

**CONVERSAÇÃO POLÍTICA *ONLINE*: UMA ANÁLISE DAS DISCUSSÕES SOBRE
“IDEOLOGIA DE GÊNERO” NA *FANPAGE* DO PRESIDENTE BRASILEIRO JAIR
BOLSONARO**

Rafaela Mazurechen Sindorski
rafaelasindorski@gmail.com
Universidade Federal do Paraná

Aléxia Silva Saraiva
alexiasrv@gmail.com
Universidade Federal do Paraná

EJE 18: Comunicação Política, Opinião Pública e Redes Sociais

Trabalho preparado para sua apresentação no X Congresso Latino-americano de Ciência Política (ALACIP), organizado conjuntamente pela Associação Latinoamericana de Ciência Política, a Associação Mexicana de Ciência Política e o Tecnológico de Monterrey, 31 de julho, 1, 2 e 3 de agosto 2019

RESUMO

Esta pesquisa apresenta uma análise de conversações sobre “ideologia de gênero”, encontradas em 57.257 comentários feitos em postagens sobre o assunto na *fanpage* de Jair Bolsonaro. O trabalho objetiva identificar as características dessas conversações políticas *online*, compreendendo quais temas articulam e quais são as estratégias comunicativas utilizadas pelos comentadores. Para tanto, submete-se, primeiramente, o *corpus* total a uma análise de conteúdo automatizada; então, analisa-se, de forma qualitativa, uma amostra representativa de 382 comentários. Os principais resultados revelam que as questões de gênero são pouco discutidas. A maior parte das conversações diz respeito à formação da imagem política do presidente.

PALAVRAS-CHAVE: Conversação política cotidiana; Facebook; ideologia de gênero; Jair Bolsonaro; Brasil.

1 INTRODUÇÃO

Em 1º de janeiro de 2019, Jair Bolsonaro (PSL) assumiu a presidência do Brasil prometendo, em meio a outros compromissos estabelecidos em seu discurso de posse, combater a “ideologia de gênero”¹. Eleito no segundo turno do pleito de 2018 com cerca de 55% dos votos válidos, o capitão reformado do Exército brasileiro reiterou o posicionamento que foi um dos alicerces de sua campanha: a crítica à possibilidade de discussão sobre gênero e sexualidade, principalmente no âmbito escolar – um discurso presente durante toda a corrida eleitoral, mas que já integrava sua atuação como deputado federal.

Com a nomeação da pastora evangélica e ex-advogada Damares Alves para a chefia do Ministério da Mulher, Família e Direitos Humanos, Bolsonaro instituiu mais uma aliança em sua cruzada contra a “ideologia de gênero”: ao longo de sua vida pública, a ministra já assegurou ser “terrivelmente cristã”², afirmou que “menino veste azul e menina veste rosa”³ e lamentou a presença das mulheres no mercado de

¹ Disponível em:

<<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/01/leia-a-integra-do-discurso-de-bolsonaro-na-cerimonia-de-posse-no-congresso.shtml>>. Acesso em: 30 jan. 2019.

² Disponível em:

<<https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/01/02/estado-e-laico-mas-esta-ministra-e-terrivelmente-crista-diz-damares-ao-assumir-direitos-humanos.ghtml>>. Acesso em: 30 jan. 2019.

³ Disponível em:

<<https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/01/03/em-video-damares-alves-diz-que-nova-era-comecou-no-brasil-meninos-vestem-azul-e-meninas-vestem-rosa.ghtml>>. Acesso em: 30 jan. 2019.

trabalho⁴. Tanto as declarações de Alves quanto a posição do presidente da República em relação ao tema serviram de estímulo para diferentes manifestações em sites de redes sociais, tornando-se matéria de conversações políticas desenvolvidas no ambiente *online*.

Proveniente da corrente habermasiana de estudos de deliberação, a conversação política cotidiana assume um papel significativo na discussão sobre assuntos públicos em diferentes arenas que não possuem a deliberação como fim e, por isso, são chamadas por Wright (2012) e por Mendonça, Sampaio e Barros (2016) de “terceiros espaços”. Ela possibilita que os cidadãos exponham seus pontos de vista, compreendam suas necessidades e problemas e desenvolvam suas capacidades argumentativas (Mansbridge, 1999; Marques & Maia, 2010).

Diante do contexto e base teórica expostos, este trabalho apresenta um estudo exploratório das conversações políticas sobre “ideologia de gênero” surgidas no site Facebook. Seu objeto empírico são os comentários presentes em postagens sobre o assunto, publicadas pela *fanpage* de Bolsonaro. Ao todo, foram encontradas 17 publicações, que vão de 2014 – quando ele era deputado federal pelo Rio de Janeiro – até 2018 – já em fase de campanha presidencial –, formando um *corpus* de 57.257 comentários.

Como objetivos específicos, o artigo pretende: (1) reconhecer os termos mais usados pelos comentadores, identificando as formas com que tais palavras se articulam; e (2) investigar as características dessas conversações políticas *online*, observando as estratégias comunicativas utilizadas nos comentários.

A parte metodológica divide-se em duas etapas: primeiramente, é feita uma análise de conteúdo automatizada do *corpus* total (Cervi, 2018; 2019). Em seguida, uma análise de conteúdo inspirada na metodologia proposta por Rizzotto (2019a, 2019b) é aplicada a uma amostra representativa de 382 comentários – com nível de

⁴ Disponível em:

<<https://oglobo.globo.com/brasil/cotada-para-ministra-diz-que-mulher-nasce-para-ser-mae-infelizmente-te-m-que-ir-para-mercado-de-trabalho-23272762>>. Acesso em: 30 jan. 2019.

confiança de 95% e margem de erro de 5% –, a fim de observar qualitativamente o material.

A partir deste ponto, o artigo é dividido em cinco partes. A primeira corresponde à exposição do conceito de conversação política cotidiana, tratando de seu significado e de suas formações em ambientes *online*. A segunda seção traça o contexto que envolve o debate sobre “ideologia de gênero” no Brasil: a definição do termo e as implicações de usá-lo em discussões políticas. Em seguida, apresenta-se as estratégias metodológicas da pesquisa e a análise dos dados coletados. Por fim, são expostas as considerações finais do estudo.

2 CONVERSAÇÕES POLÍTICAS COTIDIANAS: DEFINIÇÃO, FORMAÇÃO E MANIFESTAÇÃO EM AMBIENTES ONLINE

A conversação cotidiana sobre temas políticos tem sido objeto de estudo em um número crescente de pesquisas realizadas ao longo das duas últimas décadas (Eveland, Morey & Hutchens, 2011), surgindo, em especial, diante de um aporte teórico ligado à democracia deliberativa (Mansbridge, 1999; Bennett et al, Flickinger & Rhine, 2000; Conover & Searing, 2005; Stromer-Galley, 2007; Kim & Kim, 2008; Marques & Maia, 2010; Marques & Martino, 2016).

Considerando que a deliberação pressupõe a adoção de alguns critérios estritos para que suas potencialidades democráticas sejam atingidas de fato – como, por exemplo, a expressão de argumentos racionais e a equidade de participação entre aqueles que estão engajados no debate (Stromer-Galley, 2007)⁵ –, ela acaba por se tornar um “fenômeno raro, com princípios normativos exigentes e de difícil observação empírica” (Maia *et al*, 2016, p. 160) quando verificada em ambientes não desenhados para seu suporte, como é o caso da internet e de suas plataformas. Contudo, assumir

⁵ Há, na literatura sobre o tema, críticas dirigidas a alguns dos requisitos estabelecidos para a deliberação, como o da troca racional de argumentos, apresentado, e posteriormente revisado, por Habermas (1984, 1997). Ele levaria a um modelo deliberativo pouco inclusivo, que excluiria outras formas de construção e defesa de posicionamentos e, conseqüentemente, deixaria de fora do debate grupos compostos, essencialmente, por mulheres, pessoas negras e cidadãos de baixa renda, entre outras parcelas da população tidas como minoritárias (Fraser, 1999; Mansbridge, 1999; Chambers, 2003; Benhabib, 2007; Young, 2001).

isso não significa dizer que as discussões que ocorrem em tais domínios não têm relevância no trato de temas de interesse público; é justamente nesse ponto que importa a definição de conversação cotidiana. Esta é descrita, por autoras como Mansbridge (1999) e Marques e Maia (2010), como uma forma de interação que se desenrola em contextos comunicativos rotineiros, estabelecida em espaços informais e que pode abordar temas políticos (Graham, 2008).

Em suma, um assunto possui o potencial de tornar-se político quando merece discussão pública e ação tomada a seu respeito, quando tange questões definidas como de “interesse público” sem, por esse motivo, perder-se da vida privada (Mansbridge, 1999; Marques & Martino, 2016). Ainda que possa ter consequências particulares para os cidadãos envolvidos no debate, a questão política demanda, como pontua Hanisch (1970), uma ação coletiva. Assim, considera-se a discussão sobre a “identidade de gênero” como um tema político.

A relevância das conversações cotidianas sobre assuntos políticos deriva, principalmente, da possibilidade de seus participantes elaborarem entendimentos sobre seus problemas e realidades, trocarem argumentos entre si – alargando, assim, a gama de opiniões circulantes – e até construírem narrativas compartilhadas que, em certa medida, confrontam discursos hegemônicos (Mansbridge, 1999; Conover e Searing, 2005; Kim & Kim, 2008; Marques & Maia, 2010; Marques & Martino, 2016). Para Kim e Kim (2008), o envolvimento dos cidadãos nessas interações pode levar ao desenvolvimento de competências comunicativas e valores necessários para a deliberação em seus moldes mais estritos.

Tendo em vista, então, que é em ambientes informais que as conversações políticas cotidianas tomam forma, os sites de redes sociais, como espaços de uso corriqueiro que, de maneira geral, não foram desenhados para abrigar a deliberação em seus critérios mais rigorosos, acabam por comportar essas manifestações (Mendonça, Sampaio & Barros, 2016; Maia *et al*, 2016). De acordo com Maia *et al* (2016), as conversações informais são ampliadas e enriquecidas pelos recursos e dispositivos da internet. Nesse contexto, cidadãos comuns poderiam relatar suas histórias e

compartilhar seus pontos de vista, estabelecendo trocas movidas por fatores afetivos, mas também por motivações políticas (Marques, 2011).

Tais ambientes podem corresponder ao que Wright (2012) chama de terceiros espaços: arenas que não possuem a discussão política como um fim, mas que podem, no decorrer da conversação cotidiana, adquirir esse caráter por meio das conexões que os indivíduos fazem entre suas vidas pessoais e as questões políticas e sociais do dia a dia. Neste artigo, interessa olhar para o Facebook como um terceiro espaço em potencial, estudando, assim, como seus usuários discutem sobre o tema político “ideologia de gênero”.

3 “IDEOLOGIA DE GÊNERO”: SIGNIFICADO E CONTEXTO

O campo político brasileiro viu crescer, ao longo da década de 2010, um contexto de fortes vieses conservadores que concentram um discurso preponderantemente contra os direitos humanos – entendidos, nessa perspectiva, como uma “fórmula que concede proteção indevida a pessoas com comportamento antissocial” (Miguel, 2016, p. 592). Essa agenda política é pautada pelo fortalecimento da família tradicional, pelo fundamentalismo religioso e pela luta contra o comunismo – todos elementos centrais no discurso de Jair Bolsonaro durante sua campanha eleitoral em 2018.

A refutação da “ideologia de gênero” integra esse cenário. A expressão denota, de acordo com Miguel (2016), “uma reflexão crítica sobre questões de gênero”, segundo a qual “qualquer questionamento aos papéis convencionais atribuídos a mulheres e homens estaria vetado” (p. 591). O autor afirma que o uso contemporâneo do termo “gênero” se inicia em pesquisas acadêmicas nos Estados Unidos durante a década de 1970. Pelo termo se entende que o sexo biológico de um ser humano é algo distinto dos papéis sociais atribuídos a mulheres e homens – sendo este construído socialmente desde o nascimento. Essa visão nasce com Simone de Beauvoir (1949), ao afirmar que “não se nasce mulher: torna-se mulher” (vol. II, p. 15).

À distinção de sexo/gênero se sucedem uma série de estudos feministas que vão buscar entender como se estabelece essa relação entre ambos – tais como a teoria

queer, a qual tem como expoente a filósofa Judith Butler⁶. Essa concepção passa, então, a ser vista como uma ameaça dos pilares católico/cristãos estabelecidos em sociedades ocidentais – nas quais se inclui a brasileira; uma subversão de valores morais cristalizados que garantem o bom funcionamento das sociedades.

Segundo Carnac (2014), a partir desse embate se cria um campo de batalha. As circunstâncias formadas por um desenvolvimento de um campo de pesquisa na área, a evolução significativa de mentalidades, reformas legislativas mais frequentes com viés de gênero e a irrupção de novas temáticas no debate público criaram um contexto para que a Igreja Católica mobilizasse todas suas energias para combater questões ligadas à sexualidade, formando um movimento contrário às pesquisas ligadas à teoria de gênero. Essa escolha não é por acaso e, para o autor, tem duas explicações: preservar a influência da Igreja em um contexto de secularização e se concentrar em um espaço de discussão que ocupa o lugar simbólico mais significativo das sociedades ocidentais contemporâneas, uma vez que toda a teoria de gênero revela padrões nos quais as sociedades se baseiam.

O posicionamento estratégico do movimento contrário ao feminista – e, nesse contexto, também contrário ao movimento LGBTQ+, que também discute questões de gênero – nasce do lado cristão/católico conservador buscando despolitizar essas esferas, fazendo com que a discussão se volte para um “discurso moral de valores” (Miguel, 2016, p. 597). É sob esse contexto que a estratégia de “luta contra a ideologia de gênero” ecoa na política brasileira. Ela encontra voz através da bancada evangélica⁷, que absorveu essa agenda e encontra respaldo no atual governo federal.

⁶ Um dos exemplos que dão a entender como os estudos de gênero têm uma recepção negativa pela direita brasileira foi a recepção que Butler teve no país em novembro de 2017, quando a teórica visitou São Paulo a fim de palestrar sobre democracia. Além de um manifesto online contrário à sua visita, Butler foi recebida no local da palestra com um protesto, durante o qual foi queimado um boneco vestido de bruxa com o rosto da pesquisadora. Eles alegavam que Butler era a criadora da “ideologia de gênero”. Disponível em: [.<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2017/11/1933437-manifestantes-pro-e-contra-judith-butler-protam-no-sesc-pompeia.shtml>](https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2017/11/1933437-manifestantes-pro-e-contra-judith-butler-protam-no-sesc-pompeia.shtml). Acesso em: 20 de jun. 2019.

⁷ Um exemplo dessa movimentação está no texto da Lei nº13.104/2015, a Lei do Feminicídio. Enquanto estava em tramitação na Câmara dos Deputados, a bancada evangélica do Congresso Nacional garantiu a substituição da expressão “razões de gênero”, que constava no texto original, por “razões da condição de sexo feminino”. A troca de léxico é simbólica, tirando de campo qualquer menção a gênero. (Campos,

No âmbito legislativo, ao empregar uma agenda contra a “ideologia de gênero”, as esferas políticas governamentais andam no sentido contrário, por exemplo, à tendência de reconhecer a violência contra a mulher como um delito não isolado e fundamentado em um sistema de dominação patriarcal, existente em diversas sociedades do mundo (Pasinato, 2011; Campos, 2015), contribuindo, assim, para a invisibilização do problema. Outro exemplo da influência de tal agenda é a tramitação do Projeto de Lei 2587/2019, de autoria do deputado federal Pastor Sargento Isidório (AVANTE-BA), que objetiva autorizar psicólogos a tratarem de “problemas” relacionados à identidade de gênero e à orientação sexual⁸, indo na direção daquilo que se conhece popularmente como “cura gay”. Essa e outras questões impediriam o avanço da legislação nas garantias aos direitos humanos.

Apresentadas as definições e contextos que tocam o tema, são expostas, na próxima parte, as estratégias metodológicas aplicadas neste estudo.

4 ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS

Esta pesquisa trabalha com um universo de 57.257 comentários retirados de 17 postagens feitas na *fanpage* de Jair Bolsonaro sobre “ideologia de gênero”⁹. A publicação mais antiga data de abril de 2014; a mais recente, de agosto de 2018. O maior número de postagens relacionadas ao assunto concentra-se no ano de 2016: são sete, ao todo. Em 2015, Bolsonaro tratou do tópico em cinco *posts*. O número caiu para três em 2017.

Para explorar o teor das conversações presentes nessas publicações, o trabalho utilizou duas técnicas diferentes de análise de conteúdo: primeiro, submeteu o *corpus* total a uma análise automatizada, auxiliada pelo *software* Iramuteq (Cervi, 2018;

2015). Outro foco dessa agenda são os planos nacionais da educação; nesse âmbito, o Movimento Escola Sem Partido é quem assume o protagonismo da luta contra a “ideologia de gênero (Miguel, 2016).

⁸ Disponível em:

<<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2199671>>. Acesso em: 30 de jun. 2019.

⁹ “Ideologia de gênero” foi o termo-chave utilizado na ferramenta de busca do Facebook. Depois de encontradas as publicações relacionadas ao tema, seus comentários foram coletados com ajuda do site Socialfy. Tanto o levantamento das publicações quanto a raspagem dos comentários foram feitos no mês de janeiro de 2019.

2019), identificando, assim, os principais eixos temáticos contidos no material estudado. Depois, analisou uma amostra representativa composta por 382 comentários usando variáveis voltadas para as estratégias comunicativas dos comentadores. Tais etapas metodológicas serão explicadas a seguir.

4.1 Sobre a análise de conteúdo automatizada

Esta etapa baseia-se na proposta metodológica de Cervi (2018; 2019) para a análise de conteúdo automatizada de textos publicados em redes sociais *online*. Usando a interface para o pacote estatístico “R” chamada Iramuteq, pode-se identificar categorias temáticas em determinado *corpus* textual, formadas “com menor interferência possível de subjetividades do pesquisador” (Cervi, 2018, p. 8).

Isso é possível, em primeiro lugar, devido à classificação do conteúdo pelo método de Reinert (1990), conhecida por Classificação Hierárquica Descendente (CHD). Esta, segundo Camargo e Justo (2013), permite uma análise lexical que oferece contextos caracterizados por vocabulários específicos de grupos formados a partir do material analisado. Na explicação de Cervi (2018), o algoritmo de Reinert produz *clusters* a partir da “identificação dos termos que mais aparecem e que se aproximam entre si nos textos e, portanto, formam classes de termos com homogeneidade interna” (p. 9).

Carvalho (2019) esclarece que “a análise léxica automatizada tende a ser usada para minerar o texto de forma a considerá-lo em sua unidade mais básica, a palavra” (p. 9). Logo, é a palavra/termo sua unidade de análise. É medida sua frequência no *corpus* total, sua presença relativa nos *clusters* temáticos e suas relações com outros termos, que são fortes dentro das classes estabelecidas pela CHD.

O próximo passo para a análise, depois da classificação do conteúdo pelo método de Reinert (1990), é identificar os termos estatisticamente significativos de cada *cluster* e agrupá-los em categorias que façam sentido analítico (Cervi, 2018; 2019). Com as categorias formadas, deve-se classificar o *corpus* considerando a presença dos termos identificados. A categorização funciona porque as palavras apresentadas pela

CHD são características de cada um dos grupos, o que é alcançado por meio da aplicação do teste estatístico χ^2 de Pearson, que “mede se a presença de um termo em um *cluster* é estatisticamente diferente da presença do mesmo termo em outros *clusters*” (Cervi, 2018, p. 14).

Neste trabalho, a Classificação Hierárquica Descendente ofereceu quatro classes, que serão expostas na próxima seção. Antes de serem apresentados os resultados encontrados, são esclarecidos os processos que envolvem o segundo passo metodológico da pesquisa: a análise de conteúdo da amostra representativa para a identificação de estratégias comunicativas dos comentadores.

4.2 Sobre a análise de conteúdo da amostra

De forma a observar qualitativamente as conversações sobre “ideologia de gênero” nas publicações de Jair Bolsonaro, foi realizada uma análise de 382 comentários aleatórios, número equivalente a uma amostra representativa de 95% de confiança e 5% de margem de erro, tendo como base o universo total de comentários coletados.

A análise de conteúdo foi dividida em sete variáveis que permitiram identificar as estratégias comunicativas presentes nas conversações. Foi observado se os comentários são fiéis ao tema da publicação; quais recursos utilizam em sua argumentação; e qual é o posicionamento do comentador. As variáveis têm como base a metodologia proposta por Rizzotto (2019a, 2019b), que vê a deliberação sob uma perspectiva ampliada que entende as emoções como uma forma de argumentação e como alternativa aos recursos racionais (Young, 2001).

As variáveis foram codificadas como disposto no quadro 1:

Quadro 1 - Variáveis de codificação

Variável	Explicação	Categorias
V1	Tema	<i>Off topic</i> Dentro do tema
V2	Razão	Variável binária

V3	Ameaça	Variável binária
V4	Sarcasmo	Variável binária
V5	Analogia	Variável binária
V6	Narração	Variável binária
V7	Posicionamento	Indefinido Neutro Contra a “ideologia de gênero” “A favor” da “ideologia de gênero”

Fonte: Autoras (2019)

A variável 1 (V1) procurou buscar se os comentários estão dentro ou fora do tema “ideologia de gênero”, uma vez que são um sinal do engajamento (Stromer-Galley, 2007) dos integrantes na conversação. Os comentários foram codificados como dentro do tema ou *off topic*.

Quando dentro do tema, o comentário passava para a segunda etapa de análise, composta pelas variáveis 2 a 7 (V2, V3, V4, V5, V6 e V7). Optou-se por restringir essa análise, já que se propõe compreender os recursos comunicativos e o posicionamento apenas dos comentários que estão efetivamente engajados no tema. As cinco primeiras (razão¹⁰, ameaça, sarcasmo, analogia e narração) são binárias e relativas aos recursos comunicativos empregados, ou seja: mostram se o recurso está presente ou ausente. Desta maneira, um mesmo comentário pode apresentar mais de uma estratégia. Já a variável de posicionamento (V7) foi codificada como ‘indefinido’, ‘neutro’, ‘contra a “ideologia de gênero”’ e “a favor” da “ideologia de gênero”¹¹. Segundo Rizzotto & Belin (2019b), conhecer o posicionamento permite que se obtenha cruzamentos e comparações entre os recursos comunicativos dos diferentes grupos que participam do debate.

¹⁰ Como explicam Rizzotto & Belin (2019b), a variável relativa à racionalidade se relaciona com a justificação expressa da opinião: “ou seja, não se tratam de comentários ‘não-emocionais’, mas sim de comentários que ancoram seu posicionamento em justificativas” (p. 14).

¹¹ Neste caso, o nome buscou facilitar a compreensão, mas não significa que os comentários sejam efetivamente a favor da “ideologia de gênero”. Na verdade, eles não compreendem a teoria de gênero como uma ideologia ameaçadora e propõem a reflexão sobre o tema para a legislação brasileira.

5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Começando a apresentação dos resultados pela análise de conteúdo automatizada, o dendrograma abaixo (imagem 1) mostra a formação de quatro classes temáticas nas conversações observadas.

Imagem 1 - Dendrograma com distribuição de termos por classes (CHD)



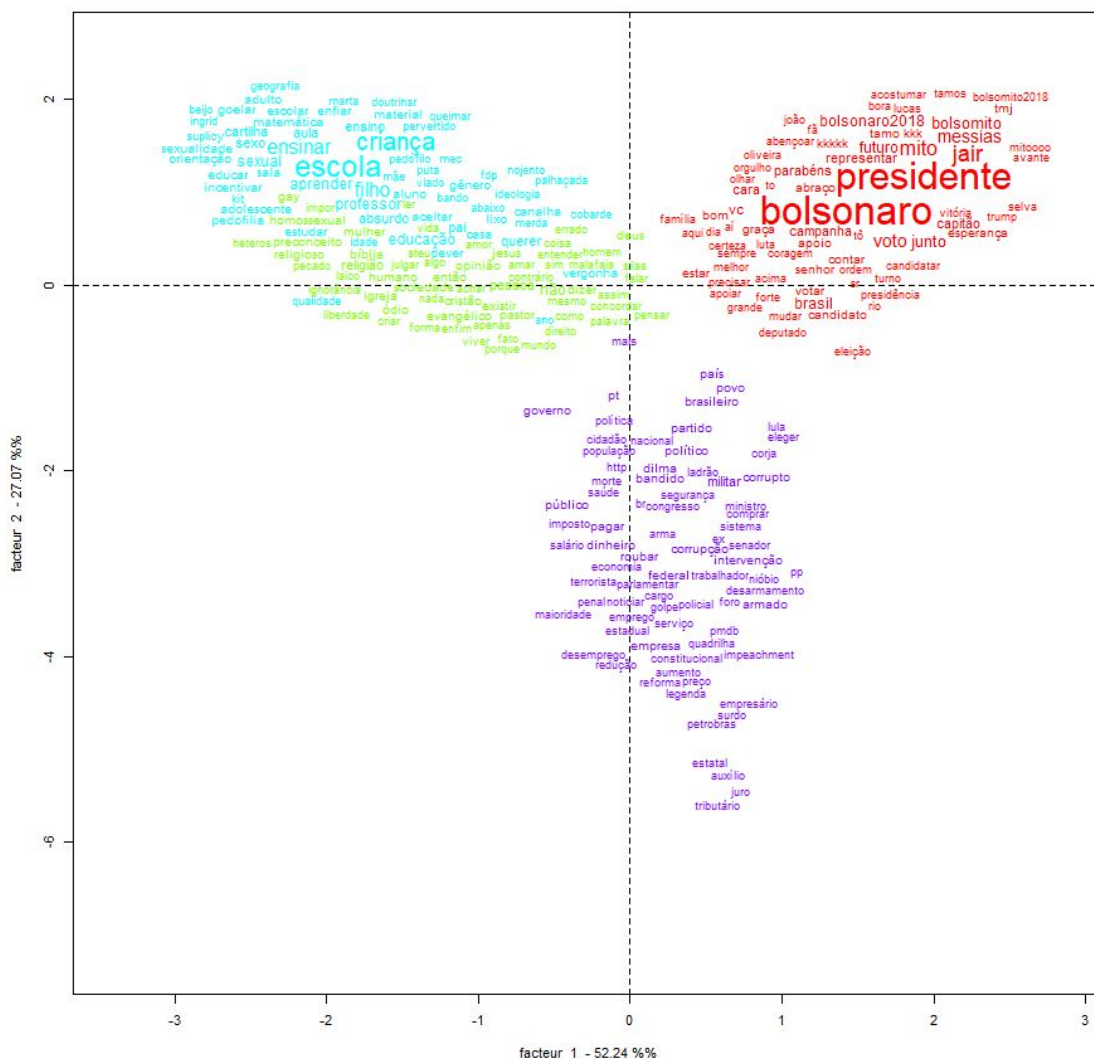
Fonte: Autoras (2019).

Vê-se que a classe 1 (vermelha), não diz respeito à ideologia de gênero: seus termos orbitam em torno de Bolsonaro e de sua imagem como político. Também fora do tema, a classe 4 (roxa), aproxima-se da primeira por tratar de assuntos políticos. Contudo, fala sobre a situação política nacional de forma mais geral, considerando

questões como corrupção, intervenção militar e o governo da ex-presidente Dilma Rousseff (PT).

Os *clusters* azul e verde estão mais próximos entre si e referem-se ao tema estudado, mas sob diferentes perspectivas. A classe 2 relaciona os termos “gay”, “homossexual”, “religião”, “cristão” e “sociedade”, mostrando que a abordagem da “identidade de gênero” se dá por um viés moral e religioso. Já o *cluster* 3 articula palavras como “escola”, “criança”, “filho” e “professor”, apontando para um tratamento do assunto pelo ângulo da educação.

Imagem 2 - Distribuição das classes de termos no espaço



Fonte: Autoras (2019).

A imagem 1 mostra a distribuição dos *clusters* no espaço bidimensional, expondo a organização de seus termos e a distância que mantêm uns dos outros. Quanto maior a palavra no quadro, mais relevância ela possui dentro de sua classe (Cervi, 2018).

Seguindo os passos de Cervi (2018; 2019), esses grupos foram nomeados de modo a corresponder à sua coesão temática. Para auxiliar a classificação dos comentários, foram escolhidas 16 palavras¹² estatisticamente significativas em cada um dos *clusters*. Os termos, expostos no quadro 1, possuem ligação com o tema geral de cada categoria.

Quadro 2 - Categorias para análise de conteúdo automatizada

	Classes produzidas pelo algoritmo de Reinert			
	CLASSE 1	CLASSE 2	CLASSE 3	CLASSE 4
Termos com χ^2 significativo por classe	Bolsonaro, presidente, Jair, mito, voto, Messias, Bolsomito, Bolsonaro2018, campanha, capitão, representar, candidato, Brasil, parabéns, futuro, deputado.	Religião, cristã(o), bíblia, Jesus, pastor, deus, evangélico(a), gay, homossexual, sociedade, preconceito, opinião, julgar, pecado, religioso, laico.	Escola, criança, ensinar, educação, sexual, professor(a), aprender, ensino, cartilha, aula, aluno, educar, filho(a), pai, casa, sexo.	Militar, corrupção, político, PT, país, povo, governo, público, partido, corrupto, Dilma, brasileiro(a), intervenção, federal, bandido, dinheiro.
% de ocorrências	36,3	22,8	19,6	21,4
Nome das categorias	Construção de imagem	Moral e religioso	Educação	Política nacional

Fonte: Autoras (2019).

¹² É importante atentar para o fato de que, no *corpus* analisado, é forte a relação entre os termos “cristão” e “gay”, ou “Bolsonaro” e “voto”. Então, apesar de essas palavras poderem ser utilizadas separadamente em outros contextos, a análise automatizada aponta que é estatisticamente significativa a frequência com que aparecem interligadas nos comentários estudados. Por isso, foram utilizadas, ao lado dos demais vocábulos listados acima, como termos-chave para a classificação do conteúdo.

É possível dizer que uma parte significativa das conversações estudadas não abordaram a “ideologia de gênero” nas postagens sobre o assunto. Ao invés disso, os comentadores trataram da figura política de Bolsonaro, fazendo da categoria “construção de imagem” a mais numerosa, cingindo mais de 70% dos comentários classificados. Neste ponto, é preciso esclarecer que, dos 57.257 comentários que compõem o *corpus*, 35.384 (61,7%) enquadraram-se em alguma das classes formadas pela CHD. Pouco mais de um terço (38,2%) deles não foi categorizado em nenhuma delas. Isso aconteceu porque os textos não apresentavam nenhum dos termos listados pela análise léxica automatizada, fugindo, então, das discussões que predominaram nas conversações¹³.

Depois dos textos que se ocuparam da construção da imagem de Jair Bolsonaro – referindo-se ao capitão reformado como “mito”, por exemplo –, houve um predomínio de comentários ligados à política nacional (24,1%), que discutiram sobre o cenário político brasileiro e seus assuntos tangentes.

Em 2014, início do recorte temporal considerado pela análise, o político cumpria, pelo Partido Progressista (PP-RJ), seu 6º mandato como deputado federal. Na época, já conquistava visibilidade por seus posicionamentos conservadores e suas declarações polêmicas¹⁴. Suas postagens abordando as questões de gênero são permeadas por críticas ao governo do PT, à então presidente Dilma Rousseff e a outros partidos políticos, em especial àqueles que se alinham com a esquerda, como se pode ver neste trecho de publicação do dia 23 de abril de 2015:

¹³ Segundo Cervi (2018), é importante lembrar que, ao analisar conteúdos publicados em sites de redes sociais como o Facebook, trabalha-se com materiais bastante heterogêneos. Por isso, os desvios de tópico, bem como as divergências na grafia de algumas palavras, são esperados. Essas questões podem acabar por deixar comentários de fora da classificação. Contudo, mesmo com tais limitações, mais da metade do *corpus* desta pesquisa foi passível de categorização.

¹⁴ Nesse mesmo ano, por exemplo, ele chamou a atenção de público e imprensa por um episódio que envolveu sua então colega de Câmara, Maria do Rosário (PT-RS). Durante discussão sobre a redução da maioria penal e o caso do adolescente Champinha, o deputado disse à Rosário que ela não merecia ser estuprada porque a considerava “muito feia”. Por esse acontecimento, tornou-se réu no Supremo Tribunal de Justiça (STJ), condenado, em 2015, a pagar indenização de R\$ 10 mil à petista por danos morais, decisão da qual recorreu. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/stj-mantem-condenacao-de-bolsonaro-por-ofensas-a-maria-do-rosario.ghtml>>. Acesso em 29 jun. 2019.

É notório que todos estamos fartos deste assunto, mas a sanha de grupos homossexuais e da presidenta Dilma Rousseff continua, o que nos leva a defender novamente às crianças que serão atacadas nas escolas primárias do Brasil e outros absurdos que estão por vir¹⁵.

Ou neste, postado dois anos mais tarde, em 14 de junho de 2016: “Nossos filhos continuam ameaçados: PT e PSOL querem a volta da Ideologia de Gênero nas escolas¹⁶”. 2016 também foi o ano do impeachment de Rousseff¹⁷. Pode-se dizer, então, que o período de instabilidade política vivido pelo país, inflamado pelo discurso do ex-parlamentar, fomentou a discussão de assuntos relacionados à política nacional, tal como mostra a análise.

Quanto à formação de sua imagem, percebe-se a presença da *hashtag* de apoio à sua candidatura à Presidência, “#Bolsonaro2018” – apontada como estatisticamente relevante na CHD –, desde o ano de 2015. Porém, a associação entre Bolsonaro e o cargo de liderança surge já em 2014. Considerando os quatro anos analisados, 30,3% dos comentários categorizados como “construção da imagem” possuem o termo “presidente”. Destes, 63,7% são de 2016 – porcentagem que ultrapassa 2018, ano em que o ex-deputado de fato foi candidato e que possui apenas 8% dos comentários com o termo. A formação de sua figura como presidente em potencial já existia no início do recorte temporal, mas foi mais forte em 2016, época marcada por um cenário político turbulento.

Na tabela 2, é apresentado o número de comentários classificados em cada uma das categorias. São mostrados os casos totais, que incluem os textos enquadrados em duas ou mais classes, e os únicos, que consideram apenas os comentários correspondentes a uma única classificação. De todo o material categorizado, 18,1% dos comentários entraram em duas, 3,7% em três e somente 0,5%

¹⁵ Disponível em: <<https://www.facebook.com/jaimessias.bolsonaro/posts/312404495575210>>. Acesso em: 29 jun. 2019.

¹⁶ Disponível em: <<https://www.facebook.com/jaimessias.bolsonaro/videos/643835392432117/>>. Acesso em: 29 jun. 2019.

¹⁷ Disponível em:

<<http://g1.globo.com/politica/processo-de-impeachment-de-dilma/noticia/2016/08/senado-aprova-impeachment-dilma-perde-mandato-e-temer-assume.html>>. Acesso em 29 jun. 2019.

enquadraram-se nas quatro classes temáticas. 77,5% do conteúdo ficou em apenas uma delas.

Tabela 2 - Resultados da classificação por categorias temáticas

	Construção de imagem	Moral e religioso	Educação	Política nacional
% de casos	71,8	13,7	22,6	24,1
Nº de casos	25.427	4.873	8.021	8.553
% de classificações únicas	53,1	4,1	9,4	7,6
Nº de classificações únicas	18.821	1.456	3.359	2.690

Fonte: Autoras (2019).

É nas categorias de comentários “morais e religiosos” (13,7%) e sobre “educação” (22,6) que se discute, de fato, a “ideologia de gênero”. Na primeira, o tema se relaciona à religião e está interligado a valores sociais, morais e elementos como “opinião” e “preconceito”. Aqui, percebe-se a influência de religiões cristãs, como a evangélica e a católica, no debate sobre gênero no Brasil, endossando o que é apontado por Miguel (2016). Como já foi discutido em seção anterior, a presença da Frente Parlamentar Evangélica no Congresso Nacional tem sido uma força de contenção para o avanço de direitos femininos e LGBTQ+.

Quando a categoria é “educação”, as conversações tendem a articular tópicos relacionados à escola, ensino e transmissão de valores que vêm de casa, passados de pai para filho. A discussão se relaciona, de modo geral, com a ideia de que a escola e o Estado buscam incutir na mente de crianças e adolescentes os princípios do que os comentadores acreditam ser a “ideologia de gênero”: uma recusa dos valores familiares tradicionais, da heterossexualidade e da cisgeneridade. Também uma iniciação precoce dos jovens à vida sexual.

Um assunto que é combustível para discussões do tipo é o projeto “Escola sem Homofobia”, que ficou conhecido pela alcunha pejorativa de “kit gay”. A iniciativa foi

lançada pelo Ministério da Educação (MEC), em parceria com o Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE), com o objetivo de combater a violência e o preconceito relacionados à transexualidade e à orientação sexual nas escolas do Brasil¹⁸. Entretanto, em 2011, o material foi vetado pelo Governo Federal, após a pressão de setores conservadores da sociedade e do Congresso Nacional¹⁹. O projeto foi criticado, na época, por Bolsonaro, que o utilizou para minar a candidatura de Fernando Haddad (PT), ministro da Educação entre 2005 e 2012, à prefeitura de São Paulo, dizendo que o petista era o “pai do kit gay” e um “homem que não tem compromisso com a família”²⁰. O tema retornou à pauta durante a corrida presidencial de 2018, quando o ex-deputado enfrentou o ex-ministro no segundo turno do pleito, usando, mais uma vez, o projeto como munição para atacar Haddad.

No quadro 3 são reunidos exemplos de comentários categorizados durante a primeira etapa de análise.

Quadro 3 - Exemplos de comentários classificados em cada categoria

Categoria	Exemplos de comentários
Construção de imagem	<i>"Deputado estamos do seu lado! Continue firme em nome da família brasileira!"</i>
	<i>"Defendo e faço campanha de graça!!!! #BolsonaroMeRepresenta"</i>
Moral e religioso	<i>"Meu deus cara! Ele manda os outros lerem a bíblia sendo que nem ele leu! Acabou de dizer que Deus condena os homossexuais, vamos ler a bíblia, Rômulo?"</i>
	<i>"Caro Leandro Henrik, valores são coisas que carregamos para toda uma vida. São coisas que ditam os rumos de uma sociedade por anos, décadas e séculos, por tanto, é algo muito, muito mais importante que uma crise financeira que se resolve com boa vontade em curtíssimo tempo. Blz?"</i>

¹⁸ Disponível em:

<https://www.huffpostbrasil.com/2017/08/29/o-que-foi-o-kit-gay-material-escolar-sobre-homossexualidade-criticado-por-bolsonaro-e-ines-brasil_a_23188320/>. Acesso em: 30 de jun, 2019.

¹⁹ Disponível em:

<<http://g1.globo.com/educacao/noticia/2011/05/dilma-rousseff-manda-suspender-kit-anti-homofobia-diz-ministro.html>>. Acesso em: 30 jun. 2019.

²⁰ Declarações dadas durante discurso feito em Plenário na Câmara dos Deputados, no dia 16 de outubro de 2012. Disponível em:

<<https://www.camara.leg.br/internet/SitaqWeb/TextoHTML.asp?etapa=5&nuSessao=269.2.54.O&nuQuarto=86&nuOrador=2&nuInsercao=0&dtHorarioQuarto=16:50&sgFaseSessao=GE&Data=16/10/2012>>.

Acesso em: 30 jun. 2019.

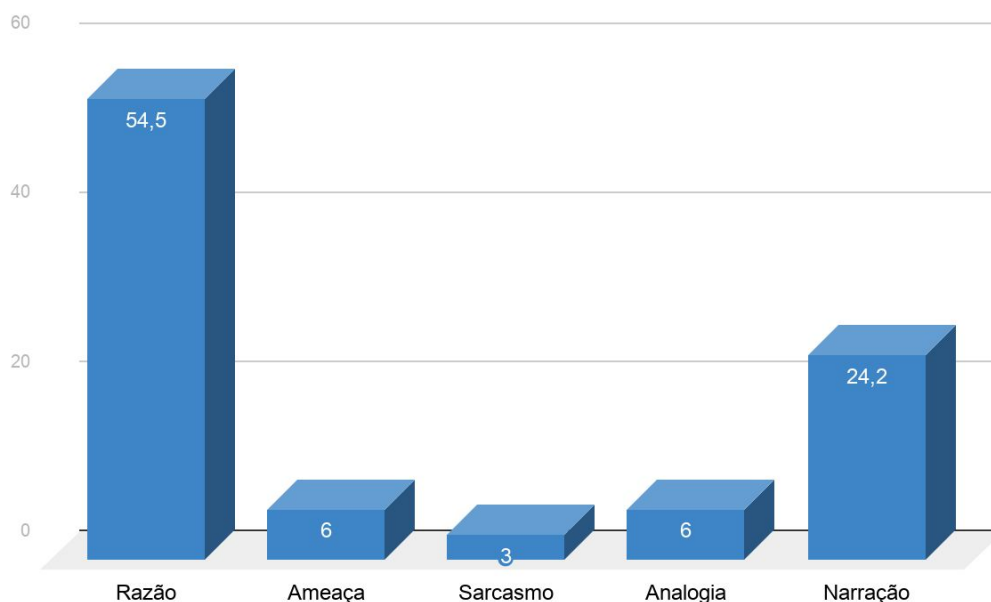
Educação	<i>"A hora é agora!!! Tenho respeito à opção sexual de todos, mas determinar às nossas crianças a serem bissexuais já na escola, é um absurdo!!!"</i>
	<i>"Muito engraçado os argumentos de esquerda! Quer dizer que o pai não pode ensinar o filho no que ele acha correto, e a escola pode ensinar a ideologia de gênero? Vai pra pqp! Cambada de hipócritas!"</i>
Política nacional	<i>"Se o militares não tomarem uma providência, isso aqui vai virar a nova 'Venezuela Continental'... Alô terroristas, cadê vocês pra explodirem o Congresso Nacional e o Palácio da Alvorada?!?!?!?"</i>
	<i>A candidatura de Lula é tão legítima quanto a menstruação do Pablo Vittar.</i>

Fonte: Autoras (2019).

Os resultados encontrados pela análise de conteúdo automatizada são reforçados pelos achados da análise qualitativa feita na amostra de 382 comentários. A V1 (Tema) mostra que apenas uma pequena parcela dos textos (8,6%) falam sobre o tópico; 91,4% são *off topic*.

Considerando apenas os comentários que se enquadram no tema discutido – 33 entre os 382 –, foram observadas as estratégias comunicativas utilizadas pelos comentadores ao posicionarem-se sobre a “ideologia de gênero”.

Gráfico 1 - Estratégias comunicativas utilizadas nos comentários sobre “ideologia de gênero” (%)



Fonte: Autoras (2019).

Da parcela de comentários dentro do tema, 54,5% utilizaram alguma forma de justificação do posicionamento (V2 - Razão). Apesar do baixo número de comentários que efetivamente falam sobre o assunto, é perceptível que, em sua maioria, quem entra para o debate está disposto a argumentar e apresentar algum tipo de lógica argumentativa para defender sua opinião²¹. A racionalidade, tida como fundamental para a deliberação normativa e importante em arenas de conversação política, é um sinal positivo de engajamento no debate, uma vez que diferentes argumentos são levantados para o convencimento das partes (Stromer-Galley, 2007). Nesse caso, infere-se que a qualidade da conversação é positiva, mas apenas quando os sujeitos efetivamente se engajam no tema.

Quanto aos demais recursos argumentativos, destaca-se o uso da narração²², que aparece em 24,2% dos casos. Segundo Iris Young (2001), esta é uma das formas de comunicação que devem ser consideradas junto à argumentação nas conversações políticas. Ao considerá-la, minimizam-se diferenças socioculturais, que se tornam referencial para a própria discussão. Nesse ponto, experiências pessoais foram utilizadas em um quarto dos comentários, mostrando que essa didática integra o rol de argumentação sobre o tema. Outros recursos comunicacionais, porém, tiveram pouca expressividade: 6% continham alguma ameaça²³, 3% sarcasmo²⁴ e 6% analogia²⁵.

Ao analisar o posicionamento dos comentaristas (V7) – variável também vinculada à presença do tema no texto –, verificou-se que 60,6% era contra a “ideologia

²¹ Dois exemplos estão nos seguintes comentários: “*Ideologia de gênero. Sou contra. Cabe aos pais essa questão e não ao estado*” e “*Meu irmão brincava com minhas bonecas e nem por isso deixou de ser hétero*”.

²² Ex.: “*Já perguntou... qdo era menor. Expliquei, normal. Tínhamos 2 vizinhas (Lindaaas) lésbicas q moravam no andar de cima tb. O medo de explicar está nos adultos e não nas crianças.*”

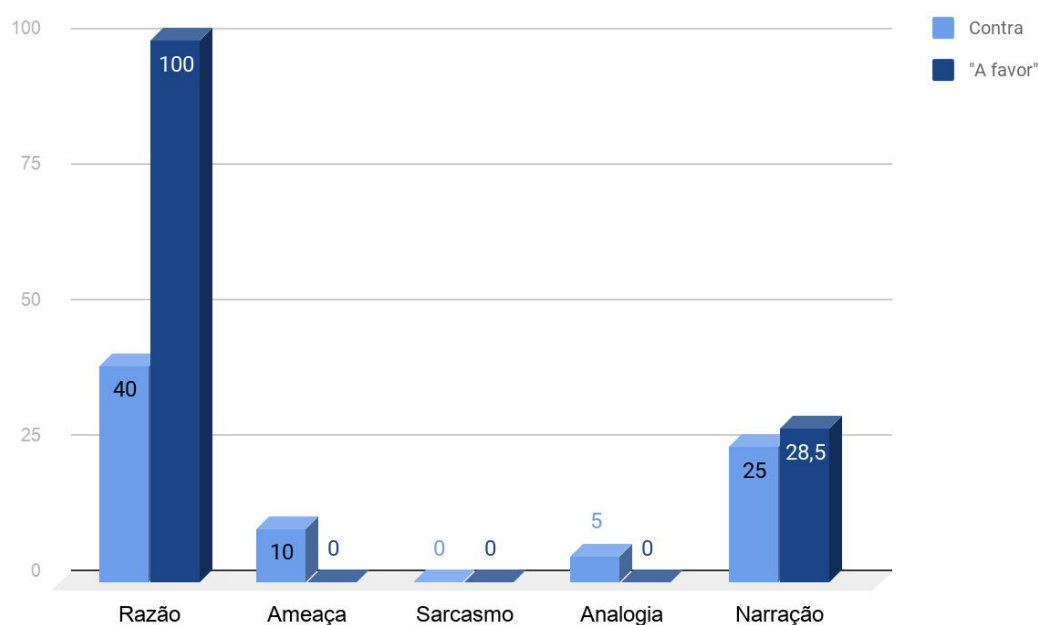
²³ Ex.: “*Se a minha irmã recebe uma desses na escola eu faço a professora dela engolir isso.*”

²⁴ Ex.: “[...] *a Bíblia não foi escrita através de registros encontrados, não kkk eles simplesmente escreveram do nada aí pensaram 'mano eu não tô fazendo nd mesmo, vou aqui fingir que Jesus falou dos homossexuais'*”.

²⁵ Ex.: “[...] *Seres humanos não tem HD para receber um software - ele acha pode programar as crianças e que o resultado é uma sociedade 'mais justa e igualitária'? Está louco. [...]*”

de gênero”, 21,2% “defendia” o tópico²⁶ e 18,1% dos comentadores eram neutros. O resultado já era esperado, uma vez que a própria página de Jair Bolsonaro propaga ser contrária à “ideologia”. Segundo Bennet *et al* (2000), a prática é comum, já que, nos sites de redes sociais, os indivíduos tendem a se acomodar em redes homogêneas e se expor seletivamente a conteúdo político contrário, criando bolhas e câmaras de eco – *echo chambers*. Segundo Marques (2011), isso cria uma “fragmentação maior dos públicos que, reunidos em torno de um grande número de questões pontuais, permaneceriam isolados de debates que se dissolveriam sem chegar a ganhar força ou visibilidade” (p. 22).

Gráfico 2 - Estratégias comunicativas desagregadas por posicionamento (em %)



Fonte: Autoras (2019).

Desagregando os comentários contrários e favoráveis por recurso argumentativo (Gráfico 2), é possível notar que, entre os textos que estão dentro do tema e “a favor” da “ideologia”, todos eles trazem a racionalidade como recurso –

²⁶ Eram contrários à compreensão do tema como “ideologia de gênero” e favoráveis à sua discussão como assunto de interesse público, como já explicado na seção metodológica.

percentual largamente maior do que os contrários, dentre os quais 40% apresentam justificção. Na narraçõ, as posicões sã quase equivalentes: 25% e 28,5% contam com essa estratégia. Já nas outras variáveis, a presença dos elementos comunicacionais é maior entre o lado contrário, com destaque para os 10% de comentários que apresentam ameaças ao se colocarem contra o tema. O sarcasmo e a analogia pouco apareceram nos dados acima porque ficaram concentrados nos textos de posicionamento neutro e indefinido.

Com isso, é possível inferir que o lado que está a favor da discussão de gênero na sociedade também está mais propenso a argumentar pela sua posição; ao contrário da posição antagônica, que apresenta menor necessidade de justificar sua opinião – muito, entende-se, por conta de um ambiente homofílico (*like-minded*), proporcionado pelo posicionamento da *fanpage* de Bolsonaro, que é contra a “ideologia de gênero”.

Vê-se, então, que os resultados da análise qualitativa corroboram com os delineados pela análise automatizada: a maior parte dos comentários foge ao tema e não permite um avanço da discussão sobre gênero nas conversações *online*.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa realizou uma análise exploratória das conversações políticas *online* contidas nas postagens sobre “ideologia de gênero” da *fanpage* do presidente brasileiro Jair Bolsonaro. Como principais resultados, percebeu-se que o tema é discutido entre uma parcela pequena dos comentadores. A maioria deles trata de pontos relacionados à formação da imagem do ex-parlamentar, mostrando que as questões de gênero, nesse contexto, não são trazidas à conversação como assunto de interesse público, mas como forma de construção da figura de Bolsonaro como político. Nessa dinâmica, seus apoiadores exaltam sua imagem – associando-a ao termo “mito” e à alcunha “Bolsomito”, por exemplo –, dando, muitas vezes, suporte à sua candidatura à Presidência da República, mesmo anos antes de ele ter, de fato, lançado-se à disputa presidencial.

O cenário político brasileiro também foi mais mencionado nos comentários do que a própria “ideologia de gênero”. Acredita-se que o período turbulento para o país, somado às publicações críticas de Bolsonaro – bastante centradas em reprovar medidas tomadas pelo governo petista e por partidos de esquerda –, inflamaram parte dos comentaristas, que se dedicaram a discutir a situação política nacional.

Entre os comentários que abordaram o tema, foi possível identificar uma divisão que acarretou em duas perspectivas bastante próximas entre si: uma delas tratou do assunto a partir de um viés moral e religioso, articulando a discussão sobre gênero – em especial sobre orientação sexual – com valores sociais e preceitos cristãos; e a outra relacionou o tópico com o tema educação e suas vertentes, discutindo o papel da escola e da família na transmissão de princípios e de informações ligadas à sexualidade e ao gênero.

Olhando para esses comentaristas que se ocuparam da discussão sobre a “ideologia de gênero”, percebe-se que mais da metade se preocupou em justificar seu posicionamento de alguma maneira. Além disso, uma parcela considerável deles lançou mão da narrativa como estratégia comunicativa, recurso de quem busca uma argumentação em “se fazer ouvir”.

Contudo, foi notável a disparidade entre os posicionamentos contrários e “a favor” do tema na variável “razão”. Todos os comentaristas que se colocaram contra o posicionamento da página – ou seja, “a favor” da discussão sobre a “ideologia” – apresentaram justificativas de suas opiniões ao conversar sobre o assunto. Já aqueles que concordaram com a *fanpage* utilizaram uma maior variedade de recursos comunicacionais.

Apesar da presença de justificativa de posicionamentos e de outras estratégias comunicativas nos comentários acerca do tema, pode-se dizer que a discussão sobre “ideologia de gênero” na página de Facebook estudada não avança porque, de maneira geral, as conversações são pouco voltadas para a questão. Estão, na verdade, carregadas de conteúdo político-eleitoral, frequentemente pleiteando Bolsonaro à presidência.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Beauvoir, S. (1949). *Le deuxième sexe*, 2 v. Paris: Gallimard.

Benhabib, S. (2007). Sobre um modelo deliberativo de legitimidade democrática. In: Werle, D.; Melo, R. (orgs.). *Democracia Deliberativa*. São Paulo: Editora Singular.

Bennett, S., Flickinger, R. & Rhine, S. (2000). Political Talk over here, over there, over time. *British Journal of political Science*, 30, pp. 99-119.

Biroli, F. & Miguel, L. F. (2014). *Feminismo e política: uma introdução*. São Paulo: Boitempo Editorial.

Camargo, B. V. & Justo, A. M. (2013). IRAMUTEQ: um software gratuito para análise de dados textuais. *Temas em Psicologia*, 21 (2), pp. 513-518.

Campos, C. H. (2015). Femicídio no Brasil – uma análise crítico-feminista. *Sistema Penal & Violência (Online)*, 7, pp. 103-115.

Carvalho, F. C. (2019). Manifestações digitais em democracias monitoradas: uma proposta de tipologia para monitoramento individual dos cidadãos em redes sociais on-line. In: *Anais do VIII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política*. Brasília: Compolítica.

Cervi, E. U. (2018). Análise de conteúdo automatizada para conversações em redes sociais: uma proposta metodológica. In: *Anais do 42º Encontro Anual da Anpocs*. São Paulo: Anpocs.

Cervi, E. U. (2019). Análise de Conteúdo aplicada a Redes Sociais Online. In: Cervi, E. U. *Manual de Métodos Quantitativos para iniciantes em Ciência Política* (vol. 2). Curitiba: CPOP.

Chambers, S. (2003). Deliberative democratic theory. *The Annual Review of Political Science*, 6, pp. 307-326.

Conover, P. & Searing, D. (2005). Studying 'Everyday Political Talk' in the Deliberative System. *Acta Política*, 40, pp. 269-283.

Eveland, W., Morey, A. & Hutchens, M. (2011). Beyond Deliberation: New Directions for the Study of Informal Political Conversation from a Communication Perspective. *Journal of Communication*, 61, pp. 1082–1103.

Fraser, N. (1999). Repensando la esfera pública: una contribución a la crítica de la democracia actualmente existente. *Ecuador Debate*, 46, pp. 139-174.

Graham, T. (2008). Needles in a haystack: a new approach for identifying and assessing political talk in non-political discussion forums. *Javnost - The Public*, 15 (2), pp. 17-36.

Habermas, J. (1984). *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.

Habermas, J. (1997). *Direito e democracia: entre facticidade e validade*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.

Kim, J. & Kim, E. J. (2008). Theorizing dialogic deliberation: everyday political talk as communicative action and dialogue. *Communication Theory*, 18, pp. 51-70.

Maia, R. *et al.* Sobre a importância de se examinar diferentes ambientes on-line em estudos de deliberação a partir de uma abordagem sistêmica. (2016). In: Mendonça, R. F., Sampaio, R. C. & Barros, S. A. *Deliberação on-line no Brasil: entre iniciativas de democracia digital e redes sociais de conversação*. Salvador: EDUFBA.

Mansbridge, J. (1999). Everyday talk in the deliberative system. In: Macedo, S. (Ed.). *Deliberative politics: essays on democracy and disagreement*. New York: Oxford University Press.

Mansbridge, J. (2007). "Deliberative democracy" or "democratic deliberation"? In: Rosenberg, S. (org.). *Deliberation, participation and democracy: can the people govern?* Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Marques, A. C. S. (2011). Aspectos teórico-metodológicos do processo comunicativo de deliberação online. *Revista Brasileira de Ciência Política*, 6, pp. 19-40.

Marques, A. C. S.; Maia, R. (2010). Everyday conversation in the deliberative process: an analysis of communicative exchanges in discussion groups and their contributions to civic and political socialization. *Journal of Communication*, 60, pp. 611–635.

Marques, A. C. S. & Martino, L. M. S. (2016). A politização da conversação cotidiana e suas relações com processos deliberativos. In: *Anais do 10º Encontro Associação Brasileira de Ciência Política*. Belo Horizonte: ABCP.

Mendonça, R. F.; Sampaio, R. C. & Barros, S. A. (2016). *Deliberação on-line no Brasil: entre iniciativas de democracia digital e redes sociais de conversação*. Salvador: EDUFBA.

Mello, A. R. (2016). *Feminicídio: uma análise sociojurídica da violência contra a mulher no Brasil*. Rio de Janeiro: LMJ Mundo Jurídico.

Miguel, L. F. (2016). Da “doutrinação marxista” à” ideologia de gênero” - Escola Sem Partido e as leis da mordça no parlamento brasileiro. *Revista Direito e Práxis*, 7 (3), pp. 590-621.

Pasinato, W. “Femicídios” e as mortes de mulheres no Brasil. *Cadernos Pagu*, 37, pp. 219-246.

Reinert, M. (1990) Alceste, une méthodologie d’analyse des données textuelles et une application: Aurelia de Gerard de Nerval. *Bulletin de Methodologie Sociologique*, 26, pp.24-54.

Rizzotto, C., Saraiva, A. & Nascimento, L. (2019) #ELENÃO: conversação política em rede e trama discursiva do movimento contra Bolsonaro no Twitter. In: *Anais do 27º Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*. Porto Alegre: Compós.

Rizzotto, C., Belin., L. (2019) DEBATE ALÉM DA FRONTEIRA: características deliberativas da conversação de brasileiros sobre a [não] descriminalização do aborto na Argentina. In: *Anais do VIII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação Política*. Brasília: Compolítica.

Stromer-Galley, J. (2002). New voices in the public sphere: a comparative analysis of interpersonal and online political talk. *Javnost - The Public*, 9 (2), pp. 23-42.

Stromer-Galley, J. (2007). Measuring deliberation's content: a coding scheme. *Journal of Public Deliberation*, 3, pp. 1-35.

Wright, S. (2012). From “third place” to “third space”: everyday political talk in non-political online spaces. *Javnost - The Public*, 19 (3), pp. 5-20.

Young, I. M. Comunicação e o outro: além da democracia deliberativa. (2001). In: Souza, J. (Org.). *Democracia hoje: novos desafios para a teoria democrática contemporânea*. Brasília: Editora UnB.