

SOU MULHER, ELE SIM: IDENTIFICAÇÃO E LUGARES DE ENUNCIÇÃO

Evandra Grigoletto
Mónica Zoppi-Fontana

O presente capítulo parte de um projeto mais amplo¹, cujo objetivo é refletir sobre os movimentos de subjetivação e os modos de circulação de discursos nas redes sociais², produzidos por mulheres eleitoras de Bolsonaro. A partir de um corpus mais amplo, extraído de duas páginas do Facebook, intituladas “Mulheres COM Bolsonaro #17” e “Mulheres com Bolsonaro”, elegemos, aqui, como recorte para análise, postagens dessas duas páginas e também uma postagem do Twitter que se relacionam com o movimento **Ele Sim**³. Em termos de marcas linguísticas, além da presença do **Ele Sim** (utilizado com ou sem o símbolo da hashtag), tomamos, como critério para seleção, postagens que traziam como argumento para essa tomada de posição questões relacionadas ao “feminino”. Observaremos, nesse corpus, o funcionamento de um enunciado em especial, que se repetiu de forma insistente, produzindo uma regularidade. Trata-se do enunciado “Sou mulher”⁴, que significa na contradição de dois lugares de enunciação (ZOPPI

¹ Trata-se do projeto de pós-doutoramento, intitulado *Movimentos de mulheres nas redes sociais: lugares de enunciação, identificação, memória*, realizado no Programa de Linguística da Unicamp, e que conta com financiamento de Bolsa Pós-Doutorado Sênior (PDS) do CNPq. Processo 104012/2019-6. O presente artigo traz alguns resultados dessa interlocução entre a pós-doutoranda e a supervisora do projeto.

² Entendemos redes sociais “como um tipo de relação entre seres humanos pautada pela flexibilidade de sua estrutura e pela dinâmica entre seus participantes.” Mais especificamente, estamos tratando de “redes sociais conectadas pela internet, definidas pela interação via mídias digitais” (MARTINO, 2014, p. 55).

³ Embora o enunciado apareça formulado de diferentes formas, com ou sem hashtag, junto ou separado, com ou sem minúscula, optamos em sempre grafar assim ao longo do artigo, destacando-o em negrito, para uniformizar o uso, exceto nas situações em que retomaremos a grafia, tal como apareceu nas postagens, durante a análise. O mesmo critério foi utilizado para o **Ele Não**.

⁴ Tal enunciado repete-se em muitas postagens dessas páginas, aparecendo associado não só ao **Ele Sim**, foco das análises deste artigo, mas a inúmeros outros discursos, hashtags, imagens etc. Observamos, no entanto, uma regularidade em termos de funcionamento discursivo desse enunciado; “sou mulher” aparece, quase sempre, como argumento para, ao mesmo tempo, reafirmar o lugar de enunciação de mulher-feminina e se opor ao lugar de enunciação de mulher-feminista. Essa discussão será aprofundada no tópico seguinte, por ocasião das análises.

FONTANA, 1999, 2017), quais sejam: *eu, mulher feminina X nós, mulheres feministas*.

No entanto, antes de entrar nas análises propriamente ditas das postagens selecionadas, trazemos ao leitor, ainda que brevemente, as condições de produção nas quais surge o movimento **Ele Não** e, por sua vez, o **Ele Sim**.

Do Ele Não ao Ele Sim: sobre as condições de produção e circulação.

Para a Análise do Discurso de viés pecheuxiano, corrente teórico-metodológica na qual se inscreve este artigo, as condições de produção do discurso são fundamentais para entender o contexto sócio-histórico e ideológico, bem como as relações de força, quase sempre antagônicas, que estão em jogo na produção e circulação de todo e qualquer discurso. Tais condições, portanto, são determinantes para os efeitos de sentido que se produzem entre os interlocutores de um dado discurso.

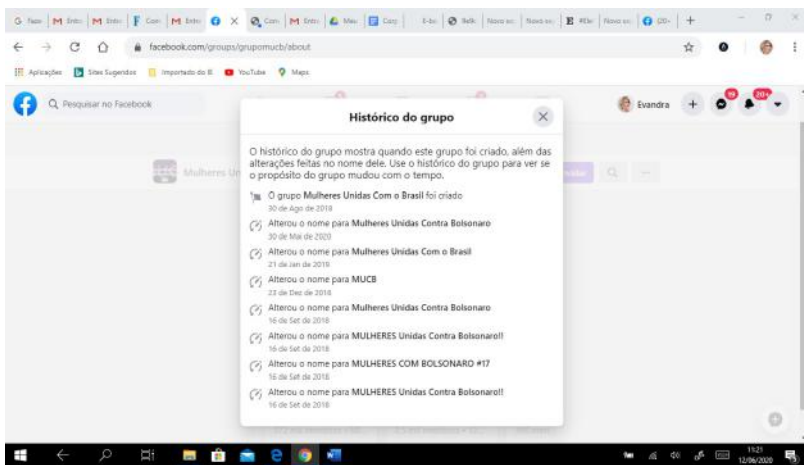
Para Pêcheux ([1969] 1997a, p. 82), esses interlocutores, que ele chamou de pontos A e B, “designam algo diferente da presença física de organismos humanos individuais”. Nas palavras do autor: “o que funciona nos processos discursivos é uma série de formações imaginárias que designam o lugar que A e B se atribuem cada um a si e ao outro, a imagem que eles fazem de seu próprio lugar e do outro.” (Op. cit, p. 82). Ao que ele acrescenta:

[...] as diversas formações resultam, elas mesmas, de processos discursivos anteriores (provenientes de outras condições de produção) que deixaram de funcionar mas que deram nascimento a “tomadas de posição” implícitas que asseguram a possibilidade do processo discursivo em foco. [...] supomos que a percepção é sempre atravessada pelo “já ouvido” e o “já dito”, através dos quais se constitui a substância das formações imaginárias enunciadas...” (PÊCHEUX, [1969], 1997a, p. 85 – 86 – Grifos do autor).

As formações imaginárias fazem parte das condições de produção. Como bem pontua Pêcheux, nenhum processo discursivo surge do nada,

mas está sempre atravessado por processos discursivos anteriores, por já-ditos, já-ouvidos. Podemos, assim, nos perguntar: quais são esses já-ditos, já-ouvidos no caso do movimento do **Ele Sim**?

O **Ele Sim** é um movimento que surgiu como resposta ao **Ele Não**. Por isso, para entendermos as condições de produção em que esse último se inscreve, precisamos retomar as do primeiro. O **Ele Não** foi um movimento que surgiu nas redes sociais, em 2018, durante a campanha eleitoral para Presidente da República, a partir de um grupo do Facebook, intitulado “Mulheres Unidas contra Bolsonaro”, criado por Ludimila Teixeira (mulher negra, nordestina, feminista etc), e que reuniu, em poucos dias, mais de 2 milhões de mulheres. Para entendermos como do grupo deriva o movimento, e também como esse movimento vai se relacionar com o **Ele Sim**, é preciso retomar o seu histórico de criação, a partir do *print* abaixo⁵.



No histórico do grupo, disponível na sua página atual do Facebook, podemos visualizar que ele foi criado em 30 de agosto de 2018, com o título “Mulheres Unidas Com o Brasil”. Em 16 de setembro, o nome foi alterado para “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”. Nesse mesmo dia, o nome do grupo foi alterado mais três vezes. Chama a atenção o fato de a primeira alteração ser para “Mulheres com Bolsonaro #17”. Isso aconteceu porque o

⁵ Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/grupomucb/about>. Acesso em: 12 jun. 2020.

grupo sofreu o ataque de um hacker⁶, tendo seu nome alterado, bem como a foto da capa, que passou a ser uma imagem de Bolsonaro com a bandeira do Brasil. As administradoras do grupo foram excluídas e, somente após denúncia do ataque e registro na polícia, puderam reativá-lo⁷. Depois disso, em dezembro de 2018, o nome do grupo foi alterado para a sigla MUCB, que tanto faz referência ao nome original do grupo (Mulheres Unidas com o Brasil), quanto ao nome atual (Mulheres Unidas contra Bolsonaro).

A partir de sua criação, o grupo construiu um histórico de luta⁸ e hoje está discutindo as bases para a criação de um novo partido político. O grupo assim se define em sua página: “somos mulheres, somos plurais, somos resistência e democracia”.⁹ Atualmente, o grupo conta com 2,4 milhões de membros e é administrado/moderado por 58 mulheres das diferentes regiões do Brasil.

Foi das discussões desse grupo que surgiu a hashtag #EleNão¹⁰, a qual ganhou a adesão de milhares de pessoas, entre elas, muitas celebra-

⁶ Informações sobre o ataque ao grupo podem ser visualizadas em várias reportagens na mídia, como é o caso dessa do Jornal Folha de São Paulo, assinada pelo jornalista João Pedro Pitombo, publicada em 16 de setembro de 2018, e disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/09/apos-ataque-de-hackers-grupo-de-mulheres-contrabolsonaro-e-reativado.shtml>.

⁷ É importante também pontuar que esse ataque ao grupo “Mulheres Unidas contra Bolsonaro” motivou, ainda em 2018, ações com o pedido de cassação da chapa Bolsonaro-Mourão, impetradas, junto ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE), pelos presidentiáveis Marina Silva e Guilherme Boulos. Tais ações, ainda sem conclusão, tiveram seu julgamento retomado pelo TSE, em junho de 2020. Maiores informações sobre esse julgamento podem ser vistas em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/governo/tse-retoma-julgamento-da-chapa-bolsonaro-mourao-nesta-terca-30/>

⁸ Maiores informações sobre o histórico de luta desse grupo podem ser encontradas no site do MUCB: <https://mucb.com.br/>.

⁹ Destacamos o modo como essas mulheres se descrevem, pois serão analisados adiante, estabelecendo um contraponto com o “sou mulher”.

¹⁰ Grigoletto; Souza, (2020), realizam uma análise da estrutura linguístico-discursiva desse enunciado-hashtag, e os efeitos de sentido que dele resultam, bem como observam o seu funcionamento discursivo em diferentes materialidades, que migraram das redes para as ruas. Mostram, ainda, como o #EleNão se produziu como um acontecimento, que retoma a memória de um outro enunciado, utilizado na campanha presidencial entre Lula e Collor em 1989: NelleNão! O artigo na íntegra pode ser acessado em: https://81c56680-6f6a-43bc-beec-a108db9569fb.filesusr.com/ugd/9e9c35_80cbf723abca40be9a0c592f2fcff408.pdf.

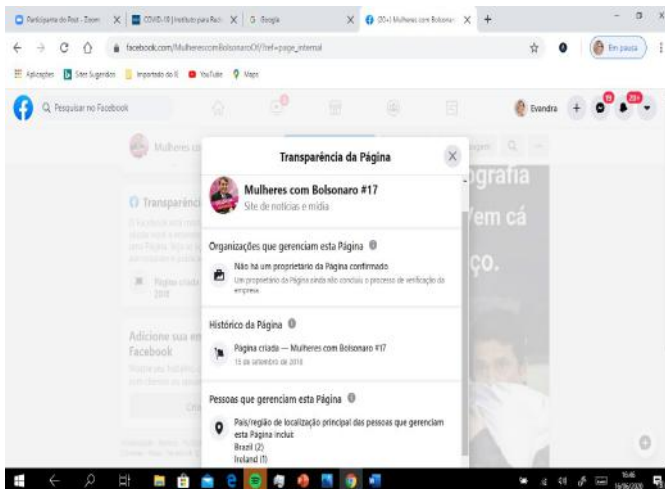
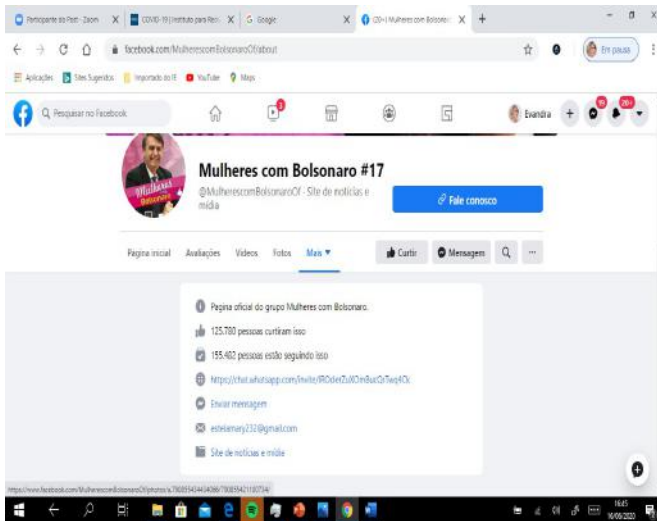
des, após o ataque cibernético da página do grupo¹¹. Foi também a partir do ataque que o movimento ganhou as ruas das principais cidades brasileiras no dia 29 de setembro de 2018, uma semana antes do 1º turno das eleições presidenciais. Em resposta ao movimento #EleNão, apoiadores do então candidato à presidência do Brasil, Jair Bolsonaro, passaram a aderir ao movimento do **Ele Sim**, e grupos intitulados “Mulheres com Bolsonaro”, foco da análise aqui, começam a aparecer.

Voltaremos à discussão sobre as pautas desses dois movimentos, que se inscrevem em campos antagônicos da luta política, mas, antes, descreveremos, as duas páginas “Mulheres com Bolsonaro”, que são foco de nossa análise. Acatando a lição de Pêcheux ([1983], 1997b) de que é preciso trabalhar no batimento entre descrição e interpretação, entendemos que essa descrição permitirá melhor observar o funcionamento dos discursos presentes nesses grupos, sobretudo em relação aos movimentos político-ideológicos de identificação dos sujeitos que seguem tais páginas, bem como em relação aos modos de circulação desses discursos.¹²

Como destacamos acima, a página “Mulheres COM Bolsonaro #17” (doravante página 1), surge a partir do ataque cibernético à página do MUCB. Não é possível afirmar que se trata da mesma página, mas algumas coincidências nos chamam a atenção: i) o grupo foi criado um dia antes do ataque, isto é, em 15 de setembro de 2018; 2) possui o mesmo nome para o qual foi alterado o nome do MUCB, quando esse sofreu a ação de hackers; 3) mantém a mesma imagem que o grupo falso possuía. Também não deixa de ser curioso, para dizer o mínimo, algumas informações quando observamos a descrição do grupo na seção **sobre**, e quando vamos à seção **transparência** da página. Vejamos os dois prints abaixo:

¹¹ Mais informações sobre a adesão do uso de hashtags nas redes sociais, contra e a favor de Bolsonaro, podem ser verificadas em estudos realizados pelo LABIC (<http://www.labic.net/>), e divulgados nesta reportagem do El País, em 30 set. 2018: #EleNão: Após tomar as redes, movimento liderado por mulheres contra Bolsonaro testa força nas ruas. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/26/politica/1537989018_413729.html. Acesso em: 03 jul. 2020.

¹² Partindo da discussão proposta por Orlandi (2001, p. 9), entendemos, em AD, que qualquer processo de produção do discurso implica três momentos igualmente relevantes: sua constituição, formulação e circulação. No entanto, é preciso pontuar que tanto os processos de formulação quanto de circulação dos discursos ganham outros contornos quando as suas condições de produção envolvem o tecnológico, as redes sociais.



No item **sobre**, temos a descrição de que se trata de um site de notícias e mídia, que é a página oficial do grupo Mulheres com Bolsonaro, e

que a página é seguida por um pouco mais de 150 mil pessoas¹³; há, ainda, um endereço de e-mail e um link que leva para a inscrição em um grupo de WhatsApp.¹⁴ Já, no item de **transparência da página**, encontramos as seguintes informações: i) não há um proprietário da página confirmado; ii) a página foi criada em 15 de setembro de 2018 e, desde então, não sofreu alterações; iii) há duas pessoas no Brasil e uma em Ireland, uma ilha da Irlanda, que gerenciam essa página, no entanto, a identidade dessas pessoas não pode ser acessada, não é pública.

A outra página, intitulada “Mulheres com Bolsonaro” (doravante página 2), apresenta uma estrutura muito parecida, exceto por essas informações: i) foi criada em 02 de abril de 2018 (portanto, anterior à página 1); ii) na informação sobre o proprietário da página, há a descrição de que se trata de uma organização sem fins lucrativos; iii) há cinco pessoas no Brasil que gerenciam essa página, mas também não conseguimos visualizar a identidade dessas pessoas. A página conta, atualmente, com 68 mil seguidores¹⁵.

Diferentemente do grupo do MUCB, onde podemos visualizar a descrição do grupo, as regras para as administradoras do grupo, bem como temos acesso às suas identidades, as páginas das “Mulheres com Bolsonaro” ocultam tais informações. A partir, então, da observação da seção **transparência** das páginas, a pergunta que fica é: transparência ou manipulação de dados?

Tal questão nos impõe uma reflexão acerca das formas de dominação ideológica, as quais, segundo Araújo (2020, p. 2) “são eminentemente tecnológicas”, sendo que “a digitalização algorítmica age na modelagem

¹³ Acompanhamos essa página desde março de 2019, e o número de seguidores, à época, era de 150 mil. Em novembro de 2019, subiu para 155 mil, número que se mantém até a escrita deste artigo, em julho de 2020.

¹⁴ É de amplo conhecimento da população brasileira que esse aplicativo foi utilizado pela campanha de Bolsonaro em 2018, inclusive para disseminar notícias falsas contra o seu adversário. À época, o esquema de disparos em massa de notícias contra o PT, financiado por empresários, foi denunciado pelo jornal Folha de São Paulo. Reportagem, publicada em 18 de outubro de 2018, e assinada por Patrícia Campos Mello, pode ser acessada em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>. Essa reportagem-denúncia motivou outras ações no TSE, solicitando a cassação da chapa Bolsonaro-Mourão. Tais ações não foram julgadas até a presente data.

¹⁵ Como a página 1, acompanhamos essa página desde março de 2019, quando ela contava com 70 mil seguidores. De março de 2020 a junho de 2020, o número de seguidores oscilou entre 68 e 70 mil seguidores.

das subjetividades”. Portanto, segundo o autor, “a subjetividade humana se digitaliza robotizada em algoritmos por meio dos quais redes sociais como o *Facebook* ou *Instagram* remodelam os modos de perceber, sentir e interagir socialmente.” (ARAÚJO, 2020, p. 7). Ao que acrescentaríamos: remodelam os modos de os sujeitos se identificarem e os modos de dizer mobilizados na sua enunciação. Determinados pela lógica do capital, os algoritmos transformam os dados dos sujeitos da rede em mercadoria, em lucro. Nas palavras de Dantas (2014, p. 95), a internet, enquanto proporciona entretenimento, vende

[...] os cliques de busca, os perfis pessoais, o conteúdo dos e-mails, as situações das fotos, toda essa animada e midiaticamente estimulada “rede social” fornece para os servidores das grandes corporações e seus sofisticados algoritmos de rastreamento, registro e análise, dados extremamente precisos sobre gostos, vontades, expectativas, de um “consumidor” assim individualizado. *É o consumo produzindo a produção em tempo real, com uma precisão inaudita.* (Grifos do autor).

Assim, de forma contraditória e paradoxal, todas essas determinações produzem no sujeito uma falsa ideia de liberdade, de transparência, de fim das ideologias, etc, reforçando um discurso individualista e, supostamente, autoral, sem contradições. Conforme França e Grigoletto (2018, p.43), a “imagem do espaço virtual¹⁶ como mais poroso, como menos suscetível de ordem, joga com a imagem que o usuário-sujeito tem de si, produzindo nesse sujeito o efeito de liberdade, de tudo poder dizer”.

No entanto, esse dado do sujeito usuário capturado pelo algoritmo está na base: 1) “do digital e dos processos de individuação¹⁷ dos sujeitos” e

¹⁶ Tomamos aqui espaço virtual, seguindo a reflexão de Grigoletto (2011), como um espaço intercalar que se situa no entremeio dos espaços empírico e discursivo, sofrendo determinações de ambos. Considerando que a internet tem provocado mudanças nas estruturas sociais, entendemos, junto com a autora, que “o espaço virtual tem provocado efeitos não só nas práticas sociais presentes no espaço empírico, mas também nas práticas discursivas que constituem o espaço discursivo” (GRIGOLETTO, 2011, p. 53), não podendo ser simplesmente observado como um lugar onde circulam diferentes discursos. Esses discursos são outros, tem outras características porque são produzidos na rede e, muitas vezes, só nas redes sociais, por exemplo.

¹⁷ Pêcheux (1975) entende que o sujeito é, desde sempre, “um indivíduo interpelado em sujeito” pela ideologia, o que se oculta para o sujeito, que enuncia tomado pela evidência de ser “único, insubstituível e idêntico a si mesmo” (PÊCHEUX, 2009, p. 141). Orlandi (2002, p. 71), partindo desse entendimento da noção de sujeito, propõe um duplo movimento para

2) “dos procedimentos discursivos e dos dispositivos de poder que determinam o mundo e os processos de identificação.” (DIAS, 2018, p. 23).

Arriscamos a dizer, então, que essas mulheres, ao aderirem ao movimento do **Ele Sim**, já individuadas pelo Estado e pelo algoritmo da rede, passam a replicar enunciados e formulações de discursos conservadores de cunho patriarcal, reproduzindo sentidos que se inscrevem na enunciação como já evidentes, sustentando a argumentação. Como nos diz Araújo (2020, p. 13, 14): “No campo da subjetividade digitalizada, os memes e as *hashtags* são emblemáticos como formas ideológicas de replicação social e autônoma das ideias no espaço digital da internet sob a determinação da lógica social da mercadoria.”

Tanto no caso do #EleNão quanto do #EleSim, a utilização das tags¹⁸ contribuíram de forma significativa para a circulação dos discursos nos quais esses enunciados-hashtags se fizeram presentes, fazendo viralizar esses movimentos nas redes sociais.

Nas palavras de Paveau (2013, p. 1), a *hashtag* “é uma forma linguageira cuja função é essencialmente social, permitindo uma adesão difusa (*ambient affiliation*) dos usuários, a tecno conversacionalidade, e a investigabilidade (*searchability*) do discurso.”¹⁹ Ou seja, ela funciona tanto do ponto de vista da técnica, como de uma ‘espécie’ de marca linguística, própria das discursividades online, que nos guia a investigar determinadas regularidades nos discursos. Também é importante destacar a questão da

a compreensão da subjetividade: 1) um primeiro, que é a interpelação do sujeito pela ideologia, conforme já teorizado por Pêcheux, e que a autora chama de indivíduo em primeiro grau (I1), consiste no primeiro passo para que o indivíduo, afetado pelo simbólico, na história, seja sujeito, se subjetive. É o que produz a ilusão do sujeito como fonte do seu dizer; 2) um segundo, que consiste no processo de individuação do sujeito pelo Estado, que ela chama de I2. Nesse segundo movimento, que não deve ser tomado numa ordem cronológica em relação ao primeiro, é “o Estado, com suas instituições e as relações materializadas pela formação social que lhe corresponde, que individualiza a forma sujeito histórica, produzindo diferentes efeitos nos processos de identificação, leia-se de individua(liza)ção do sujeito na produção de sentidos.” (Op. cit., p. 71 – 72). Aqui, o indivíduo não é a unidade de origem, mas o resultado de um processo, materializado na forma sujeito capitalista. É nesse segundo movimento que o dado algorítmico intervém, junto com o Estado, no processo de interpelação do sujeito.

¹⁸ As tags são termos comumente usados para identificar o tema do conteúdo a ser compartilhado no espaço digital da internet, ou seja, são palavras associadas a uma informação e disseminadas pelos usuários da grande rede.

¹⁹ Tradução nossa: C’est une forme langagière dont la fonction est essentiellement sociale, permettant l’affiliation diffuse (*ambient affiliation*) des usagers, la technoconversationalité et l’investigabilité (*searchability*) du discours.

adesão difusa dos usuários de que nos fala a autora, pois é essa adesão que faz os discursos dessas campanhas circularem nas redes, como já pontuado acima. Entendemos que,

Ao fazer uso da tag, o sujeito-internauta se submete, antes de tudo, a uma estrutura de linguagem, que é o próprio símbolo da cerquilha, que representa um modo singular de inscrição dos sujeitos na rede, como uma forma de reunir discursos sobre um mesmo tema. Ainda que a proposta seja, do ponto de vista da técnica, reunir discursos que estão dispersos na rede, o efeito que se produz é difuso. Difuso do ponto de vista da circulação, mas também pelo modo como o sujeito-internauta se inscreve na rede, ao curtir, comentar, compartilhar as hashtags. (GRIGOLETTO; GALLI, 2019, p. 6)

É sobretudo acerca desse movimento de inscrição nas redes, a partir da tomada de posição pelo **Ele Sim**, que trataremos nas análises a seguir. Mas é fundamental destacar que a inscrição dessas mulheres nesses grupos, a adesão à hashtag #EleSim, vai além das redes, produzindo efeitos no social. Podemos dizer que, tanto o movimento do **Ele Sim** quanto o do **Ele Não**, vão além de simples *hashtags*; produziram-se como forma de luta, mobilizando pautas em campos antagônicos da política.

Enquanto o **Ele Não** produziu uma luta coletiva das mulheres, rechaçando a candidatura de Jair Bolsonaro e, posteriormente, o que representa o seu governo, o **Ele Sim** se produziu como resposta ao **Ele Não**, negando a luta coletiva feminista, ao mesmo tempo em que deu ênfase a conquistas individuais das mulheres. Enquanto o **Ele Não** grita “somos a fraquejada que vai te derrubar”²⁰, o **Ele Sim** se orgulha em repetir “sou mulher, sou Bolsonaro”.

Entre o eu, mulher feminina e o nós, mulheres feministas: algumas análises

Partindo da discussão apresentada no tópico anterior, onde tratamos das condições de produção, mas também de circulação do movimento

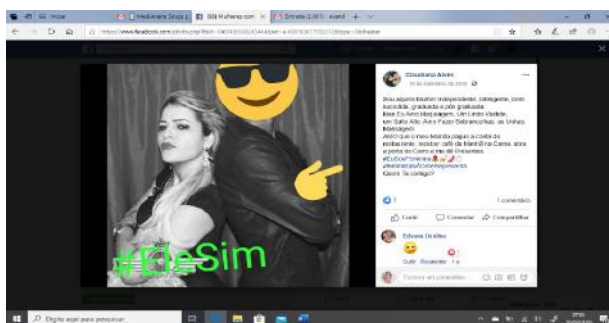
²⁰ Esse grito faz referência a uma fala de Bolsonaro, proferida em uma palestra na Hebraica, Rio de Janeiro, em abril de 2017: “Eu tenho 5 filhos. Foram 4 homens, a quinta eu dei uma fraquejada e veio uma mulher”. Disponível em:

<https://revistaforum.com.br/noticias/bolsonaro-eu-tenho-5-filhos-foram-4-homens-a-quinta-eu-dei-uma-fraquejada-e-veio-uma-mulher-3/>. Acesso em: 07 jul. 2020.

Ele Sim, em resposta ao **Ele Não** nas redes sociais, iniciamos as análises. Para a coleta do corpus, a partir da observação das páginas do Facebook descritas no item anterior, realizamos prints das postagens selecionadas, algumas seguidas de comentários/descrições do internauta que a postou e/ou de outros internautas leitores. Cada print foi considerado uma sequência discursiva (SD), a qual está composta por elementos verbais e imagéticos, o que configura uma regularidade nas discursividades online. Entendemos que cada SD se constitui como materialidade significativa (LAGAZZI, 2007), considerando-se as diferentes especificidades dos elementos que a compõe, não de forma complementar, mas contraditória. Segundo a autora, nesse tipo de recorte, ou de SD, como denominados aqui,

[...] não temos materialidades que se complementam, mas que se relacionam pela contradição, cada uma fazendo trabalhar a incompletude na outra. Ou seja, a imbricação material se dá pela incompletude constitutiva da linguagem, em suas diferentes formas materiais. Na remissão de uma materialidade a outra, a não-saturação funcionando na interpretação permite que novos sentidos sejam reclamados, num movimento de constante demanda. (LAGAZZI, 2007, p. 3)

Vejamos a **SD1**, retirada da página 1.



Fonte:²¹

Essa primeira sequência discursiva remete a uma postagem realizada na página “Mulheres com Bolsonaro #17”, em 19 de setembro de 2018,

²¹Disponível em:

<https://www.facebook.com/photo.php>

[fbid=1865185550243444&set=a.458763677552312&type=3&theater](https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1865185550243444&set=a.458763677552312&type=3&theater). Acesso em: 26 mar. 2020.

época da campanha do 1º turno das eleições presidenciais em 2018. A postagem é composta de uma imagem em que aparecem duas pessoas, uma de costas para a outra, - possivelmente uma foto da mulher que fez a postagem com seu esposo, como aparece explicitado na descrição²². Na imagem, o rosto e a mão do homem são cobertos por emojis, sendo que o da mão remete ao símbolo de “arminha”, muito utilizado por Bolsonaro na campanha, já que ele é a favor do armamento da população. Como uma espécie de legenda da imagem, aparece a hashtag #EleSim, em verde, que era uma das cores da campanha do então candidato. Então, só pelos efeitos de sentido produzidos pela imagem, a qual sugere uma mulher segura de si e desafiadora, mas que ao mesmo tempo se apresenta acompanhada de um homem que simula estar armado²³, podemos dizer que a internauta toma posição pelo #EleSim, identificando-se, ideologicamente, com as pautas defendidas por seu candidato. Mas chama mais a atenção a descrição que compõe a postagem, e que faz trabalhar a incompletude da imagem, como nos diz Lagazzi (2007). Assim, numa relação, não de complementaridade, mas de contradição com a imagem, essa descrição, retomada abaixo, funciona, discursivamente, como argumento para a tomada de posição desse sujeito-mulher que defende Bolsonaro Presidente.

SD1:

Sou aquela Mulher Independente, Inteligente, bem sucedida, graduada e pôs graduada.

Mas Eu Amo Maquiagem, Um Lindo Vestido,

um Salto Alto, Amo Fazer Sobancelhas, as Unhas, Massagem.

AMO que o meu Marido pague a conta do restaurante, receber café da Manhã na Cama, abra a porta do Carro e me dê Presentes.

#EuSouFeminina 🗣️ 📝 📌 🕒 #feministaNÃOmeRepresenta

Quem Ta comigo? (Post realizado em 19 set. 2018)

²² Essa mesma postagem pode ser encontrada na página pessoal da internauta e, na mensagem que a acompanha, se explicita a relação com o marido.

²³ A composição da imagem (a posição e gestualidade dos corpos retratados) reformula as representações da figura mítica de James Bond e suas Bond Girls, cujos sentidos se inscrevem no universo simbólico e estereotipado do homem representado como macho dominante e sedutor, que conquista poder e mulheres a partir de sua força e coragem. Cf. por exemplo os cartazes de divulgação do filme *Spectre* <https://imagens.app.goo.gl/GeMoAcmYBFkwZaV1A>. Acesso em: 29 jul. 2020.

Ao falar de si, a internauta se descreve como uma mulher *independente, bem-sucedida, graduada e pós-graduada*²⁴, o que produz a imagem de uma mulher realizada profissionalmente, com uma trajetória de superação pessoal. Em seguida, por meio da conjunção adversativa “mas”, introduz predicções que se mostram como contrárias às anteriores: amar *maquiagem, um lindo vestido, um salto alto, fazer sobancelhas, unhas, massagem*; pelo uso da caixa alta na grafia do verbo AMO, acrescenta, ainda, uma gradação na argumentação, introduzindo a predicção considerada mais forte: que o *marido pague a conta do restaurante, ofereça a ela café da manhã na cama, abra a porta do carro* e *lhe dê presentes*. E finaliza sua postagem fazendo o uso de duas hashtags: #EuSouFeminina; #feminista-NÃOmeRepresenta, seguidas da pergunta *Quem tá comigo?*, a qual funciona como uma forma de interpelar outras mulheres a aderirem a essas hashtags e, por sua vez, aos seus argumentos, replicando-as nas redes.

Observamos, nessa postagem, uma série de elementos que indicam a contradição pela qual o sujeito é atravessado e que podem nos dar pistas para a compreensão dos processos de identificação ideológica dessas mulheres. Antes de aprofundar teoricamente essa reflexão, é preciso lembrar, como já pontuado no item anterior, que o sujeito, para a teoria materialista do discurso, não coincide com a presença física do indivíduo humano. Os indivíduos, como nos mostra a tese althusseriana, são interpelados em sujeito pela ideologia (ALTHUSSER, 1985, p. 93). As ideologias, por sua vez, não são ideias, mas forças materiais, que não tem sua origem nos sujeitos, mas constituem os indivíduos em sujeitos (PÊCHEUX, 2009, p. 120).

Uma vez interpelado pela ideologia, o sujeito sofre duas ilusões: de que é origem do seu dizer (esquecimento nº 1) e de que controla os sentidos daquilo que diz (esquecimento nº 2) (PÊCHEUX, 2009). E é justamente por estar afetado por essas ilusões que o sujeito é tomado pela contradição.

Voltando à descrição da postagem, observamos que funciona uma contradição entre ser mulher e ser feminista. Linguisticamente, a conjunção adversativa *mas* introduz um contra-argumento que opõe predicções que são apresentadas como excludentes entre si: as da ordem do “feminino” - usar *maquiagem, salto alto*, etc, receber um presente e outros agrados do marido - e as da ordem feminismo - ser *independente, bem-sucedida, graduada, pós-graduada*. Assim, aquilo que é da ordem do feminismo não se

²⁴ Os itálicos, aqui nas análises, servem como destaque para a retomada das marcas linguísticas das SDs.

inscreveria na ordem do feminino, o que é ratificado pelas *hashtags* que finalizam a postagem: *#EuSouFeminina*, *#FeministaNÃOmeRepresenta*. Essas *hashtags* significam a partir de uma oposição (as mulheres feministas NÃO são femininas), que se inscreve na formulação como discurso transversal, sustentando a articulação entre as duas *hashtags* na SD. Ou seja, a mulher feminista não representaria a mulher feminina PORQUE as feministas não gostariam de maquiagem e salto alto, nem de receber agrados do marido. Ao mesmo tempo, a partir desse lugar de enunciação de mulher-feminina se silencia que a independência da mulher e seu direito à educação e ao desenvolvimento profissional são conquistas do movimento feminista. Trata-se do funcionamento da contradição que, nas palavras de Pêcheux (2009, p. 142), se produz pela

[...] discrepância entre a estranheza familiar desse fora situado antes, em outro lugar, independentemente (o pré-construído) e o sujeito responsável, identificável, que dá conta de seus atos [...]. O sujeito, pela sua ignorância, pode se submeter a essa contradição, ou apreendê-la por meio de sua agudeza de espírito.

No caso em análise, o pré-construído mobiliza justamente as conquistas do movimento feminista que são aqui silenciadas, já que o sujeito não apreende a contradição, mas a sofre, naturalizando sentidos que associam o “ser mulher” ao seu modo de se vestir e se comportar, declinados conforme o figurino conservador e machista. Considerando o histórico dessas páginas, conforme descrito acima, e principalmente as práticas de enunciação políticas adotadas pelo então candidato e atual presidente, Bolsonaro, reproduzidas por seus simpatizantes, é possível aproximar o funcionamento dessas afirmações, que mobilizam predicções próprias ao universo feminista – a realização profissional das mulheres - ao mesmo tempo que apagam sua inscrição no espaço de memória das conquistas do feminismo, ao funcionamento do cinismo (BALDINI, 2012), enquanto modo de dizer e de subjetivação que poderia ser descrito pelo enunciado: *Sei bem o que estou fazendo* [me apropriando de bandeiras feministas], *mas mesmo assim o faço* [apago a luta feminista e silêncio sobre suas conquistas históricas].

Entendemos, ainda, que, a partir dessa tomada de posição pelo **Ele Sim**, colocam-se em jogo dois lugares de enunciação, quais sejam: *Eu, mulher feminina X Nós, mulheres feministas*. Compreendemos a noção de lugar

de enunciação, a partir da discussão proposta por Zoppi-Fontana (1999, p. 23). Segundo a autora,

[...] os lugares de enunciação se definem em relação ao funcionamento do Estado e de suas instituições, porém consideradas as regras de projeção pelas quais as posições de sujeito, das quais esses lugares são parte integrante, se delimitam no interdiscurso, no processo contínuo de sedimentação das condições de produção.

Nessa relação com o Estado, o sujeito é individuado também pelo dado algorítmico, conforme discutimos no item anterior, sendo os lugares de enunciação um “modo de dizer” e de se representar imaginariamente o sujeito, sempre já determinado pela posição que ele ocupa discursivamente. Logo, esse modo de dizer - *#EuSouFeminina*, *#FeministaNAOmeRepresenta*, está determinado pela posição-sujeito que essa mulher ocupa, sua identificação com o movimento **Ele Sim**.

Essa mulher, então, diz do lugar de enunciação *Eu, mulher feminina*, e no seu dizer se opõe e nega o lugar de enunciação *nós, mulheres feministas*, representado como seu outro antagônico. Enquanto ela se reconhece como feminina, nega uma eventual identificação com as predicções que definem a mulher feminista, rechaçando esse lugar e o modo de dizer que o configura. Para avançar na reflexão sobre o que está em jogo nessa disputa entre esses dois lugares de enunciação, trazemos outra citação de Zoppi-Fontana (2017, p. 66):

Os lugares de enunciação, por presença ou ausência, configuram um modo de dizer (sua circulação, sua legitimidade, sua organização enunciativa) e são diretamente afetados pelos processos históricos de silenciamento. Esses modos de dizer mobilizam as formas discursivas de um *eu* ou de *nós*, de cuja representação imaginária a enunciação retira sua legitimidade e força performativa. É a partir desses lugares de enunciação, considerados como uma dimensão das posições-sujeito e, portanto, do processo de constituição do sujeito do discurso, que se instauram as demandas políticas por reconhecimentos e as práticas discursivas de resistência.

Partindo do que nos diz Zoppi-Fontana (2017a) sobre os processos históricos de silenciamento dos lugares de enunciação, bem como das formas discursivas de um *eu* e/ou de *nós*, entendemos que, nos discursos das

mulheres eleitoras de Bolsonaro, suas demandas se referem principalmente à reafirmação de uma tomada de posição, assumida enquanto tal (Pêcheux [1975] 2009) com imagens já estabilizadas e cristalizadas socialmente para a mulher pela dominação patriarcal. O lugar de enunciação *eu-mulher feminina* produz uma imagem de mulher definida pelas predicções de *mãe, esposa e vaidosa*, ou seja, as predicções que desenhavam o perfil de uma suposta mulher ideal, segundo o famigerado enunciado *Bela, recatada e do lar*²⁵. O processo histórico que é aqui silenciado é justamente o das lutas dos movimentos feministas²⁶, que conquistou para as mulheres o direito ao

²⁵ Zoppi Fontana (2018) desenvolve uma análise do funcionamento desse enunciado, descrevendo sua circulação e seus deslocamentos a partir da luta ideológica contra a imposição de uma imagem de mulher ideal defendida em publicação da revista *Veja*, datada em 18 abril de 2016, que propunha a figura de Marcela Temer como modelo.

²⁶ De acordo com Pêcheux (1990, p. 16) não é possível localizar a fonte de um processo revolucionário, tampouco pressupor “a existência de um germe revolucionário independente”. Se pressupormos isso, incorreríamos no equívoco, de atribuir ao feminismo, por exemplo, “o estatuto de contra-ideologias revolucionárias”. Isso supõe conceber as *ideologias dominadas* como “germes reprimidos e abafados pela ideologia dominante”. É preciso, ao contrário, perceber que a dominação “se exerce primeiramente na organização interna das próprias ideologias dominadas”, e não “em um ‘outro mundo’, anterior, exterior ou independente”. Assim, segundo Pêcheux (1990, p. 17), só poderíamos acessar os precedentes de um discurso revolucionário retornando “aos pontos de resistência e de revolta que se incubam sob a dominação ideológica”. Trazemos aqui essa reflexão de Pêcheux para pontuar que não será possível, no escopo deste artigo, retornar a esses pontos de resistência e de revolta do movimento feminista, reconstruindo a sua constituição histórica. Apenas lembramos que o movimento feminista está longe de ser homogêneo; ao contrário, é extremamente heterogêneo, e marcado por diferentes ondas, como ficaram conhecidas as fases da luta feminista em diferentes países. Sendo bastante reducionistas, retomamos algumas questões importantes sobre a constituição histórica do movimento feminista. No século XIX, surge a primeira onda do movimento feminista, cuja principal bandeira foi o direito ao voto, conquistado, no Brasil, somente em 1932. A essa primeira onda, seguem-se a segunda e a terceira. A segunda onda é marcada, principalmente, por reflexões acerca das questões de gênero, liberdade sexual, liberdade de escolha sobre a maternidade, direito ao aborto, entre outras opressões impostas às mulheres pela nossa sociedade patriarcal. Na terceira onda, iniciada nos anos 1990, começa a se desenhar uma heterogeneidade maior dentro do próprio movimento feminista, que passa por grandes transformações, marcadas pelo reconhecimento de uma pluralidade contraditória de mulheres e de demandas específicas, com destaque para o movimento feminista negro e LGBTTI. Hoje, vivenciamos a quarta onda do movimento feminista que incorpora a cibermilitância como forma de luta, na qual se situa, por exemplo, o movimento da Marcha das Vadias. No Brasil, essas quatro diferentes ondas não são bem demarcadas.

voto e ao acesso à educação, entre outros. Assim, o dizer das mulheres que enunciam a partir desse lugar de enunciação – *eu, mulher feminina* –, que está ancorado num processo de identificação individualizante, reforça os estereótipos de mãe, avó, esposa, beleza e docilidade já sedimentados como dominantes na sociedade patriarcal. Considerando os modos de dizer que configuram a enunciação de um sujeito, representados nas formas discursivas do *eu* e do *nós*, entendemos que, entre o *eu individual* e o *nós coletivo*, projeta-se imaginariamente, por antecipação, um *vocês* antagônico, no qual essa mulher feminina não se inclui nem reconhece: *vocês, feministas, não me representam*. É interessante observar, por fim, que a recorrência no corpus é o uso do *eu*, aparecendo bem raramente o *nós*, o que marca mais uma oposição entre o movimento do **Ele Sim** e do **Ele Não**, no qual a recorrência é o *nós*.

Portanto, o que se coloca em jogo, a partir desses dois lugares de enunciação, é uma disputa entre uma identificação como *mulher feminina*, ancorada na representação de um processo de superação das “limitações” a partir do empenho e mérito individual (sou *independente, graduada e pós-graduada*) e uma identificação ancorada em processos de luta coletiva e de construção de um sujeito político, *nós*, que denuncia a dominação estrutural e constrói demandas por equidade, a *mulher feminista*. A representação dos processos de identificação como uma trajetória de sucesso individual, descrita por Zoppi Fontana (2017b) como *alegoria do sucesso*, está no âmago do funcionamento do discurso neoliberal, que insiste na interpretação moral e mercantilista das relações sociais²⁷. Os processos de identificação que configuram o lugar de enunciação da *mulher feminista*, ancorados na representação de um *nós* em luta coletiva, e que se materializam em movimentos como o **Ele Não**, se inscrevem em uma posição-sujeito antagônica, que tensiona, a partir do interdiscurso, a construção das evidências que sustentam os processos de interpelação projetados pelos enunciados *#EuSouFeminina, #FeministaNAOmeRepresenta*. Dessa forma, se configura, a partir do mecanismo da antecipação, a imagem do *vocês* antagônico, no qual nem o lugar de enunciação do *eu, mulher feminina* nem o do *nós, mulheres feministas* se incluem.

²⁷ Retomamos aqui as análises de Guilbert (2020) sobre as evidências construídas pelo discurso neoliberal.

Dando continuidade à análise, apresentamos essa outra postagem, que aparece como comentário-resposta da SD3, que analisaremos em seguida. Mas a trazemos aqui por considerar que ela dialoga com a hashtag *#feministaNÃOmeRepresenta*, que acabamos de analisar. Trata-se de uma postagem da página 2, realizada em 26 de setembro de 2018. Vejamos:

SD2:



Fonte:²⁸

Nessa SD, observamos uma postagem composta da imagem de Bolsonaro em branco, contrastando com sua silhueta em preto, e da formulação “Sou mulher e Bolsonaro me representa”, estando “mulher” e “me representa” destacados nas cores rosas. Na descrição da postagem, aparecem as seguintes hashtags: *#EleSim #Bolsonaro17*. Ao enunciar *Bolsonaro me representa*, esse sujeito-mulher rechaça o sentido contrário, que circula na formação discursiva (FD)²⁹ antagônica, na qual se inscrevem as mulheres que se identificam com o movimento do **Ele Não**. Podemos, assim, colocar

²⁸ Disponível em:

[https://www.facebook.com/photo.php?](https://www.facebook.com/photo.php?fbid=946957065489108&set=p.946957065489108&type=3)

[fbid=946957065489108&set=p.946957065489108&type=3](https://www.facebook.com/photo.php?fbid=946957065489108&set=p.946957065489108&type=3). Acesso em: 09 jul. 2020.

²⁹ Haroche, Pêcheux e Henry (1971) definem formação discursiva como “o que pode e deve ser dito (articulado sob a forma de uma arenga, um sermão, um panfleto, uma exposição, um programa etc.) a partir de uma posição dada numa conjuntura dada [...]” (HAROCHE; PÊCHEUX; HENRY, 2007, p. 26). Courtine ([1981] 2009), ao retomar o conceito de Formação Discursiva em Pêcheux, afirma que a FD correlaciona, contraditoriamente, o nível do enunciado e o nível da formulação. E, ao propor essa correlação, insiste na importância do *interdiscurso como aquilo que regula o deslocamento das fronteiras da FD*, que passam a ser bem mais elásticas e porosas. É com tal noção de FD que operamos neste trabalho, entendendo que os movimentos **Ele Sim** e **Ele Não** se inscrevem em FD antagônicas, já que são determinadas por Formações Ideológicas igualmente antagônicas.

em relação de paráfrase essa formulação com a hashtag da postagem anterior: *#FeministaNAOMeRepresenta*.

Nessa mesma direção de sentido, entendemos que a formulação *Sou mulher* funciona como argumento tanto para o *#EleSim* quanto para *Bolsonaro me representa*, e está em relação de paráfrase com a formulação *#EuSouFeminina*, anteriormente analisada.

O argumento para o *#EleSim* funciona, então, como forma de negar o *#EleNão*. Embora estejamos diante de um enunciado afirmativo (**Ele Sim**), entendemos que, discursivamente, ele mobiliza dois tipos de negação, segundo as categorias propostas por Indursky (2013). A autora, ao discutir o discurso dos Presidentes militares, formula duas categorias para analisar o que ela chama de *negação externa*. Trata-se da *negação do discurso outro* e da *negação do pré-construído do discurso outro*. Tais negações, nas análises realizadas pela autora, funcionam em enunciados distintos, formulados por diferentes materialidades linguísticas. Diferentemente dos discursos analisados por Indursky (2013), no corpus aqui em análise, um mesmo enunciado, uma mesma formulação (o *Ele Sim*) vai colocar em funcionamento esses dois tipos de negação. Vejamos.

A *negação do discurso outro* apresenta duas características essenciais: a marca da negação é explícita e o discurso do outro é implícito (INDURSKY, 2013, p. 266, 267). No caso do **Ele Sim**, a marca da negação está explicitada pelo sim, já que essa afirmação só existe em função do que já é negado no discurso outro, no **Ele Não**. Estamos diante, portanto, de uma espécie de dupla negação. Assim, o dito em uma FD transforma-se em não-dito na outra, estando o **Ele Não** implícito na afirmação do **Ele Sim**. O funcionamento desse tipo de negação “transforma o *discurso do outro* em seu contrário e como tal o incorpora.” (INDURSKY, 2013, 267, grifos da autora). O **Ele Não** (discurso outro que é mascarado) transforma-se em **Ele Sim**, sendo que o primeiro funciona como *discurso transverso*³⁰, fornecendo a matéria prima para que o sujeito enuncie o **Ele Sim** e, por sua vez, para que isso faça sentido.

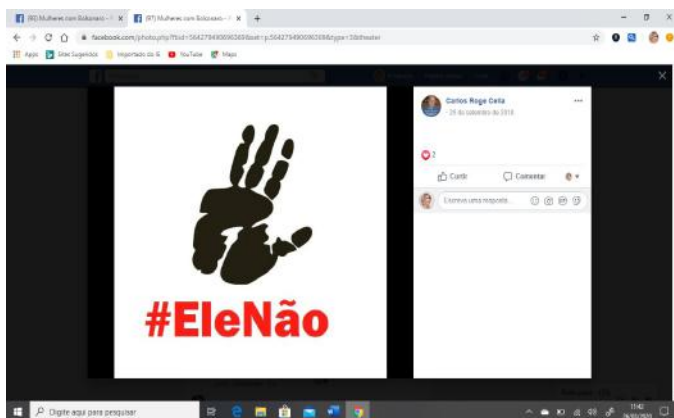
³⁰ Segundo Pêcheux (2009, p. 154), o “discurso-transverso atravessa e põe em conexão entre si elementos discursivos constituídos pelo *interdiscurso enquanto pré-construído*”, o qual fornece a *matéria prima* para o sujeito se constituir em “sujeito falante”, assujeitado à FD em que se inscreve.

Já a *negação do pré-construído do discurso outro* “tem como escopo não o discurso do *outro*, mas o que lhe subjaz, o que lhe dá sustentação” (INDURSKY, 2013, p. 273, grifos da autora). Trata-se de negar enunciados pré-construídos provenientes do interdiscurso da FD antagônica, na qual o **Ele Não** se inscreve. “O escopo dessa negação visa desqualificar princípios que embasam e legitimam o discurso do outro” (INDURSKY, 2013, p. 275, 276), o que significa dizer, no caso em análise, que, ao afirmar **Ele Sim**, nega-se não somente o **Ele Não**, mas os argumentos que sustentam essa última tomada de posição, desqualificando, deslegitimando a luta dessas mulheres. Essa desqualificação pode ser apreendida em formulações como a que acabamos de analisar - *#FeministaNãOmeRepresenta* - bem como em formulações que incorporam pré-construídos a exemplo de *Ele não é machista* (que analisaremos adiante). O argumento apresentado na postagem em análise, materializado na formulação *Sou mulher*, mobiliza, por efeito de pré-construído, as evidências do que seria ser mulher e o que caberia/não caberia enunciar a partir desse lugar. A essa formulação se encadeia, por articulação sintática materializada na conjunção *e*, a outra formulação presente na imagem: *Bolsonaro me representa*. Discursivamente, um elemento de um domínio de pensamento (mulher não vota em Bolsonaro, que pertence à FD em que o **Ele Não** se inscreve) irrompe (pela operação da dupla negação já mencionada) num elemento do outro domínio (Sou mulher e Bolsonaro me representa, que pertence à FD em que o **Ele Sim** se inscreve) sob a forma do que Pêcheux (2009, p. 89) chamou de “pré-construído”, isto é, *como se esse elemento já se encontrasse aí*.

Apresentando um funcionamento parecido de *negação do discurso outro*, um enunciado que circula na FD do **Ele Sim** é o **Ele Não** numa referência ao ex-Presidente Lula, de forma debochada, a partir da imagem de sua mão com 4 dedos, como na imagem abaixo. Consideramos que, nesse caso, opera uma espécie de negação às avessas, já que há uma apropriação do discurso que circula na FD antagônica para negá-lo, distorcer o seu sentido, usando-o como argumento por oposição (Ele [Bolsonaro] sim PORQUE Ele [Lula] não), mas mantendo a mesma formulação.³¹

³¹ Não nos deteremos nessa análise, uma vez que esse não é o foco deste artigo. No entanto, não poderíamos deixar de mencionar a presença desse enunciado, que é recorrente nas páginas analisadas.

SD3:



Fonte: ³²

A partir do *Sou Mulher*, coloca-se em jogo, mais uma vez, a relação entre ser feminina e ser feminista. Embora não se defina o que se entende por feminino, o modo como essas mulheres dizem, ao enunciarem “Sou mulher e voto em Bolsonaro”, reinscreve memórias a partir das quais o lugar social destinado à mulher suporta a determinação de predicções que definem papéis bem delimitados pela sociedade patriarcal: ser mãe, esposa, avó, bisavó; defender a família cristã; estar bem-arrumada (especialmente para o marido); predicções que seriam excludentes em relação de ser feminista. É a ideologia fornecendo “as evidências pelas quais “todo mundo sabe” o que é um soldado, um operário, um patrão, uma fábrica, uma greve etc., evidências que fazem com que uma palavra ou um enunciado “queiram dizer o que realmente dizem” e que mascaram, assim, sob a “transparência da linguagem” [...] o caráter material do sentido das palavras e dos enunciados.” (PÊCHEUX, 2009, p. 146). Ao que acrescentamos: todo mundo sabe o que é uma mulher feminina, mas nem todos sabem o que é uma mulher feminista. Assim, sob o funcionamento do ideológico, um sentido se produz como evidente, homogêneo: a mulher feminista não teria traços interpretados como femininos, não gostaria de estar bem arrumada, rejeitaria a maternidade, entre outros efeitos. Tais sentidos fazem vir à tona um discurso conservador, moralista e, como já mostramos, neolibe-

³² Disponível em:

[https://www.facebook.com/photo.php?](https://www.facebook.com/photo.php?fbid=564279490696369&set=p.564279490696369&type=3)

[fbid=564279490696369&set=p.564279490696369&type=3](https://www.facebook.com/photo.php?fbid=564279490696369&set=p.564279490696369&type=3). Acesso em: 11 jul. 2020.

ral, que nega as conquistas do movimento feminista, colocando em campos opostos o *eu* feminina e o *nós* feminista.

Dando continuidade à análise, apresentamos uma outra postagem da página 2, realizada em 26 de setembro de 2018, em que o enunciado *Sou mulher* comparece mais uma vez como argumento para o **Ele Sim**. Vejamos a **SD4**:

SD4:



Fonte: ³³

Como se observa, temos, mais uma vez, nessa materialidade significativa (LAGAZZI, 2007), uma relação, não de complementariedade mas de contradição, no sentido de que a imagem faz trabalhar a incompletude do enunciado verbal e vice-versa. Trata-se, na verdade, de um post de campanha do então candidato a deputado federal, Felipe Francischini, apoiador de Bolsonaro na campanha presidencial, e hoje líder do PSL na câmara federal³⁴. O nome e número do deputado aparecem grafados no punho da mão de uma mulher-feminina, uma vez que está com as unhas feitas, e usa uma pulseira de pérolas (características da imagem de mulher-feminina, não feminista, produzida pelos efeitos de sentidos dominantes no corpus em análise). As marcas da contradição que atravessam esse sujeito se mostram no símbolo da arma, feito pela mão de unhas pintadas, que remete a sentidos armamentistas tradicionalmente associados ao universo masculi-

³³ Disponível em:

<https://www.facebook.com/mulherescombolsonaroficial/photos/a.818711808317901/936988309823583/?type=3&theater>. Acesso em: 26 mar. 2020.

³⁴ Os posts com o nome desse deputado, ou assinados por ele, são recorrentes nessa página, o que demonstra que não se trata de uma página exclusivamente feminina.

no. Porém, dado que o argumento do armamento da população faz parte da FD na qual se inscreve o movimento **Ele sim**, o gesto de “fazer arminha” é incorporado como traço de identificação nesse lugar de enunciação³⁵. Em letras brancas em destaque, sob um fundo rosa, cor do feminino, temos o enunciado *Sou mulher*, ao qual se encadeia *Sou Bolsonaro*. Tais enunciados apresentam o mesmo funcionamento discursivo da SD anterior. O *@elesim* aqui é marcado, não pela hashtag, mas pelo uso da arroba, com o prolongamento do *ii*, de forma a reforçar a tomada de posição pelo **Ele Sim**. Na descrição da postagem, uma sequência de enunciados-hashtags - funcionam *#bolsomito #bolsonaro17 #felipefrancischini #felipefranciscini1777 #1777francischini #francischini #bolsonarobrasil #omitochegou* - como paráfrases, de forma a buscar a adesão de outras/outros eleitores, tanto para Bolsonaro, o mito, quanto para Felipe Francischini, já que se destacam, além dos nomes dos candidatos, seus números. Trata-se de discursividades *prêt-à-porter*³⁶, isto é, prontas para serem consumidas por outros internautas, eleitores. Ao se repetirem de forma exaustiva, alterando somente a ordem dos elementos apresentados, garantem o efeito cola a um sentido já evidente em torno dos significantes em destaque: Bolsonaro, Francischini, mito.

Voltando ao efeito de sentido paradoxal da mão da mulher fazendo símbolo de arma, que é uma regularidade no corpus em análise, entendemos que essa mulher, determinada pelo lugar de enunciação *Eu, mulher feminina*, identifica-se, ideologicamente, sob a forma da “intersubjetividade” e do “consenso”, com as pautas bolsonaristas. Daí o discurso do armamento. Trata-se da identificação do sujeito *consigo mesmo* e, simultaneamente, com o outro (com *o* minúsculo), no qual me reconheço, numa “mistura supreendente de absurdo e de evidência, e do retorno do estranho no familiar”. (PÊCHEUX, 2009, p. 142).

Segundo o autor, é através do autocomentário (*Sou mulher, sou Bolsonaro...*), que o discurso do sujeito se desenvolve e se sustenta sobre si mesmo. O autocomentário caracteriza-se, então, como um

³⁵ A figura de Sara Winter, empunhando uma arma em cada mão e liderando o movimento dos 300, é emblemática nesse sentido e representa o funcionamento contraditório dos processos de identificação inscritos no lugar de enunciação *mulher-feminina*. Cf. <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-53053329>. Acesso em: 29 jul. 2020.

³⁶ Denominamos aqui as discursividades *prêt-à-porter*, conforme Mariani (2018, p. 7), que as define como textos, vídeos, memes, imagens, hashtags etc, que são compartilhadas nas redes sociais, sem que, muitas vezes, o sujeito reflita sobre o que está compartilhando, produzindo um “efeito-cola, de adesão, como novos reenvios”.

[...] caso particular dos fenômenos de paráfrase e reformulação [...] constitutivos de uma formação discursiva dada, na qual os sujeitos por ela dominados se reconhecem entre si como espelhos uns dos outros: o que significa dizer que a coincidência (que é também conivência – e mesmo, cumplicidade) do sujeito consigo mesmo se estabelece pelo mesmo movimento entre os sujeitos, segundo a modalidade do “como se” (como se eu que falo estivesse no lugar onde alguém me escuta), modalidade na qual a “incorporação” dos elementos do interdiscurso (pré-construído e articulação-sustentação) pode dar-se até o ponto de confundi-los, de modo a não haver mais demarcação entre o que é dito e aquilo a propósito do que isso é dito. (PÊCHEUX, 2009, p. 155).

É nessa perspectiva do autocomentário, do dizer sobre si mesmo que as relações parafrásticas em torno do enunciado *sou mulher* se produzem no interior da formação discursiva do **Ele Sim**. É pela busca da intersubjetividade e do consenso, pela busca do outro como espelho de si mesmo que as mulheres, eleitoras de Bolsonaro, reproduzem o projeto de país, o modelo de família cristã, o discurso da não corrupção, da nova política, etc, defendidos pelo seu candidato. É esse funcionamento que vamos observar na última SD, coletada no twitter. Vejamos a **SD5**:

SD5:



Fonte:³⁷

³⁷ Disponível em: <https://twitter.com/Cfogliene06/status/1236727926663581697?s=20>. Acesso em 11 jun. 2020.

Diferente das demais SDs, essa não foi produzida durante a campanha eleitoral, mas retoma uma manifestação da campanha, através do vídeo que acompanha a postagem, do qual trataremos a seguir. Esse tuíte foi realizado no dia 8 de março de 2020, dia em que se comemora o dia internacional da mulher, e apresenta uma série de enunciados-hashtags que funcionam, como já discutimos a partir da SD anterior, para produzir esse efeito cola a um sentido já evidente, tomado como homogêneo. Chama a atenção o modo como a internauta se identifica em seu perfil - *Cris, vovó do Joaquim* – reforçando a inscrição desse sujeito-mulher no lugar de enunciação *eu, mulher feminina, mãe, avó, que ama (com todo respeito) nosso presidente* e, por isso, vai à manifestação a favor do seu governo no dia 15 de março, tomada de posição materializada na hashtag #Dia15EuVou³⁸. Na série de hashtags, temos #diadasmulheres, #MulheresComBolsonaro, #Dia15EuVou, que funcionam em relação parafrástica com o #EleSim. Observamos, portanto, uma retomada, pela incorporação de elementos do interdiscurso, do nome próprio dos grupos em análise - #MulheresComBolsonaro - reforçando a identificação com o #EleSim, mesmo após um ano de governo. Ao final da postagem, aparece um vídeo, que retoma um momento da campanha de Bolsonaro de 2018. E é nas falas das mulheres que aparecem nesse vídeo, que observamos os fenômenos de paráfrase e reformulação, no interior da formação discursiva do **Ele Sim**. Vejamos as formulações abaixo (SD4) que se constituem como autocomentários, e que são uma transcrição das falas de mulheres apresentadas nos momentos iniciais do vídeo.

- Mulher 1: E é por amor ao Brasil, por amor a Deus que nos encontramos aqui hoje, para defender a nossa família, a nossa nação.

³⁸ Acreditamos ser do conhecimento da maioria dos Brasileiros o fato de que, logo após o início da pandemia do coronavírus no Brasil, simpatizantes do Presidente, desrespeitando as recomendações sanitárias da Organização Mundial da Saúde e do Ministério da Saúde Brasileiro, compareceram às ruas no dia **15 de março** para um ato a favor do Governo Jair Bolsonaro. E o Presidente foi ao encontro dos seus apoiadores em Brasília, apertando as mãos de muitos manifestantes, tirando selfies, e sem utilizar máscara, embora, dias antes, tenha pedido, em rede nacional de rede e televisão e também nas redes sociais, que os atos fossem repensados/adiados. Daí surgiu, nas redes, as hashtags #Dia15EuVou, e #DesculpaJairMasEuVou. Outras informações sobre as manifestações do Presidente e a reação dos seus apoiadores podem ser encontradas em notícias como as disponíveis nos seguintes links: <https://noticias.uol.com.br/saude/ultimas-noticias/redacao/2020/03/12/demascara-bolsonaro-faz-live-para-falar-sobre-coronavirus.htm>; <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2020/03/15/sem-aval-jair-bolsonaro-coronavirus-militantes-manifestacao-200-cidades.htm>. Acesso em: 14 jul. 2020.

- Mulher 2: Ele não está preso!
- Mulheres 3 e 4 juntas: Ele não é corrupto!
- Mulher 4: Ele não é machista! Ele não é homofóbico!
- Mulher 2 volta a falar: Ele não é racista!
- Mulher 5: Sou mulher e sou Bolsonaro!
- Mulher 3 volta a falar: Cristão, patriota, defensor da família!
- Mulher 2 volta a falar: que irá pôr fim à hegemonia da esquerda no país.
- Mulher 6: Sou mulher, sou Bolsonaro!
- Mulher 3 volta a falar: Sou mulher, sou mãe!
- Mulher 2 volta a falar: Sou mulher, esposa e sou Bolsonaro!
- Mulher 5 volta a falar: ... porque acredito que ele representa
- Mulher 7: sou mulher, sou bisavó com muito orgulho e sou Bolsonaro de cabeça e no coração. E a minha geração está indo embora, o futuro depende de vocês!

A partir das pistas linguísticas que observamos nessas falas, entendemos que elas se organizam, basicamente, em três famílias parafrásticas, (re)formulando o que (não) pode e (não) deve ser dito na FD antagônica, na qual se inscrevem discursos que tomam posição pelo **Ele Não**, de modo a reafirmar a sua posição pelo **Ele Sim**. Vejamos:

Ele não está/é...	Sou mulher e...	Ele é/irá...
<i>preso</i>	<i>sou mãe</i>	<i>cristão</i>
<i>corrupto</i>	<i>sou esposa</i>	<i>patriota</i>
<i>machista</i>	<i>sou bisavó</i>	<i>defensor da família</i>
<i>homofóbico</i>		<i>pôr fim à hegemonia da esquerda no país</i>
<i>racista</i>	Sou Bolsonaro	

Nessa primeira família parafrástica, esses sujeitos-mulheres, inscritos no lugar de enunciação *eu, mulher feminina*, reafirmam sua tomada de posição pelo **Ele Sim**, a partir de dois movimentos diferentes de negação que, no entanto, se relacionam entre si. Num primeiro movimento, desqualificam o candidato de oposição, que pertencia ao PT, e, ao mesmo tempo, defendem o seu candidato, comparando-o ao ex-presidente Lula que, no momento da campanha eleitoral, encontrava-se preso em Curitiba, acusado de corrupção. Daí a afirmação de que *ele não está preso* e *não é corrupto*. Nesse caso, o discurso do outro é revelado pelas características atribuídas a

esse outro (Lula especificamente aqui) e que não estariam presentes em Bolsonaro. Trata-se da *negação invertida do não-dito do discurso outro*: ele está preso, ele é corrupto. Ao incorporar o não dito da FD antagônica, há a transformação desse “discurso do outro em seu contrário” (INDURSKY, 2013, p. 267). No entanto, na passagem de uma FD a outra (do **Ele Não** ao **Ele Sim**), há também a mudança do referente. Assim, “Lula está preso”, “Lula é corrupto” transforma-se em “Bolsonaro não está preso”, “Bolsonaro não é corrupto”. É importante pontuar, por fim, que o movimento do **Ele Não** não defendia o ex-presidente, nem surgiu com esse propósito, como mostramos no primeiro tópico deste artigo.³⁹

No segundo movimento, ao se apropriarem de elementos do inter-discurso vindos da FD antagônica, distorcem o sentido que lá circula de que Bolsonaro é *machista, homofóbico e racista*. Trata-se do funcionamento da *negação do pré-construído do discurso outro*, já analisado em SD2, que visa desqualificar o que dá sustentação à tomada de posição pelo **Ele Não**.

Tanto no primeiro como no segundo movimento, o referente é o mesmo, isto é, o **Ele** refere-se a Bolsonaro, mas o modo como a negação funciona em cada movimento tem suas especificidades, conforme já mostramos. Também na relação de disputa de sentidos entre uma FD e outra, o **Ele** continua fazendo referência a Bolsonaro. O que ocorre é que, a partir de um movimento de apropriação de uma formulação que circulou na FD do **Ele Não**, há uma distorção dos sentidos quando essa mesma formulação passa a circular na FD antagônica, a do **Ele Sim**. Isso é ratificado pela citação clássica de Pêcheux (2009, p.147) de que “as palavras, expressões, proposições etc., recebem seu sentido da formação discursiva na qual são produzidas”, sendo “determinado pelas posições ideológicas que estão em jogo no processo sócio-histórico” (PÊCHEUX, 2009, p. 146) de produção.

Na segunda família parafrástica, estão em relação de paráfrase com o enunciado *Sou mulher*, os enunciados *sou mãe, sou esposa e sou bisavó*, predicções que são associadas como evidências à identificação como *mulher (feminina)* na sociedade patriarcal. E esse conjunto de enunciados funcionam como argumento para o voto em Bolsonaro, já que ele é apresentado como um *defensor da família*.

Por fim, na terceira família parafrástica, aparecem outros enunciados que destacam as características de Bolsonaro, agora não mais por um

³⁹ Embora o **Ele Não** se descrevia como apartidário, muitas eleitoras do PT e defensoras da liberdade do ex-Presidente Lula aderiram ao movimento. Então, nas manifestações de rua ocorridas em 29 de setembro de 2018, apareceram sim bandeiras de **Lula Livre**.

funcionamento da negação, mas sim pela afirmação do que ele é, e do que irá fazer: ele é *cristão, patriota, defensor da família*.

Observamos, assim, que essas três famílias parafrásticas vão se reformulando, no interior da FD do **Ele Sim**, mas sempre apontando para a mesma direção de sentido. Os sujeitos, como diz Pêcheux ([1975]2009), ao produzirem o autocomentário, reconhecem-se como *espelhos uns dos outros*. O *eu* afirma o que o outro, que se identifica com as mesmas pautas, quer ouvir, produzindo um efeito de consenso, de se reconhecer na relação com o outro; o *eu* nega, por sua vez, sentidos que produzem consenso na FD antagônica, os quais ele não reconhece ou mesmo desconhece, necessariamente para se (re)afirmar na sua tomada de posição. Assim, num jogo entre reconhecimento e (des)conhecimento, essas mulheres se reconhecem no lugar de enunciação *eu, mulher feminina*, mas desconhecem a memória da luta feminista que as permitiu dizer desse lugar. Daí, a projeção imaginária da posição antagônica como um *vocês-mulheres-feministas*, no qual o *eu* não se inscreve, ao qual *eu* não pertence.

Efeito de fechamento...

O percurso realizado nesse artigo partiu das condições de produção de dois movimentos que se produziram em campos antagônicos da luta política - o **Ele Não** e o **Ele Sim** -, observando, entre outros elementos do contexto sócio-histórico, o modo como o dado tecnológico determina os modos de subjetivação dos sujeitos nas redes sociais, e como as hashtags impulsionam a circulação de determinados discursos. Em seguida, buscando um movimento entre teoria e análise, procedemos à análise de sequências discursivas, retiradas de páginas do Facebook e do Twitter, enfocando o modo como, nessas SDs, funcionava a modalidade de identificação representada como uma tomada de posição pelo **Ele Sim**. Destacamos, aqui, os pontos principais das análises realizadas.

As mulheres, eleitoras de Bolsonaro, ao tomarem posição pelo **Ele Sim**, dizem de um lugar de enunciação que designamos como *eu, mulher-femina*, o qual reproduz um discurso conservador estereotipado sobre o que é ser mulher. Ao assumirem esse lugar de dizer a partir de processos de identificação individualizantes que configuram a representação do sujeito como um *eu (sou mulher, sou mãe, sou avó, sou esposa etc)*, a enunciação dessas mulheres se inscreve e reforça o funcionamento do discurso neoliberal, que produz as evidências da responsabilidade individual sobre a pró-

pria trajetória de (in)sucesso dos sujeitos, apagando as determinações históricas e estruturais que organizam as relações sociais a partir de práticas de dominação política, exploração econômica e opressão sociocultural. Essa ancoragem na enunciação de um *eu* que se reconhece espetacularmente em outros *eu*, *mulher-feminina*, plenamente identificados no funcionamento da *alegoria do sucesso individual e do feminino universal*, nega as formas coletivas de luta, sustentadas por processos de identificação ancorados na denúncia e em demandas plurais e desestabilizadoras da ordem patriarcal. Por isso, essas mulheres afirmam que as mulheres feministas não as representam e precisam se opor ao movimento do **Ele Não**, que é rechaçado como o outro antagonico. Ao enunciarem do lugar de enunciação representado como *eu*, *mulher-feminina*, as mulheres pró-Bolsonaro projetam por antecipação a imagem das mulheres às quais elas se opõem, que são representadas como: *vocês*, *mulheres feministas*.

Porém, entendemos que essa imagem, projetada do interior dos processos de identificação/reconhecimento/desconhecimento que configuram o lugar de enunciação do *eu*, *mulher-feminina*, funciona discursivamente no entremeio entre o *eu* que representa esse lugar e o *nós*, que representa o lugar de enunciação *mulher-feminista*. Como o *nós* é raramente convocado por essas mulheres eleitoras de Bolsonaro, mas é recorrente no modo de dizer do movimento feminista, o *vocês-feministas* surge como o simulacro do discurso-outro (MAINGUENEAU, 1990), no qual nem o *eu-mulher-feminina* nem o *nós-mulheres-feministas* se incluem ou reconhecem. É o lado de fora das identificações especulares, a terceira margem que traz a contradição para o interior dos processos de identificação, rompendo com a ilusão das identificações intersubjetivas: trata-se do engodo impossível de falar do lugar do outro: *se eu fosse você*. Essa impossibilidade de simetria e intercambiabilidade entre as posições-sujeito, belamente descrita por Pêcheux ([1975]2009) ao tratar do mito continuísta empírico-subjetivista, se materializa na dissimetria e contradição do funcionamento do lugar de enunciação *nós-mulheres feministas*. Se, por um lado, o lugar de enunciação *eu*, *mulher feminina* nega/rejeita as predicções atribuídas à imagem de mulher-feminista, a luta do movimento feminista e, especificamente, o lugar de enunciação representando como *nós-mulheres feministas* não rejeita necessariamente predicções atribuídas a um modo de ser interpretado como feminino, que comparece deslocado e equívoco no interior dessa FD. Mas essa já seria uma outra análise para um trabalho futuro. Apenas mencionamos, aqui, a título de exemplo, o modo como o movimento “Mu-

lheres Unidas contra Bolsonaro” se descreve em sua página: “O MUCB é formado por um coletivo de mulheres comprometidas e engajadas com a causa e tudo que envolve o **ser feminino**, que em sua grande maioria trabalha, tem família com maridos, companheiras, filhos – há uma vida inteira do outro lado da tela do computador.”

Os processos de identificação que configuram o lugar de enunciação *eu-mulher-feminina* estão, de forma concomitante, determinados:

1) por um lado, pelo modo como o dado algorítmico individualiza os sujeitos, pela replicação espontânea de hashtags do #EleSim. Ao replicarem tal hashtag, as mulheres pró-Bolsonaro buscam a aderência de outras mulheres e produzem uma ilusão de consenso nas redes sociais sobre o que é a mulher feminina;

2) por outro, pela ideologia da sociedade patriarcal, de modo a reproduzirem discursos conservadores, cuja pauta principal são a moral e os bons costumes (*a família cristã, patriota*, que defende a vida e também a utilização de armas). Ao reproduzirem tais discursos, de maneira contraditória, produzem “[...] um apagamento dos processos históricos que estabeleceram a desigualdade de gênero e a condição de opressão das mulheres pela sociedade patriarcal” (BRANDÃO, 2020, p. 107).

Buscando ir na contramão dessas identificações individualizantes que reforçam a ordem patriarcal, nos reconhecemos no lugar de enunciação do *nós* heterogêneo e contraditório, construído historicamente nas lutas feministas, que toma a voz e a palavra no grupo de Mulheres Unidas contra Bolsonaro:

Somos LIVRES! Não somos fraquejadas! Esse papel não nos cabe. Somos sim protagonistas da nossa própria história e não daremos sequer um dia de trégua aqueles que querem cercear a nossa voz e cercear nossos direitos!⁴⁰

Referências

ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos Ideológicos de Estado**: nota sobre os aparelhos ideológicos de Estado (AIE). Tradução de Walter José Evangelista e Maria Laura Viveiros de Castro. 2ª Ed., Rio de Janeiro: edições Graal, 1985.

⁴⁰ Disponível em: <https://mucb.com.br/sobre-a-mucb/>. Acesso em: 16 jul. 2020.

ARAÚJO, Wecio P. A ideologia na era digital: a imagem e os algoritmos como formas tecnológicas de dominação social. *In: Academia.edu, Draft*, João Pessoa: UFPB, 2020. Disponível em: https://www.academia.edu/43109518/A_IDEOLOGIA_NA_ERA_DIGITAL_A_IMAGEM_E_OS_ALGORITMOS_COMO_FORMAS_TECNOL%C3%93GICAS_DE_DOMINA%C3%87%C3%83O_SOCIAL. Acesso em: 13 jun. 2020.

BALDINI, Lauro. Discurso e cinismo. *In: MARIANI, Bethania; MEDEIROS, Vanise. (Org.) Discurso e...* Rio de Janeiro, 7Letras/Faperj, 2012, p. 103-112.

BRANDÃO, Renata O. Divisões nos sentidos de ‘mulher’: argumentação, enunciação e político. *In: Letras & Letras*. Uberlândia, vol. 36, nº 1, jan.-jun. 2020. Disponível em: <http://www.seer.ufu.br/index.php/letraseletras/article/view/50529>. Acesso em: 16 jul. 2020.

COURTINE, Jean-Jacques. [1981]. **Análise do discurso político**: o discurso, comunista endereçado aos cristãos. São Carlos: Edufscar, 2009.

DANTAS, Marcos. Mais-valia 2.0: produção e apropriação de valor nas redes do capital. **Revista Eptic Online**, Vol. 16, Nº 2, p. 89-112, mai-ago 2014. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/2167>. Acesso em: 03 jul. 2020

DIAS, Cristiane. **Análise do discurso digital**: sujeito, espaço, memória e arquivo. Campinas, SP: Pontes editores, 2018.

FRANÇA, Thiago A.; GRIGOLETTO, Evandra. Imagens do/no espaço virtual: sobre as condições de produção do discurso de ódio no Facebook. *In: SILVA, Francisco V. da; ABREU, Kelvya. F. (Org.). O império do digital*: teoria, análise e ensino. São Carlos, SP: Pedro & João editores, 2018, p. 33 -56.

GRIGOLETTO, Evandra; SOUZA, Fabiana F. N. de. O funcionamento discursivo do #EleNão das redes às ruas: entre a memória e a resistência. *In: GRIGOLETTO, Evandra; DE NARDI, Fabielle. S.; DELA SILVA, Silmara. (Org.) Discursos de resistência*: literatura, cultura, política. São Carlos: Pedro & João Editores, 2020, p. 216 – 235. Disponível em: <https://www.neplev.com.br/e-books>.

GRIGOLETTO, Evandra. O discurso nos ambientes virtuais de aprendizagem: entre a interação e a interlocução. *In*: GRIGOLETTO, Evandra; DE NARDI, Fabiele S.; SCHONS, Carme R. (Org.) **Discursos em rede**: práticas de (re)produção, movimentos de resistência e constituição de subjetividades no ciberespaço. Recife: Ed. Universitária - UFPE, 2011, p. 47 - 78.

GRIGOLETTO, Evandra; GALLI, Fernanda C.S. Discursividades online: o processo de (des)identificação pelas *hashtags*. Sead. 2019, Recife, **Anais...**, Recife, 2019. p. 1 – 6. Disponível em: http://anaisdosead.com.br/9SEAD/SIMPÓSIOS/S5_EvandraGrigolettoe%20FernandaGalli.pdf. Acesso em: 07 jul. 2020.

GUILBERT, Thierry **As evidências do discurso neoliberal na mídia**. Trad. Mônica Zoppi Fontana *et al.* Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2020.

HAROCHE, Claudine; PÊCHEUX, Michel; HENRY, Pierri. [1971] A semântica e o corte saussuriano: língua, linguagem, discurso. *In*: BARONAS, Roberto L. (Org.). **Análise do discurso**: apontamentos para uma história da noção-conceito de formação discursiva. São Carlos: Pedro & João Editores, 2007, p. 13 – 31.

INDURSKY, Freda. **A fala dos quartéis e as outras vozes**. Campinas: Editora da Unicamp, 2013.

LAGAZZI, Suzy. O recorte significativo na memória. *In*: Sead. 2007, Porto Alegre, **Anais...**, Porto Alegre, 2007, p. 1-6. Disponível em: <http://anaisdosead.com.br/3SEAD/Simposios/SuzyLagazzi.pdf>. Acesso em: 07 jul. 2020.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em Análise do Discurso**. Trad: Freda Indursky [et. al.]. Campinas, SP: Pontes, 1989.

MARIANI, Bethania. Discursividades prêt-à-porter, funcionamento de fake news e processos de identificação. *In*: **Entremeios - Revista de Estudos do Discurso** [on-line], Seção Estudos, Pouso Alegre, v. 17, p. 3-18, jul./dez. 2018. Disponível em: <http://www.entremeios.inf.br/published/675.pdf> . Acesso em: 13 jul. 2020.

MARTINO, Luis M. S. **Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes e redes**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

ORLANDI, Eni P. **Discurso e texto: formulação e circulação dos sentidos**. Campinas, SP: Pontes, 2001.

ORLANDI, Eni P. **Língua e conhecimento lingüístico: para uma história das ideias no Brasil**. São Paulo: Cortez, 2002.

PAVEAU, Marie-Anne. “Hashtag”, Technologies discursives. *In: Carnet de recherche*, maio 2013. Disponível em: <http://technodiscours.hypotheses.org/?p=488>. Acesso em: 15 jul. 2020.

PÊCHEUX, Michel. [1969]. Análise Automática do Discurso (AAD-69). *In: GADET, Françoise; HAK, Tony. (Org.). Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Campinas: Ed. da Unicamp, 1997a, p. 61- 161.

PÊCHEUX, Michel. [1975]. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. Tradução de Eni Orlandi [et.al.]. Campinas: Ed. da Unicamp, 2009.

PÊCHEUX, Michel. [1982]. Delimitações, inversões, deslocamentos. *In: Cadernos de Estudos Linguísticos*. Campinas, n. 19, p. 7-24, jun./dez. 1990.

PÊCHEUX, Michel. [1983]. **Discurso: estrutura ou acontecimento**. Tradução de Eni Puccinelli Orlandi. Campinas: Pontes, 1997b.

ZOPPI-FONTANA, Mónica G. Lugares de enunciação e discurso. *In: Revista Leitura*. Maceió, AL, Nº 23, p. 15-24, 1999.

PÊCHEUX, Michel. “Lugar de fala”: enunciação, subjetivação, resistência. *In: Conexão Letras*. Porto Alegre, RS, v. 12, n. 18, p. 63 -71, 2017a. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/conexaoletras/article/view/79457>. Acesso em: 03 jul. 2020.

PÊCHEUX, Michel. Domesticar o acontecimento: metáforas e metonímias do trabalho doméstico no Brasil. *In*: ZOPPI FONTANA, Mónica; FERRARI, Ana Josefina. (Org.) **Mulheres em discurso**: identificações de gênero e práticas de resistência. Campinas: Pontes, 2017b, p. 123-159.

ZOPPI-FONTANA, Mónica G. Argu(meme)ntando: argumentação, discurso digital e modos de dizer. *In*: PIRIS, Eduardo L.; AZEVEDO, Isabel C.M. (Org.). **Discurso e argumentação**: fotografias interdisciplinares. v.1. Coimbra: Grácio Editor, 2018, p.138-157.