



COMO SERÁ O
AMANHÃ?

13º ENCONTRO DE DIVULGAÇÃO DE CIÊNCIA E CULTURAL



MODELO LARANJA – PROJETO DE PESQUISA

O crescimento do pensamento neoconservador e a influência das mídias digitais na sua propagação: um estudo de enquadramento das eleições de 2022 nas mídias sociais

Lana Vitória Novais Malheiros Bozi¹
Angela Maria Grossi²

O presente estudo busca compreender e evidenciar de que forma o pensamento neoconservador se manifesta nas mídias digitais e qual a influência e impactos que ele pode gerar na formação da opinião pública e na democracia contemporânea quando ocorre em conjunto com a funcionalidade atual dos algoritmos presentes nas redes sociais.

Para compreender o movimento ou ideologia neoconservadora, é necessário inicialmente abordar uma breve perspectiva do que esse conceito significa a partir de seu local de origem, os Estados Unidos, o novo conservadorismo a partir da chegada dessa ideologia ao Brasil e sua influência na atual política brasileira. Para Lacerda (2024, p. 68), o movimento neoconservador é uma coalizão de diferentes autores e valores políticos, que moldou um ideário privatista, antilibertário, neoliberal e de direita, cujos principais temas se relacionam a: defesa da família patriarcal, o sionismo, o militarismo anticomunista, o idealismo punitivo, o neoliberalismo e a direita cristã.

Partindo dessa perspectiva é possível notar que o novo conservadorismo se mostra presente em governos atuais, como Jair Bolsonaro no Brasil, Javier Milei na Argentina e, principalmente, na recente reeleição de Donald Trump nos Estados Unidos. Tal realidade evidencia o crescimento dessa ideologia no cenário político brasileiro tanto em nível federal como municipal, mas além disso, também se demonstra presente nas mídias sociais.

Byung-Chul Han (2022, p. 14), argumenta que as mídias eletrônicas são responsáveis por prejudicar o desenvolvimento de um discurso racional, que anteriormente fora construído pela leitura e pelo conhecimento adquirido através de livros: “A sociedade da informação é a sociedade da transparência. O imperativo da transparência faz com que as informações circulem livremente. Não são as pessoas que são realmente livres, mas as informações”.

Diante disso, a agilidade e praticidade gerada pelas redes, assim como a presença de diferentes algoritmos, possibilitam que um mesmo assunto chegue recorrentemente a um indivíduo e passe a estar presente no seu consumo diário de informações. Essa conduta, utilizada com fins políticos ou sociais, pode gerar

¹Graduanda de Jornalismo. Universidade Estadual Paulista (UNESP).E-mail: lana.vitoria@unesp.br

² Prof(a). Assoc. Angela Maria Grossi. Universidade Estadual Paulista (UNESP). E-mail: angela.grossi@unesp.br



inúmeros impactos na sociedade, inclusive no modo de agir e pensar do indivíduo (Bringel, 2024; Silva, 2024, p. 2).

Metodologicamente, trata-se de uma pesquisa exploratória, de viés qualitativo. Inicialmente, foi realizado um mapeamento dos perfis dos candidatos Tarcísio Gomes de Freitas (Republicanos), Jair Bolsonaro (PL) e Nikolas Ferreira (PL) buscando verificar a presença dos termos escolhidos como macrodescritores da pesquisa (neoconservadorismo, conservadorismo, neoliberalismo, mídias sociais, ideologia política, opinião pública e esfera pública) em postagens realizadas entre o período de 25 de setembro de 2022 - semana anterior ao primeiro turno das eleições presidenciais- até o dia 06 de novembro de 2022. Por meio de duas vertentes do enquadramento: a análise de conteúdo discursivo e a análise do efeito estratégico (Mendonça, 2012; Simões, 2012), foi verificado o enquadramento do discurso, se ele promove ou favorece uma narrativa específica na escolha de termos ao enfatizar, omitir ou alterar o sentido, além de listar e observar o possível impacto social, político ou cultural da perpetuação dessa narrativa no período eleitoral.

Através do mapeamento realizado nos perfis dos candidatos foi possível encontrar um total de 135 publicações (incluindo respostas dos próprios candidatos as suas postagens), o número alto se justifica pela repetição da aparição das mesmas publicações em diferentes momentos. Os critérios de busca da plataforma “X” oscilam os resultados fornecidos, sugestões de publicações sem associação ao termo ou ao período pesquisado podem ou não surgir dependendo da sua busca, não sendo explícito qual a relação compreendida pelo algoritmo para desencadear essas sugestões ao usuário. Um número maior de publicações foi observado ao pesquisar termos como “mídias sociais”, “redes sociais” e os que continham o termo “pública ou público”.

Esse contexto possibilita viabilizar a hipótese de que, conteúdos relacionados ao neoconservadorismo e ao neoliberalismo não necessariamente irão incluir exatamente essas palavras em suas publicações, pode ser adotada uma versão mais simples como o que é visto em “Deus, Pátria, Família”, mas seguindo as mesmas convicções que essas ideologias empregam. As buscas envolvendo o candidato Jair revelaram repetidamente uma *thread* (sequência de publicações) de Bolsonaro nas eleições de 2022 citando 22 compromissos. Ao pesquisarmos diferentes termos, era possível obter em destaque, diferentes trechos (números) desses compromissos que surgiam como um resultado de busca.

Com isso foi possível obter uma maior compreensão sobre a funcionalidade do algoritmo e a influência que ele pode desempenhar ao sugerir *posts* que a própria plataforma considera relevantes ao usuário, mesmo que não seja possível estabelecer uma relação clara entre as postagens sugeridas e os termos pesquisados, desencadeando uma possível influência e direcionamento no consumo do usuário e no seu comportamento digital. Portanto, para estudos posteriores, cabe o questionamento dos critérios que rodeiam essas escolhas de publicações como sugestão e, até que ponto, a existência da manipulação algorítmica, além de qual o potencial de influência que esses conteúdos podem ocasionar em comportamentos, pensamentos e consumo digital dos usuários.

Palavras-chave: Neoconservadorismo; Neoliberalismo; Mídias Sociais; Ideologia política; Opinião pública.



COMO SERÁ O
AMANHÃ?

13º ENCONTRO DE DIVULGAÇÃO DE CIÊNCIA E CULTURAL



REFERÊNCIAS

BRINGEL, A. F. F.; SILVA, L. L. C. C. Como o poder da mídia na sociedade influencia a livre manifestação do pensamento. **Revista Escola de Governo de Alagoas**, Alagoas, v. 1, p. 1-16, 2024. Disponível em: <https://revista.escoladegoverno.al.gov.br/storage/artigos/vckMNEj0s69oqvIZe4AHvoCF4rlNRrEalpwOeyhz.pdf>. Acesso em: 14 jan. 2025.

BYUNG-CHUL, Han. **Infocracia**: Digitalização e crise da democracia. Tradução: Gabriel S. Philipson. Petrópolis, RJ: Vozes, 2022.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 1. ed. São Paulo: Paz & Terra, 1996.

FAENELLO, D.. “Deus, pátria e família”: o que é o neoconservadorismo em destaque na política do Brasil – parte 1. **Coletivo Bereia**, Rio de Janeiro, 23 ago. 2023. Disponível em: <<https://coletivobereia.com.br/deus-patria-e-familia-o-que-e-o-neoconservadorismo-o-em-destaque-na-politica-do-brasil/>>. Acesso em: 14 jan. 2025.

LACERDA, Marina Basso. **O novo conservadorismo brasileiro**: de Reagan a Bolsonaro. 2. ed. Porto Alegre: Zouk., 2024.

MENDONÇA, F. R.; SIMÕES, G. P. Enquadramento: Diferentes operacionalizações analíticas de um conceito. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. São Paulo, v. 27, n. 79, p. 188-200, jun. 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbcsoc/a/ptZ9Qp9Qn7n7PdZDJZZXv3L/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em 06 jul. 2025.

MOLL, N. R. **Reaganetion**: a nação e o nacionalismo (neo)conservador nos Estados Unidos (1981-1988). 2010. 265 f. Dissertação (Mestrado em História) – Programa de Pós-Graduação História, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2010. Disponível em: <<https://app.uff.br/riuff/handle/1/22635>>. Acesso em: 02 jun. 2025.