento.

Para analisá-lo, desmembramos os vários argumentos criados pela enunciativa e os associamos a outras publicações realizadas nas páginas já citadas.

O primeiro argumento diz “Nossa você é mulher e vai votar no Bolsonaro?”. O que permite esse questionamento é o fato de que todo discurso tem uma memória que é retomada aqui pelo pré-construído, ou seja, existe “uma construção anterior, exterior e independente, por oposição ao que é construído na enunciação” (INDURSKY, 1999, p.

272), essa construção diz respeito àquilo que Bolsonaro já falou publicamente a respeito da mulher, como vimos no Quadro 1, e que é retomado na sequência pela enunciadora “Falam isso porque ele chamou Maria do Rosário de vagabunda? Me poupem. Essa mulher estava defendendo um estuprador, ela é vagabunda sim”. Desse modo, a pergunta se inscreve em uma FD diferente daquela em que está sendo enunciada, isto é, não corresponde àquilo que poderia ser dito em um grupo de mulheres que votam em Bolsonaro, mas que funciona como um discurso outro, assumindo o papel de contra-argumento a ser destruído.

Em resposta a essa questão, temos “Sim, eu voto com orgulho”. Ao analisarmos esse enunciado, observamos uma tomada de posição do sujeito-enunciador que se desidentifica com a forma-sujeito na qual a pergunta se inscreve. Isso se dá, pois esse sujeito-enunciador está em um processo de identificação com a FD de mulheres que apoiam Bolsonaro, isso significa dizer que a pergunta não traz para esse sujeito a mesma memória que traria às mulheres que não votam em Bolsonaro, pois essas sim estão inscritas em uma FD contrária.

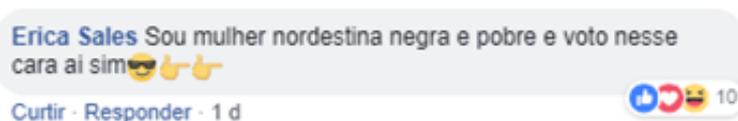
Na sequência do enunciado temos “Mas ele é homofóbico”. A afirmativa traz para o interior desse discurso um outro tema, o da homossexualidade. Uma das grandes polêmicas em torno de Jair Bolsonaro é o fato de ele ser homofóbico, uma vez que o discurso por ele proferido, conforme vimos no Quadro 1, ter, efetivamente, se inscrito em identificação com posicionamentos homofóbicos. Em muitas situações ele já foi perguntado a respeito de sua posição em relação à homossexualidade e prestou esclarecimentos sobre o tema, algumas dessas declarações encontram-se no Quadro 1. Isso justifica que suas eleitoras compartilhem do mesmo pensamento no que diz respeito ao assunto. Em resposta ao proposital argumento, a enunciadora diz “Não, ele não é. Ele simplesmente acha que criança não deve aprender sobre homossexualidade aos 5 anos. Depois que crescer vai ser feliz”.

Além dessa publicação, retomamos a SD 2 que vai de encontro ao mesmo posicionamento. Nos dois enunciados, o sujeito-enunciador assume um posicionamento contrário à Forma-sujeito da afirmativa “Mas ele é homofóbico”, diante da leitura do discurso de Bolsonaro pelo espaço discursivo. Isso se justifica, pois “os indivíduos são ‘interpelados’ em sujeitos de seu discurso, pelas formações discursivas que representam ‘na linguagem’ as formações ideológicas que lhes são correspondentes (PÊCHEUX, 1988, p. 161 apud INDURSKY, 1999, p. 79).

Prosseguindo em nossa análise, temos o argumento “Mas ele é racista”. Do mesmo modo, essa afirmativa também se justifica por pronunciamentos do candidato a respeito de negros (Quadro 1). Esse assunto, como os outros, gera polêmica quando se trata de Jair Bolsonaro que, mesmo tendo feito comentários desrespeitosos sobre a raça, afirma não ter preconceito até porque, de acordo com ele, tem um irmão negro.

Em defesa do candidato, o sujeito-enunciador desloca-se de uma FD que diz respeito à etnia para FDs de cunho econômico e meritocrático, pois diz “Quer dizer que eu me mato de estudar, e uma pessoa que não teve dedicação nenhuma ganha bolsa porque tem direito a cotas. Não, isso é errado. As pessoas tem que ter competência”. Nesse sentido, por meio do discurso “Mas ele é racista” o sujeito-enunciador produz outros sentidos, ele considera uma outra rede de formulações possíveis que se inscreve em uma FD contra as cotas, não apenas para negros, mas para brancos, homossexuais, mulheres, nordestinos, defendendo a meritocracia e ignorando a história desses grupos.

Outro comentário, publicado na página “Mulheres Unidas a Favor de Bolsonaro”, reafirma esse processo de desidentificação com a Forma-sujeito racista:



O sujeito-enunciador nesse caso pode ser visto quase como um paradoxo, já que se trata de um indivíduo empírico que representa aquilo que Bolsonaro, em algumas de suas falas, ataca. Nesse sentido, é possível dizermos que o sujeito está num processo que ao mesmo tempo que se identifica com a Forma-sujeito de defesa às minorias (negros, pobres, mulheres, homossexuais, nordestinos, etc), já que se coloca nesse lugar de fala e identifica-se também com a Forma-sujeito que vê essas minorias como aqueles que não merecem cotas porque não se esforçam, uma vez que vota em um candidato que defende a meritocracia.

Na sequência da postagem em análise, temos outra afirmativa que caracteriza um argumento contra o candidato Jair Bolsonaro: “Mas ele acha que mulher tem que ganhar menos”. Mais uma vez vemos aparecer aqui o interdiscurso, que traz para o interior da FD de mulheres que apoiam Bolsonaro um dizer que não pode ser dito, representativo de uma FD machista. Ao contra argumentar, a enunciadora defende que as mulheres devem

procurar seus direitos, pois há leis que defendem igualdade salarial entre homens e mulheres.

No entanto, ignora um pré-construído ideológico que sustenta essa posição a partir de discursos já-ditos e fatos históricos que demonstram esse lugar de luta das mulheres por direitos já conquistados há mais de um século e que não deveriam ser agora ignorados, tampouco colocado como algo que ainda precisa ser buscado e reafirmado.

Nesse sentido, nos chama a atenção outros comentários no *Facebook* que diferente desse que coloca a mulher num lugar de guerreira, empoderada, com direitos conquistados e garantidos, concordam com o discurso machista, como vemos a seguir:



Respalado em Pêcheux, Alves (2007) afirma que a contradição diz respeito à constante cisão do sentido e é elementos formador de uma FD que para existir precisa ao mesmo tempo ter elementos inerentes a ela e ser invadida por elementos vindos de outras FDs, com os quais trava relações interdiscursivas.

Assim, o que observamos nesses últimos comentários é um deslize de sentidos, uma vez que ao mesmo tempo que defendem que o candidato não é machista, os sujeitos colocam-se em uma posição de submissão que atenda àquilo que a sociedade espera. De acordo com Alves (2007, p. 34), “o sujeito discursiviza e é discursivizado afetado pelo interdiscurso, enquanto materialização das contradições ideológicas”, isso

significa dizer que nos comentários acima, o sujeito-enunciador assume uma posição de identificação não com o contra-argumento da SD 6, mas sim com os saberes da FD de mulheres a favor de Bolsonaro e com a própria FD machista, pois possivelmente são afetadas por discursos exteriores que desde sempre ditam que mulheres devem ser donas de casa, cuidadora do lar e da família.

Por fim, a enunciativa traz para o cerne de seu (auto)debate a questão do armamento com o argumento “Mas ele é a favor do armamento?”. Emerge aí um outro tema que diz respeito à segurança, à violência e, até mesmo, ao militarismo, se pensarmos, a princípio, que as armas são destinadas a policiais que têm por função manter a segurança e combater a violência. Em resposta a esse argumento a enunciativa diz: “(...) Arma na mão de gente do bem é para auto defesa. Pessoas honestas não saem por aí atirando (...)”. Na mesma direção, outros comentários inscrevem-se na mesma FD:

Ednéia Daniel Segurança, família, proposta para a educação!

Curtir · Responder · 1 d

Hellen Anjos Pq ele é honesto...

Curtir · Responder · 1 d

Padilha Marlene É o mais honrado e honesto. 1

Curtir · Responder · 1 d



O que se observa nesses discursos é que há uma ligação entre o armamento, a honestidade e o candidato, isto é, apenas um candidato honesto e que defende a segurança poderia ser a favor do armamento, os demais, que se colocam contra ele e suas propostas, são considerados vagabundos, ladrões, corruptos e picaretas.

Vemos desenhar-se aí o mesmo funcionamento discursivo de exclusão, separação entre os que votam em Bolsonaro e os que não votam, que observamos nas SDs de 1 a

5. Logo, os sujeitos que compartilham desse enunciado tornam-se sujeitos desse discurso por meio do que Pêcheux (1995) considera uma superposição entre o sujeito do enunciado e o sujeito universal.

Ao tratarmos da norma identificadora com a qual esse sujeito discursivo se identifica, retomamos Orlandi (2015, p. 44) que nos diz que uma característica comum da ideologia “é a de dissimular sua existência no seu próprio funcionamento, produzindo um tecido de evidências ‘subjetivas’”. Nesse sentido, o que podemos observar na SD 6 é a existência de uma ideologia que marginaliza o outro (contrário a Bolsonaro) sem dizer isso de forma clara, mas criando um “tecido de evidências subjetivas”, isto é, quem não vê Bolsonaro como “Mito” automaticamente o odeia e é considerado vagabundo, ladrão, corrupto e picareta.

O que se observa, portanto, na publicação que representa a SD 6 é que se enuncia uma ideia que pertence a outra FD que não se relaciona com a ideologia predominante no texto. Tais enunciados vêm acompanhados de argumentos que, do ponto de vista do enunciador, parecem ser suficientes para invalidá-los e comprovar o ponto de vista que defende. É nessa perspectiva que o enunciador procura construir sua verdade.

Ainda outra publicação, feita na página “Mulheres unidas contra Bolsonaro”, nos chamou a atenção, uma vez que Pêcheux nos diz que um sentido pode sempre derivar para outro sentido (MITTMANN, 1997, p. 272). Diante disso, o que propomos é a análise de um enunciado (SD 7 - retirada da página “Mulheres unidas contra Bolsonaro”) aparentemente identificado com a FD de mulheres que apoiam Bolsonaro, mas que se inscreve na verdade em uma FD contrária. Nossa intenção, ao trazermos também esse enunciado para a análise, é realizarmos um movimento daquilo que chamaremos aqui de “contraposição” entre os sujeitos das duas FDs (mulheres que apoiam Bolsonaro e mulheres contra Bolsonaro) para, finalmente, chegarmos à resposta da pergunta que organiza essa pesquisa.

SD 7:



Michele Dos Santos Moralez ...
Membro novo · 1 h

Nos achamos que toda mulher que segue o bolsobosta é burra nao é ???
Vou contar a historinha de uma delas pra vcs... essa nao é burra mas
exemplifica bem o que querem as outras que votam nele kkk

Era uma moça de 20 e poucos aninhos, muito linda... ja tinha uma filha
pequena de um motorista de onibus mas nao estavam mais juntos... essa
moça se tornou uma mulher fervorosa na igreja do pastor silas malafaia e
depois conseguiu um emprego de secretaria na camara dos deputados...
pouco tempo depois essa moça super jovem conheceu um deputado que ha
muito (muito tempo) ja fazia carreira na politica... e mesmo com a diferença
de 25 anos começaram a se relacionar (é o amor né gente)... ela passou a
trabalhar no gabinete dele e triplicou o salario dela. Se casaram numa
cerimonia luxuosa, porem sem musicas pq a noiva "recatada e pura" nao
gostava nem de funk e nem de samba pq era pecado e fora dos padroes da
igreja... Porem certo tempo depois algumas pessoas muito "más" pediram
que ela saisse do emprego aonde trabalhava com seu amado pois estava
errado aquilo ne gente??? Enfim ela saiu... e mais tarde a pedido do marido
parou tbm de frequentar a igreja de silas malafaia pq o pastor havia se
envolvido em escandalos financeiros... hoje ela mulher do lar quase nao é
vista e nem ouvida e vive em uma redoma de vidro cuidando do seu marido
e suas filhas... sim filhas... uma de outro pai e a outra do " tal" deputado que
ja tinha 4 filhos homens mas numa fraquejada saiu uma linda menina...
Hoje alguns dizem que ela sera nossa primeira dama... se for ja temos bem
o exemplo de moral, bons costumes e sagacidade que algumas mulheres
devem ter ...

Partiremos da consideração de Mittmann (1997) a respeito da heterogeneidade constitutiva do discurso. A autora explica que

As marcas linguísticas (como no caso da negação), pertencem à organização interna do discurso, funcionando como pista para a relação do discurso com a exterioridade, com as condições de produção. É preciso esclarecer que não falamos em exterioridade, por oposição ao interno da língua. A exterioridade, as CP, a historicidade, a FD, o interdiscurso são constitutivos da língua e estão presentes na própria língua, intervêm no próprio intradiscurso. Desta forma, a negação (marca linguística) é analisada pela AD como apontamento para o exterior-constitutivo, ou seja, o interdiscurso, que se manifesta no intradiscurso de um enunciado via o que Courtine chama discurso transverso. Através da negação do outro (a posição de uma FD antagônica), é mostrada para além da identificação do sujeito enunciativo a uma posição dentro de uma FD, também a heterogeneidade de vozes (MITTMANN, 1997, p. 273).

Tomaremos aqui como “marcas linguísticas” não a negação, mas sim as marcas de ironia que se fazem presentes ao longo de todo o enunciado como, por exemplo, “kkk”, “20 e poucos aninhos”, “(é o amor né gente)”, “recatada e pura”, “era pecado”, “pessoas muito “más ”[...] estava errado aquilo né gente???” , “vivem em uma redoma de vidro”,

“tal deputado”, “numa fraquejada saiu uma linda menininha”, “já temos o exemplo de moral, bons costumes e sagacidade que algumas mulheres devem ter”.

Como afirma Mittmann, as marcas linguísticas apontam para o exterior-constitutivo desse enunciado, isto é, por meio do interdiscurso, podemos remeter a SD 7 “a toda uma filiação de dizeres, a uma memória, e a identificá-lo em sua historicidade, em sua significância, mostrando seus compromissos políticos e ideológicos” (ORLANDI, 2015, p. 30).

Em outras palavras, a partir do interdiscurso sabemos que a mulher “adequada” é aquela que se porta bem diante da sociedade, que é temente a Deus, fiel ao marido e dedicada ao lar e à família. Por outro lado, a partir de outra memória, historicidade e significância é possível remetermos a mesma SD à ideia de que uma mulher, mãe solteira, que se envolve com um homem rico e muito mais velho, que, num cenário político, torna-se funcionária do gabinete do companheiro, com um alto salário e tem um filho dele (visto por muitos como a garantia de receber uma gorda pensão) não é a mulher “adequada” para a sociedade. Através das marcas de ironia, tem-se o discurso do outro que assume a posição de uma FD antagônica à qual enuncia, isto é, o sujeito-enunciador dessa postagem encontra-se em um processo de desidentificação com a FD mulheres que apoiam Bolsonaro.

Desse modo, o que podemos observar é que essa sequência discursiva, de forma irônica, dá voz a um sujeito, portanto a um discurso, que não se identifica com a Forma-sujeito que enuncia e que pertence a uma formação ideológica diferente das anteriores, isto é, faz parte “daquele tipo de mulher” que não vota em Bolsonaro e, portanto, que não concorda com o “tipo de mulher do lar”, “exemplo de moral, bons costumes e sagacidade”.

CONSIDERAÇÕES (MAS NÃO) FINAIS

Nosso *corpus* nos permitiu observar que há regularidades no discurso do sujeito que se encontra em um processo de identificação com a forma-sujeito que constitui a “FD mulheres que votam em Bolsonaro”. O que se observa é que o sujeito em processo de identificação traz uma memória que produz sentidos que tendem à cristalização de um estereotipo de mulher próprio da FD em que se inscreve.

Além disso, esse sujeito procura produzir um discurso que direciona os sentidos rumo à desconstrução de um estereótipo de mulher construído ao longo da história, isto é, de mulheres independentes, feministas e que tomam decisões por si só.

Por outro lado, observamos também pontos de deslize desses discursos, em que por algum momento o lugar social e o lugar discursivo do sujeito divergem.

Diante das sequências discursivas que são *corpus* desse artigo, é possível, portanto, observarmos que o sujeito dos discursos analisados, isto é, as mulheres que apoiam Bolsonaro, identificam-se com ideologias que defendem a exclusão das minorias, ou seja, mulheres, negros, homossexuais, bem como o conservadorismo e o militarismo, o que vai ao encontro do posicionamento tomado pelo candidato Jair Bolsonaro, conforme observa-se no Quadro 1.

REFERÊNCIAS

- ACHARD, P. **Papel da memória**. Tradução e introdução: José Horta Nunes. 4ª ed. Campinas, SP: Pontes Editoras. 2015.
- ALVES, R. J. **Não é adolescente é bandido**: imagens do sujeito adolescente em conflitos com a lei em discussões da mídia digital. Tese de doutorado Universidade Estadual de Maringá, Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa de Pós-graduação em Letras, 2017.
- CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.
- CIPRIANI, J. **Veja as 10 frases polêmicas de Bolsonaro que o deputado considerou 'brincadeira'**. JORNAL ESTADO DE MINAS. Belo Horizonte -MG, 14/04/2018. Seção Política. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2018/04/14/interna_politica,951685/10-frases-polemicas-de-bolsonaro-que-o-deputado-considerou-brincadeira.shtml. Acesso em: 03/01/2019.
- FAUSTO NETO, A. Mutações nos discursos jornalísticos: da “construção da realidade” à “realidade da construção”. In: **Edição em jornalismo**: ensino, teoria e prática. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2004.
- HERNANDES, N. **A mídia e seus truques**: o que jornal, revista, tv, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público. São Paulo: Contexto, 2006.
- INDURSKY, F. Da interpelação à falha no ritual: a trajetória teórica da noção de formação discursiva. In: BARONAS, L. B. **Análise do discurso**: apontamentos para uma história da noção-conceito de formação discursiva. São Carlos: Pedro & João Editores, 2007.

- INDURSKY, F. A memória na cena do discurso. In: INDURSKY, F.; MITTMANN, M. C. L. F.; (orgs). **Memória e história da/na análise do discurso**. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2011.
- INDURSKY, F. & FERREIRA, L. M. C. **Os Múltiplos territórios da Análise do Discurso**. Porto Alegre, Sagra-Luzzatto, 1999.
- MAINGUENEAU, D. **Novas tendências em análise do discurso**. Trad. Freda Indursky. Campinas, Pontes, 1997.
- MITTMANN, S. Nem lá nem aqui: o percurso de um enunciado. In: INDURSKY, F.; FERREIRA, M.C.L.; (Orgs.). **Os múltiplos territórios da Análise do Discurso**. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzato, 1997.
- ORLANDI, E. P. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. 12ª ed. Campinas, SP: Pontes Editoras, 2015.
- ORLANDI, E. P. Sentido, Interpretação e História. In: ORLANDI, E. P. **A leitura e os Leitores**. Campinas, SP: Pontes, 1998.
- ORLANDI, E. P. **Língua e conhecimento lingüístico: para uma história das idéias no Brasil**. São Paulo: Cortez, 2002.
- PÊCHEUX, M. **Semântica e Discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. Trad. Eni Pulcinelli Orlandi [et. al]. 2ª ed. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1995.
- PÊCHEUX, M. **Análise de discurso: Michel Pêcheux. Textos Seleccionados: Eni Puccinelli Orlandi**. Campinas: Pontes Editores, 2011.
- PÊCHEUX, M.; FUCHS, C. Mises au point et perspectives à propos de l'analyse automatique du discours. **Langages**, n. 37, p. 7-80, Paris, mars 1975. Trad. Bras. GADET, F.; HAK. T. (org). Por uma análise automática do discurso. Campinas, Ed. da UNICAMP, 1990.
- PIOVEZZANI, C. **Elementos para uma caracterização do Discurso Político**. In: PIOVEZZANI, C Verbo, corpo e voz: dispositivos de fala e produção da verdade no discurso político. São Paulo: Ed. UNESP, 2009.
- FACEBOOK. Mulheres do Brasil estão com Bolsonaro, 2018. Página inicial. Disponível em: <https://www.facebook.com/MulheresDoBrasilEstaoComBolsonaro/> . Acesso em: 14/09/2018.
- FACEBOOK. Mulheres que votam em Bolsonaro, 2018. Página inicial. Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/254195101967013/> . Acesso em: 14/09/2018.
- FACEBOOK. Mulheres com Bolsonaro Oficial, 2018. Página inicial. Disponível em: <https://www.facebook.com/mulherescombolsonarooficial/> . Acesso em: 14/09/2018.
- FACEBOOK. Mulheres contra o Fascismo, 2018. Página inicial. Disponível em: <https://www.facebook.com/mulherescontraofascismo/> . Acesso em: 14/09/2018.

RÉSUMÉ

Les différents médias sont devenus un outil important pour la diffusion d'une multitude de discours. Cet aspect est devenu plus fort lors des élections présidentielles au Brésil en 2018, face aux discours controversés du candidat de l'époque Jair Messias Bolsonaro. Dans ce contexte, cet article propose un travail d'investigation des discours réalisés par l'électorat féminin de Bolsonaro, qui ont circulé sur la plateforme *Facebook*, avec l'objectif général d'analyser les processus d'identification de ces femmes à travers les sens produits par le candidat sur des sujets impliquant les minorités. Pour réaliser une telle proposition, les objectifs spécifiques sont : i) mettre en évidence les formes-sujets assumés par les femmes par rapport aux sens produits par la candidature de Bolsonaro. ; ii) problématiser la forme-sujet de l'électorat féminin de Bolsonaro à travers l'analyse de leurs publications dans les groupes Facebook. Notre travail a pour base théorique les dispositifs d'Analyse du Discours, à partir des études de Michel Pêcheux et de ceux qui perpétuent ses idées.

MOTS-CLÉS

Femme, Média, Politique, Identification, Analyse du Discours

LE PROCESSUS D'IDENTIFICATION DE LA FEMME AVEC LE DISCOURS POLITIQUE DE JAIR BOLSONARO SUR FACEBOOK

Lilian Regina Gobbi Bachi

Mestre em Linguística • Universidade Estadual de Maringá

Recebido em 10/05/2020

Aceito em 14/08/2020