

## **Desordem Informacional sobre Masculinidades da Nova Direita do Brasil em um Contexto de Mídia Profunda<sup>1</sup>**

Angelo Francisco Fruet<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

### **RESUMO**

A pesquisa tem como tema midiatização e desordem informacional da nova direita do Brasil em torno das masculinidades e busca saber como discursos identitários sobre masculinidades estão sendo utilizados para produzir desordem informacional. Já o objetivo é analisar como a nova direita do Brasil se utiliza de discursos identitários masculinos para potencializar a desordem informacional. A partir da análise do discurso viu-se a centralidade da identidade masculina com ataques a homossexuais e feministas, assuntos que geraram mais engajamento, além do intento de deslegitimar opositores.

**PALAVRAS-CHAVE:** Mídia Profunda; desordem informacional; masculinidades; nova direita.

### **INTRODUÇÃO**

A midiatização permeia todos os campos sociais, indo além do da comunicação, influenciando na forma como a realidade é construída e com grande peso na tomada de decisões, desde comprar produtos básicos até em quem votar para presidente da República. Com a midiatização profunda, caracterizada pela hiperconectividade e datificação, cada indivíduo se torna um propagador em potencial e produz e dissemina conteúdo sem nenhum tipo de filtro, muitos dos quais com informações fabricadas, o que resulta em uma grande desordem informacional, que prejudica o acesso à informação confiável e serve como cortina de fumaça para que políticos com projetos notadamente prejudiciais à nação sejam eleitos e mantidos no poder.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Desinformação no Ecosistema Midiático, evento integrante da programação do 23º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 13 a 15 de junho de 2024.

<sup>2</sup> Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (POSCOM/UFSM). E-mail: [angelo.fruet@acad.ufsm.br](mailto:angelo.fruet@acad.ufsm.br). O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

Ao parecer, a desordem informacional emerge como estratégia de comunicação da nova direita recente brasileira, em especial do bolsonarismo, que é, indubitavelmente, um movimento centrado na masculinidade hegemônica e no tradicionalismo, no qual homens governam, mulheres cuidam da casa e outros homens de masculinidades subalternas são descartados nas guerras do tráfico de drogas ou em trabalhos de alto risco.

Ante o exposto, pretende-se analisar como discursos identitários sobre masculinidade estão sendo utilizados pela nova direita do Brasil para produzir desordem informacional. O empírico será o ecossistema midiático da nova direita brasileira, delimitado nos dez vídeos mais populares, isto é, com maior número de visualizações, do canal oficial de Bolsonaro no Youtube. Já a metodologia mobilizada será a análise do discurso com aportes teóricos de Charaudeau (2007).

## **MIDIATIZAÇÃO E DESORDEM INFORMACIONAL**

O conceito de midiatização diz respeito a um novo *bios* (lugar) onde a mídia formata pensamentos, sensibilidades e modos de relacionamentos (Sodré, 2006). Tal conceito pode ser usado para entender a mudança sociocultural interligada com a mudança da própria mídia e da comunicação (Hepp, 2014). Também, a midiatização trata da influência direta e indireta da mídia nas diversas estruturas da sociedade (Hjarvard, 2012). Vive-se a quarta onda de midiatização, da datificação, inclusive de comportamentos (Couldry; Yu, 2018), que têm em vista enviar conteúdos personalizados, assentados em crenças e na identidade. Muitos destes conteúdos são fabricados e misturados com informações verdadeiras para provocar desordem informacional, que pode ser de três tipos: desinformação, quando tudo é falso, mesinformação, quando se compartilha sem saber que é falso e malinformação, ou seja, informações verdadeiras divulgadas fora de contexto para causar danos (Wardle, 2020).

A desordem informacional ganha grandes proporções pela hiperconectividade - esta caracterizada pelo crescimento exponencial de dispositivos móveis conectados à internet e a grande quantidade de dados deixados pelos usuários nas mídias sociais (Couldry; Yu, 2018) e também pela a datificação, na qual os dados são coletados a partir de inteligência algorítmica e depois aproveitados para realizar previsões comportamentais, numa análise de informações que converte processos vitais em fluxos

(Couldry; Yu, 2018). Nesta conjuntura, já se vê todos os elementos do mundo social relacionados de forma profunda com as mídias e suas estruturas, no que Couldry e Hepp (2020) vão nomear de midiatização profunda e que tem grande influência e poder na construção da realidade social (Sodré, 2006).

Nessa ambiência de midiatização profunda é que emerge um ecossistema midiático que preza pela desordem informacional, a midiosfera disruptiva, conceito criado por Ada C. Machado da Silveira (sem publicação ainda). A midiosfera disruptiva do Brasil é dominada por atores da chamada nova direita e é notório que entre os assuntos mais usados para desinformar está o gênero e a questão das masculinidades.

## **NOVA DIREITA DO BRASIL E A IDENTIDADE MASCULINA**

Pode-se dizer que a nova direita recente brasileira é um movimento conservador nos costumes e liberal na economia que avançou concomitante à popularização das mídias sociais. É nova porque age em um novo cenário de meios e atuação, sobretudo no que tange ao uso das citadas mídias sociais, pela retórica agressiva (Cepêda, 2018) e pela “luta ideológica fora do escopo da argumentação racional (...) com o recurso à falsificação da história e do marco teórico, com associações perversas entre temas, eventos, ideias que de fato não ocorreram” (Cepêda, 2018, p.49). De uma forma geral, o ecossistema midiático da nova direita, (a midiosfera disruptiva) conta com uma série de blogueiros, youtubers e é replicado por grupos no Telegram, WhatsApp e Facebook. Rocha (2023) vai chamar este ambiente de midiosfera bolsonarista pois, mesmo com diversas correntes, geralmente a nova direita do Brasil associa-se ao bolsonarismo. Já a base teórica está em Olavo de Carvalho, que desde 2002 escrevia e editava o site Mídia sem Máscara. Nele dizia combater o comunismo internacional, os grupos de esquerda e os meios intelectuais e midiáticos brasileiros (Messenberg, 2017) evidenciando a obsessão pela conspiração, muitas vezes de ordem internacional, que faz surgir imposições de identidades comuns e o rápido estabelecimento do inimigo e que Eco (2018) vai identificar como uma das principais particularidades do neofascismo e que os conservadores brasileiros se estão apropriando.

Nesta nova direita é visível que a crise da identidade masculina é usada para gerar desordem informacional, como decorrência do fato de que o poder de gerir as mais

diversas esferas da sociedade historicamente esteve baseado no gênero, isto é, nas diferenças biológicas percebidas entre os sexos (Scott, 1995). Nesta divisão, sempre coube ao homem mandar e a mulher obedecer. Indo mais além, coube a alguns homens mandar e mulheres e outros homens, que Connell (1987) situa como pertencentes a masculinidades subalternas, obedecer. As masculinidades subalternas estão baseadas na raça, etnicidade, sexualidade, idade etc e socialmente construídas com elementos centrados em torno do sexismo e da homofobia (Kimell, 1998).

## ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os dez vídeos mais populares do canal oficial de Bolsonaro<sup>3</sup> no Youtube, com base nos filtros da própria plataforma, são, mantidas a grafia original de cada um: 1) Bolsonaro presidente, 2) O que aconteceria se um homossexual fosse humilhado em voo da TAM, 3) Bolsonaro escova Maria do Rosário, 4) Bolsonaro é citado por Beira-mar, 5) O Brasil precisa que a verdade seja dita, 6) Bolsonaro de frente com Gabi, 7) Bolsonaro na Band. participação completa, 8) Rede Record desmarcara mais uma canalhice da Rede Globo, 9) Décimo terceiro para o bolsa-família, lamentavelmente não vimos o destaque na maioria das mídias e 10) Presidente Bolsonaro fala na saída do Alvorada (quarta-feira) 25/03/2020.

Observa-se que Bolsonaro trata diretamente de assuntos relacionados as masculinidades no segundo e no terceiro vídeo com mais visualizações, só perdendo para o audiovisual de 2014 em que o ex-presidente lança extraoficialmente, nos meios de comunicação, sua candidatura e afirma defender a redução da maioria penal, o planejamento familiar e a revogação do Estatuto do Desarmamento, que seriam pontos relevantes na sua pauta. Obviamente, a noção de maioria penal e desarmamento está relacionada, de forma indireta, a questões masculinas, quer-se prender jovens infratores, melhor dizer, tirar de circulação garotos, geralmente pretos e de comunidades periféricas, além de dar armas a setores da elite para que matem pessoas marginalizadas. Deste modo, observa-se a presença da identidade masculina nos três vídeos mais populares, identidade que é usada como marcador para chamar a atenção.

---

<sup>3</sup> O canal oficial está disponível em: <https://www.youtube.com/@jbolsonaro>

Também se vê o ataque a mulheres que defendem o feminismo, como Maria do Rosário, no terceiro vídeo mais popular. É usada a palavra escovar, que remete a humilhar, ou mesmo dar uma surra, portanto, evidencia-se a violência simbólica no discurso. Constata-se assim o que Charaudeau (2007) chama de *pathos*, ou seja, o uso da emoção no discurso político, com objetivo de gerar engajamento despertando sentimentos na recepção, no caso, o ódio.

Nota-se também que a mídia, no caso o Youtube, e o modo como ele está configurado, tem em vista formatar pensamentos e modos de relacionamentos, observa-se sobremaneira nos comentários, onde a recepção, essencialmente homens, interagem entre eles, validando preconceitos e gerando um sentimento de pertencimento assentado no ódio às mulheres, gays e outras minorias e estes comentários são destacados pelos algoritmos baseados na datificação, em vez de eliminados, já que são crimes pela lei brasileira. Outro ponto importante entre os vídeos mais populares foi o ataque às mídias hegemônicas (nomeadamente a Globo) além da visível desordem informacional, em especial no vídeo da TAM.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise demonstrou que a nova direita recente do Brasil, aqui personificada na figura de Bolsonaro, usou de questões identitárias masculinas com desordem informacional para se conectar com seu público, neste caso nos três vídeos mais populares do canal no Youtube do ex-presidente, misturando nos discursos informações genuínas com mentiras. Viu-se desta maneira que discursos sobre masculinidades são capazes de gerar conexões reais com o público conservador.

Os discursos visavam despertar o ódio na audiência, aumentando a polarização e, claro, gerando mais visitas, likes e comentários nos vídeos, que, com a algoritmização, ficaram em destaque no Youtube, atingindo deste modo uma grande quantidade de indivíduos. Esta quantidade enorme também chega por indicação do próprio Youtube, que com a datificação dos comportamentos, é capaz de saber quem está propenso a consumir determinado conteúdo. E, neste cenário de midiatização profunda, a desordem informacional torna-se sem precedentes desmontando narrativas de veículos legítimos e influenciando sobremaneira na opinião pública e na própria construção da realidade.

## REFERÊNCIAS

CEPÊDA, V. A nova direita no Brasil: contexto e matrizes conceituais. **Mediações**, v. 23, n. 2, p. 75-122. 2018.

CHARAUDEAU, P. Pathos e discurso político, in Ida Lucia Machado, William Menezes, Emilia Mendes (org.), **As Emoções no Discurso**, Volume 1. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007.

CONNELL, R. **Gender and power: Society, the person and sexual politics**. Cambridge: Polity Press, 1987.

COULDRY, N.; HEPP, A. **A construção mediada da realidade**. Tradução: Luzia Araújo. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2020.

COULDRY, N.; YU, J. Deconstructing datafication's brave new world. **New media & society**, v. 20, n. 12, p. 4473-4491, 2018.

ECO, U. **O fascismo eterno**. Trad. Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Record, 2018.

HEPP, A. As configurações comunicativas de mundos midiaticizados: pesquisa da midiaticização na era da "mediação de tudo". **Matrizes**. São Paulo, n. 1, p. 45-64, jan./jun. 2014.

HJARVARD, S. **A midiaticização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2014.

KIMMEL, M.S. A produção simultânea de masculinidades hegemônicas e subalternas. **Horizontes Antropológicos**. Porto Alegre. 1998.

MESSENBURG, D. A direita que saiu do armário: a cosmovisão dos formadores de opinião dos manifestantes de direita brasileiros. **Sociedade e Estado**, v. 32, p. 621-648, 2017.

ROCHA, J.C.C. **Bolsonarismo: Da guerra cultural ao terrorismo doméstico: Retórica do ódio e dissonância cognitiva coletiva**. Editora Autêntica. Belo Horizonte, 2023.

SCOTT, J. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação & Realidade**, v. 20, n. 2, p. 71-99, jul/dez 1995.

SODRÉ, M. Eticidade, campo comunicacional e midiaticização. In: MORAES, Denis (org.). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

WARDLE, C. Entender a desordem informacional. 2ed. Nova Iorque: **First Draft**, 2020. Disponível em:  
[https://firstdraftnews.org/wpcontent/uploads/2020/07/Information\\_Disorder\\_Digital\\_AW\\_PTBR.pdf?x76851](https://firstdraftnews.org/wpcontent/uploads/2020/07/Information_Disorder_Digital_AW_PTBR.pdf?x76851) . Acesso em 30 de nov.2023.