

DESQUALIFICAÇÃO DA MULHER NA POLÍTICA BRASILEIRA ATRAVÉS DE ESTEREÓTIPOS, CONSIDERANDO A INTERTEXTUALIDADE NAS INTERAÇÕES TECNODISCURSIVAS NO INSTAGRAM

Maria Elisângela Rodrigues¹
Mariza Angélica Paiva Brito²

RESUMO

Este trabalho investigou como a desqualificação da mulher na política brasileira é perpetuada através de estereótipos de gênero, focando nas interações tecnodiscursivas no Instagram. Os estereótipos são um conjunto de imagens cristalizadas que são ancoradas em valores e crenças pré-existentes (AMOSSY; PIERROT, 2001.) A pesquisa utilizou postagens e comentários das contas da deputada federal Maria do Rosário (PT-RS), e da vereadora Juliana Soares do Nascimento (PT-SP), entre 2022 e 2023. Analisamos a argumentatividade presentificada na estereotipia com base em Amossy (2011) e Cavalcante et al. (2019), para quem todo texto tem uma orientação argumentativa e influencia o modo de ver, sentir e pensar do outro. Os estereótipos podem, então, ser flagrados no engajamento dos usuários nestas interações virtuais. Nesta pesquisa, centrada nos pressupostos da Linguística Textual (CAVALCANTE et al., 2021), relacionamos as marcas de textualidade (CAVALCANTE e BRITO, 2019, 2018), (CAVALCANTE et al, 2020) e a desqualificação do outro (AMOSSY, 2019; DUARTE, 2021), dentro de um corpus específico do contexto digital (PAVEAU, 2021). Nosso objetivo foi investigar os estereótipos que são convocados na construção argumentativa para desqualificar a mulher na política brasileira através de marcas intertextuais, como a alusão. Para esta empreitada, foram coletados 20 textos da mídia digital Twitter dos perfis de duas mulheres políticas brasileiras, @Mariadorosario e @junacamara. Essa escolha se deveu à atividade das duas políticas nas redes sociais e ao engajamento que suas postagens geram nos usuários desta rede social no contexto brasileiro em circulação. Os resultados indicam que estereótipos como "fragilidade emocional" e "incompetência" são recorrentes, reforçando discursos de exclusão. As interações revelaram o uso de ataques ad hominem e desqualificação por comparação a figuras femininas históricas. No entanto, há sinais de resistência a esses discursos, com algumas interações promovendo a defesa das mulheres políticas. Conclui-se que, embora esses estereótipos persistam, o debate digital oferece espaço para a contestação e a construção de novas narrativas em prol da igualdade de gênero.

Palavras-chave: Estereótipos; Desqualificação; Mulher; Política.

UNILAB - CE, PALMARES, Discente, elisangela.ebenezerce@gmail.com¹
UNILAB - CE, PALMARES, Docente, marizabrito02@gmail.com²



INTRODUÇÃO

A presença da mulher na política brasileira ainda é marcada por desafios que vão além da representatividade numérica. Embora a participação feminina tenha crescido nas últimas décadas, ela continua a ser alvo de constantes desqualificações que se manifestam por meio de discursos misóginos e estereotipados. O cenário digital, particularmente nas redes sociais, tem se tornado um espaço privilegiado para a disseminação desses discursos. Entre as plataformas, o Instagram se destaca como uma arena onde figuras políticas femininas enfrentam ataques diretos e indiretos, que buscam questionar sua competência e legitimidade. Esses ataques, muitas vezes, são alimentados por estereótipos de gênero que reforçam a exclusão das mulheres do espaço político.

Amossy e Pierrot (2022) mostram que o termo estereótipo no sentido de esquema como uma fórmula foi introduzido pela primeira vez nas Ciências Sociais por meio da obra *Opinion Publique*, de autoria de Lippmann (1922). Lippmann expunha as influências das concepções nacionalistas etnocêntricas nas relações políticas entre os países durante a Primeira Guerra Mundial, afirmando que o termo estereótipo foi retirado da linguagem comum e que são imagens da mente que medeiam uma relação com o real.

Neste estudo, assumimos a definição de que o estereótipo corresponde a “imagens preconcebidas de indivíduos, de instituições e de grupos”, oriundas das várias interações sociais às quais os indivíduos estão expostos e que, de certa forma, orientam argumentativamente a forma de ver, de pensar e de agir dos sujeitos. Para Amossy e Pierrot (2022), assim como para Pinto (2022), esses estereótipos constituem espécies de representações coletivas que seriam partilhadas socialmente por um grupo em circulação em determinada comunidade.

Para a Linguística Textual, a noção de estereótipos contribui para os estudos sobre a argumentatividade e para as representações discursivas no processo de construção de sentidos. Conforme Faria, Soares e Costa (2022), os estereótipos subjazem à argumentação e podem ser evidenciados por algumas estratégias de textualização, como os processos referenciais e intertextuais – este é o pressuposto fundamental da presente pesquisa.

Estereótipos de gênero são representações socialmente construídas que atribuem características simplificadas e limitadas a grupos sociais. No caso das mulheres, esses estereótipos frequentemente envolvem julgamentos sobre sua aparência, comportamento e capacidade intelectual. Na política, tais estereótipos são amplamente utilizados para desqualificar as ações e decisões de mulheres que ocupam cargos de poder. O discurso misóginos que circula no Instagram, portanto, vai além de meras críticas políticas; ele se apoia em preconceitos estruturais que reforçam a posição subalterna das mulheres no cenário político.

Neste contexto, a intertextualidade desempenha um papel crucial, pois muitos dos discursos de desqualificação reutilizam argumentos já conhecidos, replicando narrativas históricas de exclusão. A intertextualidade, enquanto conceito, refere-se ao diálogo entre textos, onde um texto remete a outro, construindo novos significados a partir dessa interação. No caso das mulheres na política, os comentários no Instagram frequentemente evocam episódios passados, figuras políticas anteriores ou discursos midiáticos, reafirmando estereótipos que contribuem para a marginalização dessas mulheres.

Conforme Cavalcante et al (2021), a intertextualidade pode ser definida como um fenômeno textual-discursivo que diz respeito à remissão a tipos de textos, gêneros e estilos (CAVALCANTE, FARIA E CARVALHO, 2017).

Em nosso estudo, investigamos os estereótipos que são acionados no texto numa tentativa de desqualificação da mulher na política brasileira através das marcas intertextuais. Assumimos o pressuposto, juntamente com

Cavalcante (2017), Macedo (2017) e Cavalcante et al (2020), de que não apenas todo discurso manifesta um posicionamento, mas também de que todo texto é motivado por uma orientação argumentativa, ainda que implícita, buscando influenciar os modos de ver, de pensar e de sentir do(s) interlocutor(es). Desta forma, Cavalcante et al (2019) afirmam que o contexto se integra ao texto em uma ampliação não apenas sócio-histórica, mas também ecologicamente digital. Tomamos as noções de texto e contexto como um lugar em que infinitas significações se constroem e se recostroem mutuamente (CAVALCANTE, BRITO E OLIVEIRA, 2021), porque, sob o ponto de vista da Linguística Textual, não há texto sem contexto.

O objetivo principal desta pesquisa é analisar a desqualificação da mulher na política brasileira através de estereótipos, considerando as marcas de intertextualidade nas interações tecnodiscursivas no Instagram. A plataforma digital oferece um campo vasto para a análise dessas interações, onde as postagens de figuras públicas como Maria do Rosário e Juliana Câmara são alvos constantes de discursos desqualificadores. Por meio da análise das postagens e comentários, busca-se identificar os estereótipos mais recorrentes por marcas intertextuais e como eles são mobilizados nas interações tecnodiscursivas.

Além disso, esta pesquisa explorou as estratégias argumentativas que sustentam esses estereótipos e como elas são utilizadas para perpetuar a desqualificação da mulher. As estratégias envolvem não apenas ataques diretos, mas também indiretos utilizados através dos processo intertextuais, como a alusão. O estudo dessas estratégias foi fundamental para compreender como a misoginia se adapta e se perpetua no contexto digital contemporâneo.

METODOLOGIA

Para alcançar os objetivos propostos, foi adotada uma abordagem qualitativa-interpretativa, combinando métodos indutivos e análises descritivas. A pesquisa se fundamenta nos princípios da Linguística Textual brasileira e na teoria argumentativa, com ênfase na intertextualidade e na construção de estereótipos nos discursos digitais. A análise se baseia no método dialético-hermenêutico, que permite uma leitura aprofundada das interações tecnodiscursivas e das dinâmicas argumentativas que ocorrem no Instagram. Esse método envolve duas etapas: a análise dialética, que observa a interação entre as partes constituintes do objeto de estudo, e a hermenêutica, que interpreta os significados e implicações desses elementos.

O corpus de análise foi delimitado a partir de postagens das contas públicas de Maria do Rosário (@_mariadorosario) e Juliana Câmara (@junacamara) no Instagram, entre os anos de 2022 e 2023. Essas figuras políticas foram selecionadas devido à sua relevância no cenário político nacional e pela recorrência de ataques misóginos direcionados a elas nas redes sociais. Ao todo, foram selecionadas cerca de 20 postagens, juntamente com os comentários associados a elas, que serviram de base para a análise qualitativa.

A coleta de dados foi realizada diretamente das plataformas, utilizando ferramentas digitais para armazenar e organizar os textos em um banco de dados. A partir disso, foram identificadas as interações tecnodiscursivas mais relevantes, focando naquelas que apresentavam falas desqualificadoras baseadas em estereótipos de gênero. A análise dos dados foi realizada com o auxílio do software NVivo, que permitiu a codificação dos textos e a categorização das estratégias argumentativas e marcas intertextuais presentes nos discursos.

A análise das interações tecnodiscursivas envolveu o exame detalhado das marcas textuais que evidenciavam a utilização de estereótipos para desqualificar as mulheres na política. Foram identificadas expressões que remetem a características tradicionais associadas ao gênero feminino, como emocionalidade, fragilidade e submissão, e como essas características são mobilizadas para questionar a capacidade política das mulheres. Além disso, observou-se a recorrência de comparações com figuras femininas de destaque histórico, o que



reforça a ideia de continuidade dos estereótipos.

A etapa de análise comparativa permitiu observar como diferentes gêneros textuais - postagens e comentários - abordavam os estereótipos de forma variada. Enquanto nas postagens os estereótipos eram utilizados de forma mais sutil, nos comentários eles se manifestavam de maneira mais explícita e agressiva. Esse contraste é essencial para compreender como as diferentes formas de interação digital contribuem para a perpetuação da misoginia.

A análise dos processos intertextuais revelou que muitos dos comentários desqualificadores remetiam a eventos ou figuras históricas que, em sua época, também foram alvos de estereótipos de gênero. Essa intertextualidade reforça a ideia de que os estereótipos não são novos, mas ressignificados no contexto digital contemporâneo. A utilização de alusão e referência a figuras feminina demonstra como os textos desqualificadores continuam a ser replicados e adaptados às novas plataformas digitais.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados desta pesquisa indicam que os estereótipos de gênero continuam a desempenhar um papel central na desqualificação da mulher na política brasileira, especialmente no Instagram. As postagens e comentários analisados demonstraram que a aparência física e o comportamento das mulheres são frequentemente utilizados como justificativas para questionar sua competência política. Estereótipos como "histeria", "fragilidade" e "falta de racionalidade" foram amplamente mobilizados nas interações tecnodiscursivas, servindo como ferramentas para deslegitimar a atuação das mulheres na política.

Um dos estereótipos mais recorrentes identificados foi o da "mulher emocional", no qual as figuras políticas femininas são retratadas como incapazes de tomar decisões racionais devido à sua suposta instabilidade emocional. Esse estereótipo foi amplamente utilizado para desqualificar a fala de Maria do Rosário, que frequentemente enfrentou comentários que a acusavam de ser "histericamente envolvida" em questões políticas. Esse tipo de estereótipo reforça a dicotomia entre razão e emoção, onde a razão é tradicionalmente associada ao masculino e a emoção ao feminino, justificando assim a exclusão das mulheres do espaço político.

Juliana Câmara, por outro lado, foi alvo de estereótipos que questionavam sua assertividade. Comentários que a retratavam como "submissa" ou "incapaz de liderar" foram recorrentes, reforçando a ideia de que as mulheres, ao contrário dos homens, não possuem a assertividade necessária para ocupar cargos de liderança. Esse estereótipo, que associa assertividade à masculinidade, contribui para a perpetuação da exclusão das mulheres dos espaços de poder e liderança.

Outro aspecto relevante identificado foi a intertextualidade presente nos comentários, que frequentemente faziam referência a figuras políticas femininas. Comentários comparando Maria do Rosário a outras figuras políticas femininas, como Dilma Rousseff, reforçavam estereótipos negativos já associados a essas mulheres, perpetuando a desqualificação. Essa prática revela como os estereótipos são resgatados e reaplicados a novas figuras femininas no cenário político.

Além dos estereótipos, a pesquisa revelou a utilização de estratégias argumentativas como o ataque ad hominem, onde as críticas não se concentram nas ideias ou ações políticas, mas nas características pessoais das mulheres. Esses ataques diretos são frequentemente acompanhados de estereótipos, reforçando a ideia de que as mulheres são inadequadas para o espaço político. Outro recurso argumentativo identificado foi a deslegitimação por associação, onde as mulheres são associadas a movimentos ou figuras políticas impopulares como forma de minar sua credibilidade.

A análise também revelou que, embora os estereótipos sejam amplamente utilizados nas interações

tecnodiscursivas, há uma resistência crescente. Algumas postagens e comentários defendem a atuação das mulheres na política, confrontando os estereótipos e propondo novas narrativas que valorizam suas contribuições. Essas vozes, embora ainda minoritárias, indicam um movimento em direção à superação de alguns estereótipos.

CONCLUSÕES

A pesquisa realizada confirmou que os estereótipos continuam a ser amplamente utilizados para desqualificar a mulher na política brasileira, especialmente no ambiente digital. O Instagram, enquanto plataforma de interação tecnodiscursiva, revelou-se um espaço onde a misoginia se manifesta de forma explícita, com estereótipos sendo mobilizados para questionar a competência e a legitimidade das mulheres políticas. Esses estereótipos, ao serem replicados nas interações, reforçam a exclusão delas do espaço político e contribuem para a manutenção das desigualdades de gênero.

A intertextualidade, identificada nas postagens e comentários, demonstrou ser um elemento chave na perpetuação desses estereótipos. Textos que fazem alusão ou referência a figuras femininas ou a eventos políticos anteriores reforçam a continuidade dos estereótipos, adaptando-os ao contexto digital contemporâneo. Esse processo de resignificação evidencia a complexidade das interações tecnodiscursivas e como elas contribuem para a marginalização das mulheres na política.

As estratégias argumentativas identificadas, como o ataque ad hominem e a deslegitimação por associação, revelaram-se mecanismos eficazes de desqualificação, que, ao serem utilizados em conjunto com estereótipos de gênero, ampliam o impacto desses discursos. Esses ataques, embora muitas vezes mascarados como críticas políticas, evidenciam a profundidade da misoginia estrutural presente no cenário político brasileiro.

No entanto, a pesquisa também identificou sinais de resistência a essas falas desqualificadoras. Postagens e comentários que defendem a atuação das mulheres na política indicam um movimento emergente que busca confrontar e desconstruir alguns estereótipos. Essas vozes, embora ainda minoritárias, sugerem que há espaço para o desenvolvimento de novas narrativas que valorizem a presença feminina na política.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos à Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico (Funcap) pelo financiamento da pesquisa intitulada: Os estereótipos como estratégias argumentativas e executada entre 01/02/2024 e 31/08/2024, através do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (Pibic) e Tecnológica (Pibiti), da Unilab.

REFERÊNCIAS

- AMOSSY, Ruth. Estereótipos e clichês. Tradução de Mônica Cavalcante et al. São Paulo: Contexto, 2022.
- BRITO, M.A.P. SILVA, A.A. e CABRAL, A. L. T. A ciberviolência em práticas textuais no Twitter. 2021 (a sair).
- CAVALCANTE, M.M e BRITO M.A.P (Orgs.). Linguística Textual: conceitos e aplicações. 1ª ed. - Campinas, SP: Pontes, 2022.
- CAVALCANTE, M.M e BRITO M.A.P (Orgs.). Texto, Discurso e Argumentação. Traduções. 1ª ed. - Campinas, SP: Pontes, 2020.
- CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. Metodologia científica. São Paulo: Prentice Hall, 2002.



PAVEAU, Marie-Anne. Análise do discurso digital: dicionário das formas e das práticas.

Campinas: Pontes, 2022.

PINTO, R. Estereótipos, intertextualidade e argumentação em gêneros digitais: um contributo textual/discursivo para o estudo das interações sociais. (a sair)

