

MASCULINISMO E MISOGINIA NA SOCIEDADE BRASILEIRA: UMA ANÁLISE DOS DISCURSOS DOS ADEPTOS AO MASCULINISMO NAS REDES SOCIAIS

Rosane Cristina de Oliveira (UNIGRANRIO)

rosanecrj@homtail.com

Renato da Silva (UNIGRANRIO)

renato.silva@unigranrio.edu.br

A proposta deste trabalho é analisar os discursos dos adeptos do pensamento masculinista no Brasil, com o intuito de compreender os elementos históricos e culturais, constitutivos e perpetuadores da misoginia. Na versão radical, alguns grupos masculinistas, longe de serem grupos que possuem discursos que elevam o macho à condição de superioridade, as ideias difundidas são de cunho misógino, de ódio às mulheres, defesa de que as mulheres devem ser usadas somente para fins reprodutivos, incentivo ao estupro. Estas considerações denotam as ideologias formuladas ao longo do processo sócio-histórico, conforme salientado por Michel Pêcheux (2006). Para o nosso trabalho, as orientações de Fiorin (1988) são interessantes, pois o autor enfatiza os interesses e a manipulação por parte do transmissor da mensagem, com o intuito de fazer com que o receptor acredite no que está sendo anunciado. Nesta lógica de pensamento, Pierre Bourdieu (2007) é um importante referencial, pois destacou o campo da violência simbólica inscrita nas palavras e no seu poder, legitimada pelo sujeito que a pronuncia. No Brasil existem alguns grupos e homens que defendem ideias masculistas, tendo como base discursos amplamente difundidos através de redes sociais, tais como *Facebook* e na plataforma *Youtube*. Portanto, este artigo pretende colaborar com os estudos sobre gênero, masculinidade, machismo e misoginia, tendo como ponto principal a análise dos discursos dos seguidores das comunidades (*Facebook*) masculinistas e de alguns representantes desta lógica de pensamento, como as páginas (*Youtube*) do “Tiozão – Independência Emocional”, entre outros.

Palavras-chave:

Masculinismo. Misoginia. Análise de Discurso.