As "ofensas seletivas" nas polêmicas dos reajustes: machismo e discurso de ódio nas críticas a Dilma Rousseff e a Michel Temer[1]

Deyse CAVALCANTE[2]
Andreza ALVES[3]
Enderson OLIVEIRA[4]
Faculdade Estácio do Pará, Belém, PA

Resumo
No presente artigo discutimos questões de gênero no cenário político brasileiro, a partir da análise dos comentários de internautas direcionados à ex-presidenta, Dilma Rousseff, e ao presidente, Michel Temer, em circunstâncias similares, quando do aumento no preço de combustíveis sancionado por ambos, em 2014 e 2017, respectivamente. Para isso, observamos os comentários de duas matérias jornalísticas publicadas na página da Folha de S. Paulo no *Facebook*, nos períodos citados. É por lá que notamos que as críticas políticas muitas vezes se tornam agressões que envolvem questões de gênero contra à mulher e, mais que isso, nos ajudam a perceber o quanto algumas expressões na web são carregadas de discursos de ódio e ofensas que podemos considerar "seletivas".

Palavras-chave: Dilma Rousseff; Michel Temer; *Facebook*; Gênero; Discursos de ódio.

Apresentação

"Anta", "cretina", "vaca dos infernos", "safada" (sic). Esses foram algumas das ofensas direcionadas para a ex-presidenta do Brasil, Dilma Rousseff (PT), após a declaração que provavelmente o preço dos combustíveis aumentaria, em agosto de 2014.

Ainda inconformados com o reajuste, motoristas "anti-Dilma" utilizaram adesivos com montagem da então governante de pernas abertas fixados na entrada do tanque de combustível. Quando fossem abastecer, passariam a impressão que a bomba de gasolina estivesse penetrando a figura falsa da ex-presidenta. É possível compreender que os protestos

[1] Trabalho apresentado no IJ 8 - Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, realizado de 22 a 24 de maio de 2018, em Vilhena – RO.
[2] Graduada em Comunicação Social (Jornalismo), Estácio do Pará (FAP). E-mail: melodeyse@hotmail.com.
[3] Graduada em Comunicação Social (Jornalismo), Estácio do Pará (FAP). Integrante da Linha de Pesquisa "Comunicação, Cibercultura e Antropologia" de Iniciação de Científica (PIBIC) da Estácio do Pará (FAP).
[4] Orientador do trabalho. Jornalista, professor na Faculdade Estácio do Pará e doutorando no Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia na Universidade Federal do Pará. E-mail: enderson.oliveira1@gmail.com.

contra Dilma foram considerados misóginos, machistas e um dos ataques mais discriminatórios já feitos a uma autoridade de Estado. Ela precisou recorrer à justiça para impedir a circulação dos adesivos, como veremos mais à frente.

Passados quase três anos, em 2017, já sob comando de Michel Temer (MDB), a sociedade brasileira precisou lidar com um novo reajuste nas alíquotas do Programa de Integração Social (PIS) e a Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins) sobre os combustíveis. Foi anunciado, então, o aumento das alíquotas e, com esta elevação, aumentos significativos nos combustíveis: R$ 0,3816 para R$ 0,7925 para a gasolina, de R$ 0,2480 para R$ 0,4615 para o diesel nas refinarias e R$ 0,12 para R$0,1309 no litro do etanol.

Após a medida, o governo federal precisou administrar uma intensa batalha judicial[5] e o tema gerou polêmica e inúmeras críticas nas redes sociais direcionadas a Michel Temer e o então Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), hoje apenas Movimento Democrático Brasileiro (MDB). Os "ataques", no entanto, foram bem mais comedidos.

Levando este panorama em conta, o objetivo deste artigo é analisar as críticas nos comentários na página do *Facebook* da Folha de S. Paulo sobre ambos os casos, com propósito de verificar se os discursos possuem ou não cunho machista. Especificamente, observamos os comentários das publicações nos períodos entre 11 de agosto de 2014 e 20 de julho de 2017, através da Análise de Conteúdo e da Netnografia, como discutimos a seguir.

As vozes na Web: o diálogo entre a Análise de Conteúdo e a Netnografia

Nossa análise parte da observação de duas publicações realizadas na página da Folha de S. Paulo no Facebook[6], conforme abordamos acima. Através delas é possível observar como ocorrem as críticas em relações aos dois quando ocorreu uma situação bastante próxima, mas com reações bastante diferentes. Para isto, levamos em conta a pesquisa netnográfica que, para Cláudia Tarafaelo (2013),

> é vista como um campo de atuação, mas pode também ser considerada como um objeto de pesquisa (o que se estuda), um local de pesquisa (onde se estuda) e ainda um instrumento de pesquisa (ferramenta de estudo). Assim é multiplicidade e pluralidade da Internet. A Internet é vista como cultura e chamam de ciberespaço ou cibercultura. (TARAFELO, 2013, p. 3).

[5] A saída encontrada foi argumentar que os impostos não respeitaram a anterioridade nonagesimal, ou seja, o aumento dos impostos só entraria em vigor 90 dias após publicação no Diário Oficial.
[6] Página da Folha de S. Paulo no Facebook: https://pt-br.facebook.com/folhadesp/.

A netnografia permite então que estudemos e analisemos as relações e processos que ocorrem na Internet, sobretudo, nos ambientes virtuais. Indo além, propomos um diálogo na Netnografia com a Análise de Conteúdo. Segundo Carlos Fernandes e Lucina Viana (2016), tal método é importante porque, diante da pluralidade discursiva na sociedade contemporânea, provoca novos contornos e possibilidades de técnicas e discursos devido às tecnologias da informação e comunicação.

Assim como na Netnografia, de acordo com os autores, a análise de conteúdo avalia as práticas sociais estabelecidas por meio das manifestações realizadas no ciberespaço, desse modo, os comentários do *Facebook* possuem influência no pensamento que existe no *off-line*. Para José Carlos Lozano (1999) a Análise de Conteúdo é:

> [...] sistemática porque se baseia num conjunto de procedimentos que se aplicam da mesma forma a todo o conteúdo analisável. É também confiável – ou objetiva – porque permite que diferentes pessoas, aplicando em separado as mesmas categorias à mesma amostra de mensagens, possam chegar às mesmas conclusões (LOZANO, 1999, pp. 141-142).

Indo além, diante da rapidez, do vasto alcance da internet e do querer ser visto, foi 'permitido' aos indivíduos externar suas ideias, suas crenças, suas culturas, das mais variadas formas no chamado ciberespaço. As redes sociais foram criadas com intuito comercial e publicitário, tornaram-se espaço de sociabilidade entre sujeitos, entretanto, também os meios de comunicação são terrenos férteis facilitando a proliferação de aspectos conflituosos, os chamados discursos de ódio. Segundo Marco Aurélio Moura (2016):

> Por meio da rede os indivíduos cometem ilícitos, propagam mensagens de conteúdo violento, podendo assim, violar direitos dos demais usuários. Esta questão factual não é exatamente nova, porém na rede adquire propagação abstrata e intensificada, podendo transformar uma mensagem publicada em rede social mediada por computadores (*Facebook*, *Twitter*, etc.) em preocupante campanha de incentivo à intolerância. (MOURA, 2016, p.14).

O discurso de ódio tem por objetivo menosprezar, intimidar, instigar a violência em virtude da raça, cor, orientação sexual, e, além da discussão de identidade de gêneros, a grupos considerados minoritários. O discurso de ódio e o preconceito, especificamente contra o gênero feminino, é um dos mais comuns, padrões estabelecidos pela cultura, moda e também pela comunicação.

Feminismo e Direitos pelo mundo

Em 1827, um grupo de mulheres britânicas e norte-americanas foi às ruas exigir o direito à democracia, o ato ficou conhecido como o movimento sufragista, que previa a vontade do direito do voto universal. No entanto, o movimento feminista ganhou notoriedade no mundo a partir do século XX, quando norte-americanas marcharam em direção à Casa Branca, em 1913, em busca do direito ao voto e foram agredidas por pessoas contrárias ao movimento. O direito ao voto às americanas só foi garantido em 1919.

O feminismo é um movimento organizado e político que tem como intuito promover a igualdade entre os gêneros opostos e buscar essa equiparidade no cenário social. Para Maria Amélia de Almeida Teles (1993):

> Falar da mulher, em termos de aspiração e projeto, rebeldia e constante busca de transformação, é falar de tudo o que envolva a condição feminina, não é só uma vontade de ver essa mulher reabilitada nos planos econômicos, social e cultural. É mais do que isso. É assumir a postura incômoda de se indignar com o fenômeno histórico em que metade da humanidade se viu milenarmente excluída nas diferentes sociedades no decorrer dos tempos (TELES, 1993, p.9).

Considerado por estudiosos como um dos movimentos mais revolucionários, com destaque em outros continentes, o movimento ficou conhecido também como a primeira onda do movimento feminista, com o passar dos anos surgiram novas lutas de enfrentamento à causa.

As ondas, como são denominadas as lutas, marcam passagens na história de lutas extensas de atividades feministas. Como já citado, a primeira onda[7] foi desencadeada por mulheres britânicas e norte-americanas, que buscavam a igualdade na obtenção de poderes políticos, especialmente o direito ao sufrágio por parte delas. A segunda onda[8] refere-se ao período da década de 1960 até o fim da década de 1980.

A segunda onda tocou nos tabus da sociedade quando trouxe para discussão questões de igualdade e o fim da discriminação, além de lutar pela valorização do trabalho da mulher, contra a violência sexual.

[7] De acordo com a Lívia Magalhães (2017), a primeira onda do feminismo é restrita à luta sufragista. A ideia da onda é que cada onda avança mais do que as precedentes, dando sentido evolucionista ao processo e a ideia a serem alcançados (2017, p.25).

[8] Consolidada no início da década de 1960, após a publicação da obra O Segundo Sexo de Simone de Beauvoir, ampliaram-se os debates sobre igualdade de gênero e âmbitos culturais. Saiba mais em: <https://medium.com/@4grausdemiopia/simone-de-beauvoir-e-a-segunda-onda-feminista-ab215667a0dd>. Acesso em 10 de março de 2018.

Por fim, em 1990, a terceira onda, que surge como resposta a persistência, visa desafiar ou evitar aquilo que vê como as definições essenciais da feminilidade, sendo assim, começa-se a discutir os paradigmas estabelecidos nas ondas anteriores, como a micropolítica e também a invisibilidade das mulheres negras dentro da pauta de reivindicação do movimento.

A última e atual onda enfatiza a luta das mulheres por grupos mais segmentos, visto que, as particularidades dos movimentos das negras e das brancas não são as mesmas, do mesmo modo que, existem distinções entre as lésbicas e as heterossexuais, portanto, é incoerente determinar todos os valores feministas de forma universal.

Diferentemente do que acreditava Simone de Beauvoir, Judith Butler é uma das autoras que define as características da mulher que não se identifica com o sexo de seu nascimento, sendo assim, uma pessoa transgênero ou não binária, além da questão de gênero, encontra-se o debate do feminismo negro, entre outras pluralidades que compõe esse movimento tão diverso, portanto, essas são algumas discussões que marcam a terceira onda feminista[9].

No Brasil, a partir da década de 1960, o movimento feminino ganhou maior visibilidade, posto que, as reivindicações não eram somente pela conquista do ato de votar, as manifestantes lutavam pela democracia, contra a ditadura militar, pela dignidade das mulheres e pela participação nos espaços de decisão. Além da busca incessante pelo direito do voto. Segundo Biroli e Miguel (2014):

> Nas lutas pelo voto feminino e pelo acesso das mulheres à educação, assim como exigências de direitos iguais no casamento e do direito ao divórcio, do direito as mulheres à integridade física e a controlar sua capacidade reprodutiva, o feminismo pressionou os limites da ordem estabelecida, é claro, mas também das formas de pensar o mundo que a legitimavam. (BIROLI, MIGUEL, 2014, p.8).

Outras conquistas que merecem atenção são o fato de, conforme Teles (1993), o movimento de mulheres trabalhadoras conseguiu a redução da jornada além de ser proibido o trabalho noturno de mulheres e menores. Merece ainda destaque o fato de o feminismo negro brasileiro ganhar força a partir da década de 80, lutando para que as mulheres negras fossem consideradas sujeitos políticos.

[9] A Terceira Onda do Feminismo foi marcada por diversos questionamentos internos. O olhar crítico das feministas sobre o próprio movimento que integravam permitiu o florescimento de novas ideias e a redefinição de estratégias que apresentaram falhas nos momentos anteriores. Saiba mais em: https://www.infoescola.com/historia/terceira-onda-feminista. Acesso em 01 de abril de 2018.

Na então gestão de Luis Inácio Lula da Silva (PT), há 14 anos, o governo lutou efetivamente pela desigualdade de gênero através da Secretaria de Políticas para as mulheres da Presidência da República (SPM/PR), em articulação com outros órgãos foram elaborados ações de enfrentamento no fortalecimento do sujeito nos espaços de poder.

Embora tenhamos uma coletividade mais informada e/ ou esclarecida sobre o papel da mulher na construção de uma sociedade mais igualitária, observa-se que há setores que se mantêm inalterados, desses, destacam-se a esfera política. Tendo em vista o machismo político, no próximo tópico, discute-se o ódio e a desigualdade de gênero existente entre Rousseff e Temer, mesmo quando os dois praticam ações semelhantes.

Entre ódio e desigualdade de Gênero: Dilma e Temer

Apesar dos avanços nos combates à violência, sabe-se o Brasil é um país marcado por desigualdades profundas e facilmente também se observa que há setores que poucos sofrem mudanças; como na política.

Embora as mulheres tenham crescente participação nas eleições, de acordo com dados divulgados pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) nas eleições de 2012[10], em que somaram 51,9% dos 140 milhões de eleitores, tal representatividade não ocorre nas candidaturas: segundo o TSE, nas últimas eleições, em 2016, das 490 mil candidaturas para os cargos de vereador e prefeito, 69% destas foram compostas pelo sexo masculino, isso quer dizer para cada 10 candidatos 7 são homens[11].

Número baixo? Sim. E poderia ser pior. A participação feminina poderia ser menor, caso não houvesse a lei 9.504/1997 que assegura a reserva de 30% e 70% de cotas para candidaturas em cada partido político e coligação.

Foi exatamente neste contexto que Dilma Vana Rousseff, mais popularmente conhecida como Dilma Rousseff, foi a primeira presidente eleita por voto popular da história do Brasil. Em 2010, em seu primeiro mandato, Dilma foi eleita com quase 56 milhões de votos. Em 2013, foi considerada pela revista Forbes, a segunda mulher mais poderosa do mundo, atrás apenas da chanceler alemã Ângela Merkel.

[10] "Mulheres somam mais de 30% do total dos candidatos". Saiba mais em: <http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2012/Agosto/mulheres-somam-mais-de-30-do-total-de-candidatos>. Acesso em 02 de fevereiro de 2018.

[11] Veja mais em <http://www.politize.com.br/participacao-das-mulheres-na-politica-brasileira/>. Acesso em 28 de março de 2018.

Ao longo dos anos de administração do governo Dilma, uma de suas medidas foi o aumento do preço dos combustíveis, então, a chefe de Estado, se deparou com diálogos e discursos de ódio que sobrepujaram a esfera política e passaram atingir a imagem feminina. O fato de estar à frente do comando do Brasil por um período, não impediu internautas de criar e disseminar agressões verbais a ex-presidenta.

Atualmente, a página da Folha de S. Paulo no *Facebook* é seguida por aproximadamente 6 milhões de internautas. Em fevereiro de 2018, a Folha deixa de publicar conteúdo página do Facebook, decisão que ocorreu após o Jornal reconhecer o declínio de visibilidade do jornalismo profissional pela rede social[12].

Com a era digital, opiniões e ideias são disseminadas de forma cada vez instantânea e eficiente, por meio do desenvolvimento dos meios de comunicação permitindo novos tipos de relacionamentos entre as pessoas. Antes, como salienta Alex Primo (2007), as interações eram restritas a um espaço determinado, já que para transmissão fazia-se necessária o deslocamento de indivíduos de um espaço para o outro.

> A Web 2.0 tem repercussões sociais importantes, que potencializam processos de trabalho coletivo, de troca afetiva, de produção e circulação de informações, de construção social de conhecimento apoiada pela informática. São essas formas interativas, mais do que os conteúdos produzidos ou as especificações tecnológicas em jogo, que serão aqui discutidas. (PRIMO, 2007, p.2).

Outro fator colabora para o discurso de ódio nas redes sociais, de acordo com Paula Rickes Viegas e Raquel Recuero (2014, p. 8), “a sensação de impunidade pode acabar desencadeando a exposição de algumas opiniões preconceituosas que antes só circulavam entre grupos que aceitavam esse tipo de discurso”. Os discursos de ódio sempre existiram, entretanto com a massiva popularização da internet, estes tipos de diálogos começam a se tornar mais visíveis no ambiente virtual. Marco Aurélio Moura (2016) afirma:

> Essa nova realidade tecnológica permitiu múltiplas possibilidades de compartilhamento informacional entre diferentes pessoas, oriundas de diferentes culturas e conhecedoras de diferentes áreas do saber. Muito se fala sobre a formação de uma nova inteligência coletiva na rede ou ainda em uma sociedade do conhecimento. Entretanto, se o ambiente virtual serve como mecanismo favorável à projeção de informações e conhecimento do ser humano, também é terreno fértil para a ampliação de aspectos conflituosos da realidade palpável e do relacionamento social, como o ódio e todas suas manifestações. (MOURA, 2016, p. 9).

[12] Saiba mais em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/02/folha-deixa-de-publicar-conteudo-no-facebook.shtml>. Acesso em 01 de abril de 2018.

É justamente levando então este complexo e amplo panorama em questão, que observamos abaixo a primeira publicação cotada anteriormente e que serve como ponto de partida para nossa análise:

Imagem 01. Captura de tela da publicação da página da Folha de S. Paulo no Facebook

Na época, quando era presidenta do Brasil, Dilma Rousseff, foi questionada pelo jornal Folha de S. Paulo se a queda de 25% no lucro da Petrobras no primeiro semestre de 2014 provocaria aumento no preço dos combustíveis. A petista não descartou a possibilidade, todavia não poderia fazer uma avaliação precisa, pois ainda não possuía informação dos dados da empresa brasileira.

Esta publicação (imagem 1) rendeu diversas críticas e opiniões machistas. Os comentários contrários a presidente possuía também fundamentação machista e imoral, conforme exposto abaixo:

Imagem 02. Comentários ofensivos na publicação sobre Dilma. **Fonte:** Captura de tela/ Facebook.

Diante disso, observamos que para os internautas, a incompetência de Dilma vai além da má gestão governamental, e sim, que a mesma é uma "vagabunda", "anta", "gorda" e que não pratica atividade sexual, sendo descrita como o "marido" da Graça Foster, uma engenharia química brasileira. Executiva de carreira da Petrobras, foi diretora da área de Gás e Energia da empresa. É curioso destacar que as críticas não foram feitas apenas por homens, mas também por mulheres, assim, descartando a ideia de sororidade regada pelo feminismo, ação que promove a união e consenso entre as mulheres que não diminuirão umas às outras pelo fato de serem mulheres.

Muitas vezes, é possível identificar discursos de homens e mulheres afirmando que uma mulher executa má administração de suas tarefas devido à ausência de sexo, o que pode ser caracterizado como uma agressão de gênero, visto que, estabelece a mulher de temperamento "forte" como uma pessoa mal amada, frígida, sendo que, as características da identidade da pessoa fazem parte da individualidade do ser humano, sendo ele: paciente, impaciente, com avida sexual ativa ou não, esses comportamentos independem do sexo de nascimento do indivíduo.

Cerca de um ano depois, em julho de 2015, o governo Dilma aumenta os preços dos combustíveis. E como protesto, uma pernambucana comercializa adesivo com imagem de

Dilma de pernas abertas no Mercado Livre[13]. A descrição do anúncio dizia "adesive seu carro e se divirta protestando" e o produto custava R$ 34,90.

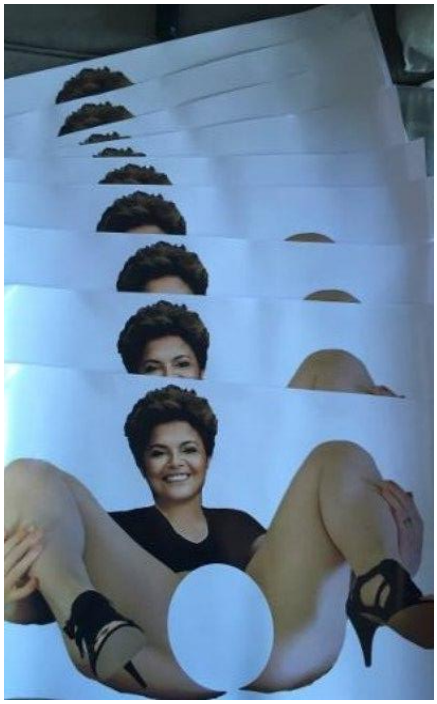

Imagem 03. Imagem disponível na internet

Na imagem, podemos perceber uma sequência de adesivos. Com 60 por 40 centímetros, o produto foi pensado para ser colado na entrada do tanque de gasolina dos veículos. Quando abastecidos, passam a ideia de que a bomba estaria penetrando sexualmente a presidente. O anúncio ainda reiterou que a entrega era imediata. O cliente poderia obter desconto, caso comprasse mais de 5 unidades, entretanto se quisesse 10 unidades o preço do frete sairia o mesmo valor.

A repercussão do adesivo chegou ao conhecimento da ministra Eleonora Menicucci, da SPRM-PR. À época, Menicucci, em nota divulgada pelo site oficial secretaria, em 02 de julho de 2017[14], afirmou sua repulsa contra o conteúdo do adesivo: "Recebi as denúncias com muita indignação. É intolerável o material que violenta a imagem da Presidenta Dilma. Ele

[13] O site Mercado Livre aceitou a denúncia e retirou do ar o anúncio, pois estava contrário aos Termos e Condições de Uso da empresa virtual. Saiba mais <http://www.infomoney.com.br/blogs/fora-do-mercado/blog-da-redacao/post/4134933/adesivo-com-dilma-sendo-penetrada-por-bomba-levanta-questao-isso>. Acesso em 01 de fevereiro de 2018.

[14] Disponível em: http://www.spm.gov.br/noticias/eleonora-menicucci-pede-providencias-contra-producao-comercializacao-e-uso-de-adesivos-lesivos-as-mulheres-1. Acesso em 03 de janeiro de 2018.

fere a Constituição ao desrespeitar a dignidade de uma cidadã brasileira e da instituição que ela representa para a qual foi eleita e reeleita democraticamente".

A então ministra encaminhou a denúncia ao Ministério Público Federal, à Advocacia Geral da União e ao Ministério da Justiça, pediu providências com objetivo de investigar e responsabilizar quem produziu, divulgou e comercializou adesivo lesivo aos direitos e garantias das mulheres e, em particular, da ex-presidenta.

Anos depois, em julho de 2017, em publicação da matéria jornalística "Governo assina decreto que aumenta tributos sobre combustíveis" quando a mesma circunstância do aumento dos combustíveis ocorre no governo de Michel Temer, notamos que a reação dos internautas e críticos não é a mesma.

Imagem 04. Manchete do novo aumento de preços dos combustíveis. **Fonte:** Reprodução/ Facebook.

Em menos de um ano de mandato, Michel Miguel Elias Temer Lulia aumentou o preço dos combustíveis e apesar da recepção negativa internautas brasileiros diante à notícia, o mesmo não sofreu discursos de ódio que focalizassem o seu sexo masculino, não foi possível identificar comentários "julgadores" pelo político ter uma esposa mais nova, no entanto, o contrário acontece: Marcela Temer ser julgada por ser casada com um homem "poderoso" e mais velho.

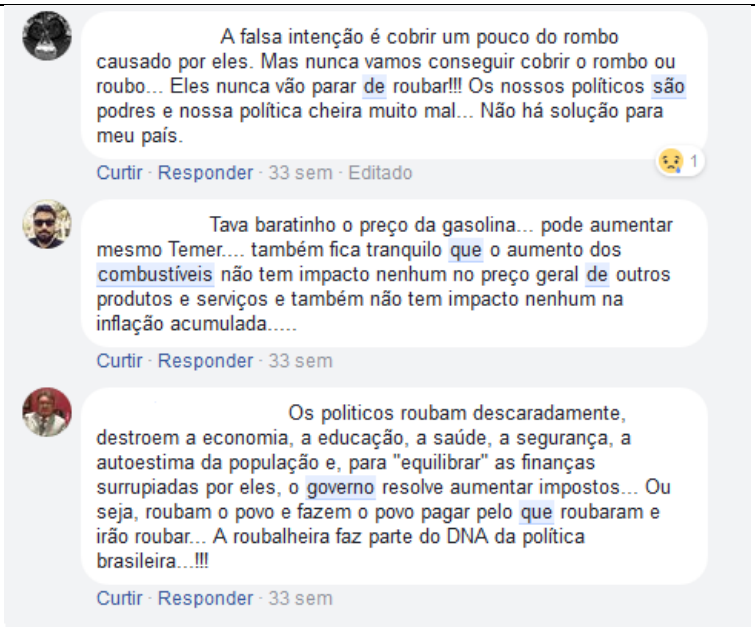

Imagem 05. "DNA" da política brasileira. **Reprodução:** Facebook.

Ao contrário do que se observou na notícia do aumento de combustíveis autorizado por Dilma, os comentários na notícia de Temer tendem até certo cunho conformista, como se não houvesse jeito para a administração política brasileira e que uma das soluções para o equilíbrio econômico fosse o aumento dos impostos, outros, até incentivam o aumento dos combustíveis.

Tal conformidade traz a ideia pessimista dos brasileiros, como se o aumento dos combustíveis não fosse algo que afetasse a economia e a mobilidade de diversas pessoas diariamente. Apesar do pessimismo, na imagem abaixo identificamos uma internauta que ironiza se seriam criados adesivos semelhantes para Temer. Ainda que seja uma atitude sarcástica, que equiparasse a mesma ação e "protesto" para o aumento realizado pela Dilma, é inadequado protestar alguém com ofensas que inferiorizem o corpo e a sexualidade da pessoa, sendo consideradas discursos de ódio baixos e discriminatórios.

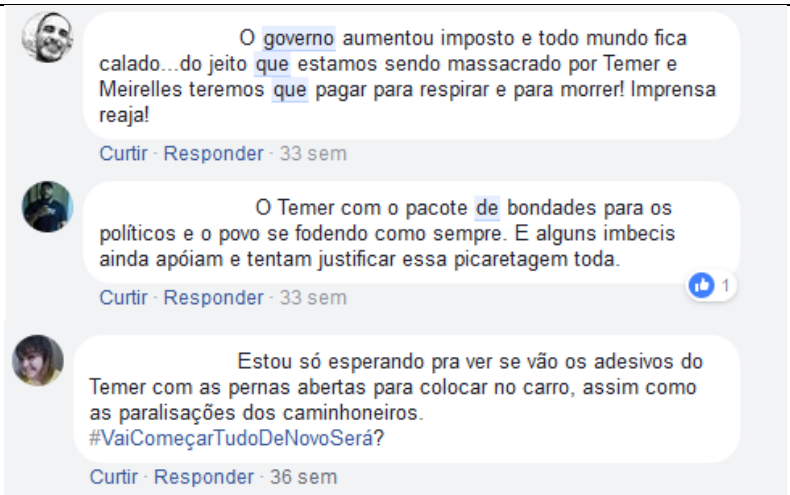

Imagem 06. Ataques ao governo de Temer. **Reprodução:** Facebook.

No caso de Michel, identificam-se ofensas referente ao partido político, a incompetência nas ações governamentais, mas não discursos que o inferiorizem como "homem", incapaz por ser magro, mais velho e principalmente, comparação que não pode ser equiparada ao que se refere aos estereótipos femininos. Neste sentido, verificou-se a disparidade no modo de lidar com gêneros, algo que persiste na sociedade brasileira, pensamento que pode ajudar a justificar a pouca participação política feminina no cenário nacional.

Considerações finais

Os meios de comunicação, as mídias sociais como o *Facebook*, *Twitter* e *Instagram* e os *websites* estão cada vez mais acessíveis e próximos do cotidiano de uma grande parcela da população brasileira. Com o passar dos anos, a internet agregou e agrega tecnologias e visões. A universalidade da linguagem digital e a pura lógica das redes do sistema de comunicação geraram condições tecnológicas para a comunicação global horizontal.

O ambiente virtual também é palco de arenas de debates. O machismo infelizmente faz parte do cotidiano brasileiro, sendo um aspecto histórico e cultural, a partir de uma inquietação, o objetivo dessa pesquisa foi observar a desigualdade de gênero que ocorre no cenário político brasileiro.

Atentas a tudo isto, neste artigo analisamos os comentários de duas matérias com “a mesma” notícia: aumento do preço de combuistíveis. Através delas que notamos que as críticas em relação à ex-presidente Dilma extrapolaram as questões políticas e de gestão, assim, agredindo essa figura de acordo com o gênero. Por outro lado, observamos ainda que

as críticas em relação ao governo de Michel Temer não atingem as problemáticas de gênero e sim, o partido, o caráter do político, o discurso de "golpe", no entanto, não inferiorizam a imagem dele como homem.

Assim, embora Michel Temer também tenha tido críticas em relação ao seu governo, os comentários são focados na atuação dele como governante, enquanto nos comentários para Dilma, identificamos palavras como: "vaca", "safada", "ela não transa". O machismo é tema e característica recorrente no ciberespaço, não apenas por ele se mostrar um aspecto social nos ambientes além das redes, mas também por ser parte histórica da história política e social do Brasil.

Indo além, verificamos que os internautas sentem-se mais à vontade de expressarem as suas opiniões pelos ambientes virtuais por acreditarem que exista certa impunidade e julgamento menor de opinião nesses espaços e facilmente observáveis como na análise aqui apresentada, que dá margem para discussão não somente quanto a práticas de produção de conteúdo no ciberespaço, mas de riscos nas expressões e representações sociais pela *web*.

Referências

FERNANDES, Carlos; VIANA, Lucina. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, 39, 2016, São Paulo. **A Análise de Conteúdo em Plataformas de Interação On-line: Aplicação Comparativaentre Twitter e Facebook.** São Paulo: Intercom, 2016. Disponível em: http://www.portalintercom.org.br/anais/sul2016/resumos/R50-0817-1.pdf. Acesso em 10 de março de 2018.

LARA, Bruna. de. et al. **#MeuAmigoSecreto: Feminismo além das redes.** 1. ed. Rio de Janeiro: Edições de Janeiro, 2016.

LOZANO, José Carlos. **Hacia la recosideración del análisis de contenido em la investigacion de los mensajes comunicacionales.** In: RUIZ, Enrique Sanchez; BARBA, Cecilia Cervantes (Org.). Investigar la comunicación: propuestas ibero-americanas. Guadalajara: Universidad de Guadalajara/Alaic, 1994. P.135-157 apud FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa. Análise de Conteúdo. In: Métodos e técnicas em comunicação. DUARTE, Jorge & BARROS, Antonio (orgs). São Paulo: Atlas, 2005, p. 280-304.

MAGALHÃES, Lívia (Org.). **Lugar de mulher: Feminismo e Política no Brasil.** Rio de Janeiro: Oficina, 2017. 101 p.

MIGUEL, Luis Felipe, BIROLI, Flávia. **Feminismo e Política: uma introdução.** 1.ed. – São Paulo: Boitempo, 2014.

MOURA, Marco. **O Discurso do Ódio em Redes Sociais.** Editora: Lura Editorial, 2016.

PRIMO, Alex. **Interação Mediada por computador: comunicação, cognição, cibercultura, cognição.** Porto Alegre: Sulina, 2007.

_____, Alex. **O aspecto relacional das interaçõoes na web 2.0.** Revista de Associação Nacional dos Programas de Pós Graduação em Comunicação. Disponível em: http://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/153/154. Acesso em 05 de abril de 2018.

TELES, Maria Amélia de Almeida. **Breve história do Feminismo no Brasil.** São Paulo: Brasiliense, 1ª edição, 1993.

VIEGAS, Paula Rickes; RECUERO, Raquel. **Igualdade e Liberdade: a luta pelo reconhecimento da igualdade como direito à diferença no Discurso de Ódio.** Brasília, Disponível em: SCHWARTZENBERG, Roger Gérard. A mulher política. In: O Estado Espetáculo. Editora Difel, São Paulo.