



MOBILIZAÇÃO DE FORMAS E CONTEÚDOS IDENTITÁRIOS NA RETÓRICA DA DIREITA CONSERVADORA NA INTERNET

Gabriel Farias Diniz¹, Pedro de Oliveira Filho²

RESUMO

Em 2018, a fração mais radical de uma nova direita ocupou o centro do poder com a eleição de Jair Bolsonaro para presidente da república. O objetivo geral deste estudo é analisar as estratégias de construção da identidade dos antagonistas políticos e do próprio grupo no site Terça Livre, alinhado ideologicamente à direita conservadora brasileira. Seus objetivos específicos são: identificar e calcular, no *podcast* do Terça Livre, a frequência de representações estereotipadas do próprio grupo e de outros grupos; e identificar e calcular a frequência de diferentes formas de apresentação dos estereótipos, se generalizantes ou particularizantes, se diretas ou indiretas. Este estudo analisou, de acordo com o método da análise de discurso, desenvolvido pelos teóricos da Psicologia Social Discursiva, áudios extraídos do *podcast* do site Terça Livre. A análise do material evidenciou a prevalência de atos de estereotipagem contra seus adversários políticos (80,9%) em relação aos que se dirigiam ao seu próprio grupo (19,1%), o que resulta da tentativa de retomada de espaço frente à liderança do Partido dos Trabalhadores (PT) na atual corrida presidencial. Destaca-se ainda que o emprego de atos de estereotipagem se deu principalmente de maneira indireta (79,2%), sendo minoria os casos de estereotipagem direta (20,8%), fato que se justifica pelo meio analisado (*podcast*), uma vez que possuem mais tempo para se posicionar, não necessitando ser tão breves e categóricos em suas colocações, e da tentativa de sustentar uma imagem de pacifismo em relação a si próprios, enquanto pintam seus inimigos como violentos.

Palavras-chave: Identidade; Estereótipos; Retórica; Direita conservadora.

¹Aluno de Psicologia, Unidade Acadêmica de Psicologia, UFCG, Campina Grande, PB, e-mail: gabrielfariadiniz@gmail.com

²Doutor em Psicologia Social, professor, Unidade Acadêmica de Psicologia, UFCG, Campina Grande, PB, e-mail: deoliveirafilhopedro@gmail.com



MOBILIZATION OF IDENTITY FORMS AND CONTENT IN THE RHETORIC OF THE CONSERVATIVE RIGHT ON THE INTERNET

ABSTRACT

In 2018, the most radical fraction of a new right occupied the center of power with the election of Jair Bolsonaro as president of the republic. The general objective of this study is to analyze the strategies of identity construction of political antagonists and the group itself on the Terça Livre website, ideologically aligned to the Brazilian conservative right. Its specific objectives are: identify and calculate, in the Terça Livre podcast, the frequency of stereotypical representations of the group itself and other groups; and identify and calculate the frequency of different ways in which stereotypes are presented, whether generalizing or particularizing, whether direct or indirect. This study analyzed, according to the discourse analysis method, developed by the Discourse Social Psychology theorists, audios extracted from the podcast of the Terça Livre website. The analysis of the material showed the prevalence of stereotyping acts against their political opponents (80.9%) in relation to those directed at their own group (19.1%), which results from the attempt to regain space against the leadership of the Partido dos Trabalhadores (PT) in the current presidential race. It is also noteworthy that the use of stereotyping acts occurred mainly indirectly (79.2%), with direct stereotyping being a minority (20.8%), a fact that is justified by the information vehicle analyzed (podcast), since they have more time to position themselves, not needing to be so brief and categorical in their statements, and the attempt to sustain an image of pacifism in relation to themselves, while painting their enemies as violent.

Keywords: Identity; Stereotypes; Rhetoric; Conservative Right-wing.