

**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
INSTITUTO DE CIÊNCIA POLÍTICA**

BEATRIZ DELGADO VAL FRANCO

**#Feminismo:
Desafios e oportunidades na apropriação das redes sociais para a difu-
são de discursos**

**Brasília
2017**

BEATRIZ DELGADO VAL FRANCO

#Feminismo:

Desafios e oportunidades na apropriação das redes sociais para a difusão de discursos

Monografia apresentada como pré-requisito para a obtenção do título de bacharel em Ciência Política pela Universidade de Brasília.

Orientadora: Professora Marisa von Bülow

Parecerista: Professora Danusa Marques

Brasília

2017

Sumário

AGRADECIMENTOS	4
INTRODUÇÃO	7
PERGUNTA DE PESQUISA, OBJETIVOS E MÉTODO	10
JUSTIFICATIVA.....	11
SEÇÃO 1 – AÇÃO COLETIVA E CIBERCULTURA	13
AS NUANCES DA AÇÃO COLETIVA E NOVAS POSSIBILIDADES	13
O QUE REALMENTE MUDA COM AS NOVAS TIC’S (E O QUE NÃO MUDA).....	19
ATIVISMO ONLINE: PARA QUE SERVE A HASHTAG?	22
SEÇÃO 2 – CIBERESPAÇO EM DISPUTA	25
SITUANDO O MOVIMENTO FEMINISTA	25
HASHTAG FEMINISMO: FRAMES QUE CONECTAM	30
CAMPANHAS EM DESTAQUE: CONTEXTO, DISCURSO E DESDOBRAMENTOS.....	36
SEÇÃO 3 – ATIVISTAS COMENTAM AS HASHTAGS.....	40
ANÁLISE DAS CAMPANHAS E DAS ENTREVISTAS	40
DESAFIOS E PROPOSTAS	47
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	50
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	61

Agradecimentos

Se a vida é a arte do encontro como disse Vinícius de Moraes, eu acho que posso me considerar uma pessoa de muita sorte. Primeiro pelo encontro dos meus pais que são pessoas incríveis e sem os quais eu nada seria. Obrigada Regina e Adalberto por me desafiar todos os dias a ser uma pessoa melhor e por me trazer essa curiosidade que vocês têm de conhecer.

O segundo encontro decisivo foi certamente com a UnB que proporcionou outros tantos. Essa foi a minha casa nos últimos anos, me senti confortável, aprendi muito sobre mim, sobre tolerância e sobre o mundo que eu quero ajudar a construir e viver. Obrigada a todos que esbarraram comigo nessas descobertas. Aos colegas e professores do Demodê, especialmente à Ludmila que me deu muita força nessa reta final com as entrevistas. Aos amigos do Lapcipp, especialmente ao Álvaro e nossas conversas que trouxeram insights valiosos. Aos amigos da pós recém-chegados em Brasília, Raniery e Alexandre, e suas indicações de leitura que ajudaram a aprimorar este trabalho. Também aos funcionários do IPOL que tornaram a rotina mais alegre e reconfortante.

O terceiro encontro, crucial para minha trajetória pessoal e acadêmica, certamente foi com a minha orientadora Marisa von Bülow, por quem tenho muito carinho e admiração. Seu jeito acolhedor me trouxe de volta para o eixo nos momentos difíceis. Obrigada por acreditar e confiar nos seus alunos. Marisa abriu as portas do Resocie para mim, um ambiente criativo, de troca e amadurecimento, fonte da minha motivação. Agradeço aos colegas do grupo e às outras professoras, Rebecca e Débora, que junto à Marisa coordenam projetos de pesquisa incríveis.

Tayrine, Luiz e Ariadne, vocês foram um encontro de almas! Obrigada por contribuírem tanto para o meu trabalho, por me desafiarem, pelos esforços criativos conjuntos, pelos trabalhos escritos e pelas ideias que ainda não colocamos no papel. Vocês são fonte de luz e inspiração e por isso serei eternamente grata.

Agradeço a todas as mulheres fortes e batalhadoras com quem cruzei até aqui. A resistência de cada uma de vocês é exemplar. Especialmente às amigas sempre presentes, Flávia, Mônica, Ananda, Luiza, Tathiana e Paloma, que me lembram como o universo é cheio de possibilidades. Vocês são complementares e com certeza tornaram o final desse ciclo mais leve e mais bonito.

Espero que a Universidade se pinte cada vez mais de povo, de mulheres negras, de mulheres lésbicas, de mulheres trans, de mulheres inspiradoras! Esse espaço é de vocês e suas experiências são essenciais para a construção de um mundo mais igualitário e tolerante.

Resumo: A hashtag é um mecanismo que surgiu com o Twitter e permite conectar usuários em assuntos-chave. Para além de um meio de interação via web, seu uso político vem sendo tema de pesquisadores da área de ativismo online por ser cada vez mais adotado, implicando em uma disputa de discursos por grupos de interesse e agentes ou instituições públicas e ainda tocando conflitos do cotidiano que implicam no desafio das estruturas e do status quo. O foco deste estudo está nas campanhas feministas por hashtag que se tornaram virais nos últimos anos e leva em consideração os usuários por trás do compartilhamento dessas mesmas hashtags tal como o contexto macro em que estão situados, pensando em coletivos e organizações, assim como ativistas independentes que participaram das campanhas ou que de algum modo se utilizam das redes sociais digitais nos seus repertórios de ativismo e militância. Pretendemos analisar como as hashtags são apropriadas e transformadas em práticas dos movimentos feministas e das ativistas, assim como entender o que representam em termos de oportunidades e desafios.

Palavras-chave: hashtag, feminismo, campanhas, ativismo.

Abstract: The hashtag is a mechanism that came up with Twitter and allows users to connect to key topics. Aside from being a resource of interaction via web, its political use has been the subject of studies about online activism because it is increasingly used. It implies in a dispute of speeches by interest groups and agents or public institutions and still fosters conflicts that challenge structures and the status quo. The focus of this study is on hashtag feminist campaigns that have become viral in recent years. It considers the users behind the sharing of these same hashtags as well as the macro context in which they are located, thinking of collectives and organizations, and even independent activists who participated in the campaigns or who somehow use digital social networks in their repertoires of activism and militancy. We intend to analyze how hashtags are appropriated and transformed into practices of feminist movements and activists, as well as understanding what they represent in terms of opportunities and challenges.

Key-words: hashtag, feminism, campaigns, activism.

Introdução

Em abril de 2017 a Netflix lançou a série “Cara Gente Branca” que expõe as nuances do racismo nas universidades norte-americanas de forma inédita. A história, protagonizada por atores negros, inicia com a revolta dos alunos perante a realização de uma festa Black Face, em que estudantes brancos pintaram seus rostos de preto. A série ganha pontos positivos ao mostrar a variedade de perspectivas entre os alunos negros que se dividem em grupos com propostas de reação diversas. Um desses grupos propõe a utilização de hashtags para denunciar o racismo e reivindicar uma posição da Universidade acerca do ocorrido. Para outro segmento, adepto da ação direta, a ideia é motivo de piada já que não produziria grandes efeitos se comparado à realização de um grande protesto. Esta monografia contribui para os debates sobre a utilização de hashtags para fins de ativismo, o chamado “ativismo de hashtag”, a partir da análise de campanhas feministas na Internet.

O ativismo na internet também divide opiniões entre pesquisadoras e pesquisadores. Enquanto para uns a esfera digital é abraçada com otimismo, para outros ela aciona um alarme e requer cuidado. O potencial criativo da Internet vem sendo cada vez mais disputado, e para seus defensores não faltam obstáculos: é necessário argumentar contra as críticas sobre o ativismo de sofá, sobre a criação de bolhas ideológicas, e contra as dúvidas acerca do quão propositivas e transformadoras são as ações online.

Bennett e Segerberg (2013) falam em uma “lógica conectiva” do ativismo contemporâneo, em que as novas tecnologias de informação e comunicação trazem novas possibilidades de interação entre os usuários. Fronteiras geográficas, temporais e geracionais são simultaneamente minimizadas, conectando uma diversidade de atores e expandindo os espaços de diálogo entre eles (AMARAL ET AL, 2014; PADOVANI & PAVAN, 2016). As novas mídias aceleram a difusão de práticas de protesto uma vez que a mensagem chega mais rápido e de forma mais abrangente, tudo isso com menor custo não só da produção, mas também menor custo de participação para os usuários. Sincronicamente, os usuários saem de uma posição de meros consumidores para agentes ativos na produção de conteúdo, além de obterem maior apelo quanto a cobertura midiática. Isso porque a Internet permite que as conexões entre os indivíduos sejam mais diretas, diminuindo a distância antes observada entre audiência e mídias de massa, como no caso da televisão por exemplo. A aproximação do público com a produção da notícia faz com que

este tenha maior influência, podendo ele mesmo produzir conteúdo (EARL & KIMPORT, 2016, 226-227).

A diminuição dos custos de acesso também facilita a criação de redes, entendendo por redes um conjunto de laços e nós interconectados, sobre os mais diversos assuntos, transformando o jeito de fazer ativismo. As pessoas têm acesso diário às plataformas digitais, podendo transitar entre causas variadas, comentando e interceptando diretamente organizações e coletivos. É o que Castells (2003) identifica como “comunidades virtuais”, uma das camadas da cultura da Internet, e que, segundo ele, carregam os princípios que estimularam o próprio desenvolvimento do mundo virtual, tais como liberdade de expressão e a formação autônoma de redes. Entendendo rede como comunicação entre múltiplos indivíduos, para além do compartilhamento de afinidades, elas também funcionam como “instrumento de organização, ação coletiva e construção de significado” (p. 49).

Levando isso em consideração, não há como não pensar na militância feminista e nas campanhas online empreendidas nos últimos tempos em vários pontos do globo. Pensando no Brasil, 2015 e 2016 foram anos chave para o debate contra o assédio sexual, em que hashtags viralizaram trazendo milhares de relatos a público, “linkando” ativistas feministas de todas as idades e com diferentes backgrounds em torno de discussões importantes que produzem consequências transformadoras da sociedade civil, gerando um movimento de trocas sobre assuntos que antes eram considerados tabus.

A hashtag é um mecanismo que surgiu com o Twitter e permite conectar usuários em assuntos-chave, já sendo utilizado por outras plataformas como Instagram, Facebook, Pinterest, etc (VON BÜLOW ET AL). Para além de um meio de interação via web, seu uso político vem sendo tema de pesquisadores da área de ativismo online por ser cada vez mais adotado, implicando em uma disputa de discursos por grupos de interesse e agentes ou instituições públicas e ainda tocando conflitos do cotidiano que implicam no desafio das estruturas e do status quo. Essa disputa abrange possibilidades de enquadramento, repertório e identidade que refletem naquilo que é reproduzido, com funções de mobilização, denúncia, visibilidade, etc.

Há então uma busca pelo entendimento das redes que se formam e de como os atores participam, o que falam e com quem falam. Mas é preciso dizer que a plataforma por si só não é responsável pelas transformações nas interações e pelas inovações no modo de se fazer um debate. São os usuários por trás das plataformas que direcionam as discussões (GARCÍA ET AL, 2014; MARQUES, 2016). Além disso, o contexto em que se situam os atores também é um fator a ser levado em consideração (FRIEDMAN, 2017).

Cabe pensar o meio digital como mecanismo de disputa para iluminação de problemas, inclusive para influência da agenda pública, já que vivemos em uma sociedade em que o campo político é restrito para alguns grupos, impondo filtros que determinam o que é importante discutir e o que não é. Muitas pautas sequer são cogitadas nos espaços institucionais, reproduzindo a dominação dos grupos subalternos.

Dito isso, o foco deste estudo está na ação, nas campanhas que se tornaram virais, levando em consideração os usuários por trás do compartilhamento das hashtags e o contexto macro em que estão situados, pensando em coletivos e organizações, assim como ativistas independentes que participaram das campanhas ou que de algum modo se utilizam das redes sociais digitais nos seus repertórios de ativismo e militância. Para tanto, busco entender qual a percepção desses atores a respeito da utilização de hashtags para discussão e difusão de conteúdos ligados a temáticas de gênero levando em consideração as diversas funções e propostas que tais usos podem assumir. O objetivo deste trabalho é então analisar como as hashtags são apropriadas e transformadas em práticas dos movimentos feministas e das ativistas, assim como entender o que representam em termos de oportunidades e desafios.

As oportunidades e os desafios, assim como as práticas, se entrelaçam com o contexto neoliberal que absorve as três dimensões da injustiça de gênero – econômica, cultural e política – indicadas pela autora Nancy Fraser (2009), ao mesmo tempo em que impede transformações radicais das estruturas. Está aí travada a batalha entre a reorganização do capitalismo no pós-guerra e as feministas antiliberais da segunda onda, que recorrem ao ciberespaço como uma das arenas dessa disputa (p. 14, 23).

Não pretendo analisar o conteúdo compartilhado ou as redes acionadas que também são aspectos interessantes, mas ficarão para um momento posterior. Nesta monografia faço uma análise exploratória das possibilidades e limitações para o ativismo feminista online dos usos de hashtags em redes sociais, por meio da percepção dos atores situados em determinadas circunstâncias. As internautas e os internautas é que dão sentido para a utilização de plataformas digitais e no caso dos movimentos feministas, tais fenômenos estão circunscritos em uma onda maior de atuação que ultrapassa o Feminismo Online e o Hashtag Feminismo (CLARK, 2016; MARTIN & VALENTI, 2016) num confronto sistemático com as estruturas que operam as relações sociais. Mas a atuação online é inovadora porque vem abrindo caixas pretas antes intocadas, trazendo à tona desabafos sobre questões como o assédio, sofrido muitas vezes desde a infância, e que antes ficavam restritos à esfera privada ou permaneciam guardados sob o silêncio das vítimas.

Para além de códigos penais e legislação discutida em espaços formais institucionalizados, o compartilhamento de experiências aproxima as mulheres, fortalecendo uma unidade de grupo que diz que elas não estão sozinhas. A identificação com histórias reproduzidas sem a necessidade de um contato físico prévio revela um processo de reconhecimento na pessoa que fala e no problema exposto e, portanto, visibiliza questões epidêmicas estruturantes da sociedade, impulsionando o enfrentamento de situações de violência e de vulnerabilidade.

Pergunta de pesquisa, objetivos e método

As perguntas de pesquisa que guiam esta monografia são: Quais são as características da disputa de *frames* associados a temáticas de gênero no ciberespaço? De que forma as hashtags são apropriadas e transformadas em práticas pelos movimentos feministas? Dessa forma, pretendo contribuir para a literatura sobre disputa de enquadramentos, entendendo como os movimentos feministas enxergam o ciberespaço e recursos como a hashtag, quais oportunidades e desafios implicados e se há uma reorganização das relações de poder no espaço online entre as ativistas e outros atores que figuram o cenário contencioso off-line, no sentido de compreender em que medida conseguem ter voz e influência.

Antes de recorrer às ativistas, busquei realizar um levantamento bibliográfico sobre ativismo feminista e um mapeamento de campanhas envolvidas em temáticas de gênero por meio de menções em notícias ou publicações de coletivos e ativistas feministas, e mesmo artigos acadêmicos sobre o assunto. Foi característico dessa etapa um processo bola de neve em que a pesquisa sobre determinada campanha, iniciando por aquelas que mais repercutiram, levava a outras e assim por diante. Este esforço permitiu uma visão ampliada sobre o objeto de pesquisa.

Não só no Brasil, mas em várias partes do mundo vemos discussões colocadas em pauta por meio do uso de hashtags, um fenômeno que, no entanto, não ocorre de forma homogênea. Há campanhas que surgem diretamente na esfera online ou que são extensão de acontecimentos off-line. Algumas possuem como propósito impor pautas na agenda pública, outras são reações a eventos pontuais e específicos. Algumas são iniciadas por usuários ou organizações com trajetórias na pauta em foco, outras surgem de forma inde-

pendente e difusa. Para as campanhas iniciadas por organizações específicas (sejam coletivos, ou empresas, ou ativistas), as páginas das mesmas fornecem dados e informações, além dos portais de notícias com entrevistas e análises que auxiliam de forma complementar. Para as campanhas que surgiram independentemente, as fontes de informação foram portais de notícia ou rastreamento em redes sociais como Facebook e Twitter.

O material coletado serviu de insumo para aprofundar o conhecimento sobre o feminismo apelidado de 2.0 e para o passo seguinte. Não excluí desse mapa campanhas veiculadas em outros países, mas por questões de acessibilidade, priorizei atores do contexto brasileiro na segunda etapa em que busquei o contato de mulheres ativistas independentes ou ligadas a coletivos e organizações para a realização de entrevistas semiestruturadas. Nesse sentido o próprio âmbito universitário foi favorável para a busca, mesmo porque em minha trajetória enquanto mulher feminista já havia cruzado anteriormente com algumas ativistas salientes. Também acionei páginas de coletivos e organizações no Facebook das quais obtive algumas respostas, até mesmo de militantes de outros estados, efetuando o diálogo por meio do Skype.

Outro motivo para considerar hashtags de fora do Brasil está no fato de que algumas delas estavam inseridas em diálogos transnacionais ou foram inspiradas em discussões travadas em outros países, estimulando uma visualização, ainda que limitada, da formação de redes para além das fronteiras nacionais, o que também reflete a estrutura do ciberespaço.

Justificativa

Os anos de 2015 e 2016 foram de suma importância para o ativismo feminista no Brasil, com campanhas que se tornaram virais, pautando assuntos, como a violência sexual sofrida por mulheres, que muitas vezes deixam de ser abordados, seja pela banalização, seja pelo medo de exposição, ou até mesmo pela falta de interesse por parte da sociedade. Essa onda de compartilhamento de hashtags com funções de ativismo, principalmente no que tange às pautas feministas, não está restrita ao Brasil. Muito pelo contrário, tais fenômenos extrapolam fronteiras e promovem o estreitamento de laços entre as diversas nacionalidades numa luta que é parte da realidade de muitas mulheres.

É justamente essa característica de transnacionalização dos debates que faz querer ir mais a fundo no debate sobre ativismo online para entender melhor os significados da

utilização de uma hashtag. Mas também entender quem são os indivíduos por trás dos dispositivos eletrônicos e como eles se percebem nessa rede, como interpretam as consequências do que é publicado em um mundo cada vez mais conectado, onde as redes sociais digitais são diariamente utilizadas pela maioria dos portadores de smartphones.

O aprofundamento do conhecimento sobre o ativismo online também serve de combustível para contestar o estigma do “clickativism” alimentado por parte pessimista da literatura, mas lembrando que a ação online não está descolada de outras dinâmicas sociais nem exclui outras estratégias de atuação. Este trabalho se divide em três seções: na primeira, são explorados alguns conceitos importantes sobre organizações de movimentos sociais, correlacionados então com a estrutura do ciberespaço e suas características. Na segunda, o foco é afinado para entender os movimentos feministas e processos concomitantes de organização social, levando em consideração o ciberespaço como âmbito de disputa e explorando a maneira como é apropriada a cibercultura, resgatando, ao mesmo tempo, as críticas ao liberalismo e como elas são reelaboradas levando em conta a esfera virtual. Por último, trago dados empíricos em comparação com a literatura para entender as práticas, oportunidades e desafios que enfrentam os movimentos feministas.

Seção 1 – Ação coletiva e cibercultura

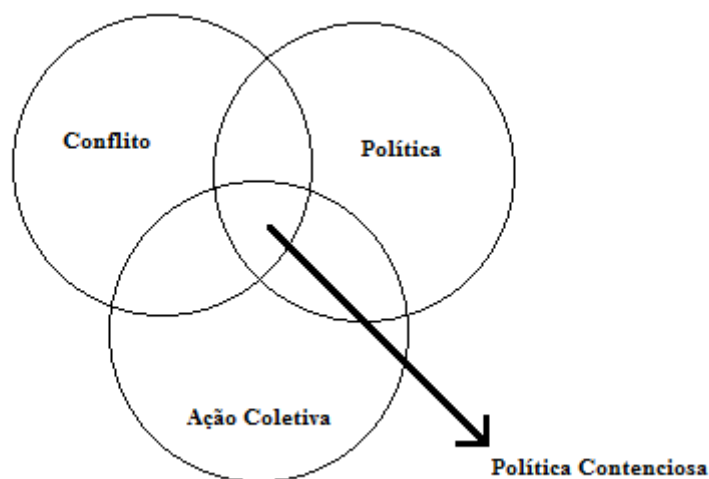
As nuances da ação coletiva e novas possibilidades

Todos nós, de um jeito ou de outro, agimos em prol de causas que acreditamos em determinadas circunstâncias. Seja a participação numa reunião de condomínio, ou em um boicote, ou na eleição de um vereador, nossas ações estão associadas ao desejo por algo que acreditamos ser o melhor. Ninguém vota em um candidato que tem como discurso piorar os serviços de saúde por exemplo. Mas para cada pessoa esse “melhor” está baseado em uma visão de mundo que determina o que é enxergado como problema, quais táticas devem ser usadas para enfrentar tais problemas e quais resultados são ideais. Um dos debates clássicos na Ciência Política tem como foco entender porque os indivíduos participam e a disputa pelo significado da ação coletiva, sendo este um dos meios para alterar a realidade em prol de determinado grupo ou organização, ou ainda o coletivo social como um todo.

A ação coletiva não é objetiva e simples. De um lado, Olson defende que a participação em grupos grandes não ocorre espontaneamente, pois o indivíduo enquanto ser racional busca maximizar benefícios e, portanto, precisa de incentivos que tornem os custos uma variável não desvantajosa perto dos ganhos alcançáveis, isto é, estes devem superar os primeiros (OLSON, 1999). De outro, Offe e Wiesenthal destacam a importância de outros elementos para além dos custos e incentivos seletivos por uma ótica sociológica que também considera o papel das instituições e do controle e acesso a recursos como determinantes do sucesso ou fracasso da ação coletiva. Além disso, o engajamento pode figurar como um bem em si mesmo, ou seja, a satisfação está em saber que se está fazendo algo, em se dedicar a alguma causa mesmo sem a garantia de obter algum resultado (OFFE & WIESENTHAL, 1984).

No livro “Contentious Politics”, Tilly e Tarrow definem a ação coletiva como esforços coordenados para alcançar determinados interesses e programas (TILLY & TARROW, 2015, p. 8). Nem sempre a ação coletiva é movida por motivos políticos ou tem como estratégia táticas contenciosas. Para conceituar aquilo que estão chamando de política contenciosa, combinam três elementos: “collective action”, “politics” e “contention”.

Figura1. Componentes da Política Contenciosa



Fonte: TILLY & TARROW, 2015, p. 10

O que caracteriza a ação como política é a relação de conflito entre os grupos de interesse e instituições ou agentes governamentais, cuja intenção é a criação ou mudança de dispositivos que resultem na obtenção de direitos regulamentados, de recursos, ou na implementação de políticas públicas. O terceiro elemento, o conflito ou confronto, diz respeito a forma que os indivíduos usarão para disputar seus interesses, o que nos leva ao conceito de repertório. Os repertórios são variados e estão atrelados às identidades políticas dos grupos e movimentos sociais, descrevem conjuntos de performances combinadas que são empregados, e que abarcam desde protestos nas ruas a petições online, cujo mote é exercer pressão sobre autoridades públicas detentoras do poder de realização da mudança institucional e, portanto, via de acesso a direitos legais (Idem, p. 8-9).

A identidade política é determinante do enquadramento, isto é, do enfoque que será dado ao problema, como ele será construído, levando em conta as estruturas sociais e políticas, a posição dos indivíduos que movem o conflito e do contexto vigente. Nem sempre os contextos são propícios, levando à perseguição e criminalização dos grupos. Quando há um grau de abertura para a contestação, este é chamado de oportunidade política ou janela de oportunidade, em que o custo de participação não envolve grandes riscos, sejam eles a possibilidade de ameaças aos bens ou à integridade física dos indivíduos (GARRETT, 2007, p. 3 e 17; TILLY & TARROW, 2015, p. 13 e 20).

Voltando às abordagens de Olson, Offe e Wiesensthal, ambas estão atreladas ao que hoje chamamos de estruturas tradicionais de organização, que contam com uma dinâmica interna hierárquica, presença de lideranças, táticas padronizadas de recrutamento

e identidade coletiva determinada por pautas específicas. Objeto de análise das duas perspectivas, os sindicatos constituem o molde clássico para o estudo da ação coletiva de grupos de interesse e organizações formais. Contudo, o desenvolvimento das novas tecnologias de informação e comunicação vem promovendo mudanças culturais nas formas de organização dos indivíduos, conjuntura que já está presente em obras mais recentes da literatura, como é o caso do livro de Tilly e Tarrow.

As novas TIC's são produto do desenvolvimento da Internet, que a partir dos anos 90 trouxe a possibilidade de conexão em rede de forma descentralizada (CASTELLS, 2003) e que tem como ponta de uma cadeia tecnológica evolutiva dispositivos eletrônicos multifuncionais conectados vinte e quatro horas por dia, com um grande potencial criativo para a produção de conteúdo próprio. Somadas a uma crescente desconfiança perante o modelo democrático representativo e todas as instituições e organizações que o compõem, inclusive o voto, vêm configurando novos processos culturais no modo de fazer ativismo, que estão na esteira de uma nova dimensão de socialização, a cibercultura que nasce do ciberespaço. Parte da literatura tem se dedicado a pesquisar essa tendência ao afastamento de organizações formais tais como partidos políticos, sindicatos e movimentos sociais, simultânea à descoberta pelos espaços digitais como canais de expressão independentes (BENNETT, 2008).

Desde a segunda metade do século XX, Bennett e Segerberg (2013) notam uma disposição de engajamento em questões com ressonância a nível mundial, por exemplo, temas como mudanças climáticas, insustentabilidade do modo de produção capitalista, desigualdade de distribuição de riquezas, avanços nos direitos de grupos minoritários, tal qual a luta pela igualdade salarial entre homens e mulheres enfatizada pela agenda feminista. Porém esse engajamento não implica necessariamente na afiliação em organizações formais ou a utilização de velhos repertórios de ação, tais como piquetes ou protestos nas ruas, vide a atuação dos movimentos de mulheres e do movimento LGBT, por exemplo.

Tilly e Tarrow descrevem a disseminação de performances contenciosas pelo mundo, aderidas por diferentes tipos de organização:

(...) by the twentieth century, many contentious performances had spread around the world and become what we call modular: performances that could be adopted and adapted across a wide range of conflicts and sites of contention by a broad range of actors. (TILLY & TARROW, 2015, p. 16)

Mas ao mesmo tempo em que são compartilhados a nível global, os repertórios, isto é, a forma como se dá a ação contenciosa, são influenciados pela individualização da participação. Velhas táticas não são fatalmente deixadas de lado, mas testemunham os desdobramentos do que Bennett e Segerberg (2013) chamam de ativismo do-it-yourself (faça você mesmo), ou personalização da ação contenciosa (p. 5). Esses novos comportamentos, potencializados pelo surgimento da Internet, moldam o que os autores denominam de “ação conectiva”, que para alguns pode complementar ou competir com repertórios convencionais de ação.

A ação conectiva é instrumentalizada por meio do uso de mídias sociais digitais que por sua vez abrem caminho para espaços que favorecem a criatividade e a autonomia dos indivíduos, os quais mais do que consumidores das ferramentas oferecidas pelo mercado passam a ser usuários também produtores de conteúdo se apropriando das plataformas de uma forma que nelas imprimem valores e crenças pessoais, e ainda constroem redes de acordo com interesses e afinidades (EARL & KIMPORT, 2016; ÖSTMAN, 2012).

Plataformas como Facebook, Twitter, Instagram e Youtube, para ilustrar aqui apenas algumas das mais utilizadas, são espaços interativos que permitem a conexão em rede, não apenas entre pessoas que se conhecem, mas entre usuários comuns e portais de notícia, celebridades, autoridades públicas, organizações de movimentos sociais, coletivos e até mesmo instituições públicas (DRÜEKE & ZOBL, 2016). São ambientes de compartilhamento de interesses, de interpelação e interlocução que muitas vezes não seriam possíveis face-a-face não só pela escassez de tempo, como também por uma questão de acesso. As mídias digitais facilitam a comunicação entre os indivíduos, dispensando a necessidade de mediação por meio de líderes, entidades ou empresas de comunicação (SORJ, 2015).

Com o passar do tempo vemos um aumento progressivo da incorporação dessas tecnologias nos nossos cotidianos graças ao desenvolvimento dos dispositivos eletrônicos em que cada plataforma digital torna-se um aplicativo de rápido acesso, e que implica em novas exigências culturais, tais como a disponibilidade de rede wi-fi, que passa a ser um serviço comum oferecidos por diversos tipos de estabelecimentos (universidades, livrarias, restaurantes e em alguns casos até mesmo hospitais). Aqui é preciso fazer ressalvas e lembrar que o uso da Internet e de mídias digitais não está descolado do contexto de um determinado país ou de um determinado recorte social. Isso quer dizer que a utilização das novas TIC's não é universal nem está livre dos impactos causados por obstáculos

estruturais, apesar de alguns autores acreditarem na suavização dos mesmos, discusso a qual retornarei posteriormente. Mas ainda que nem todos os indivíduos possuam a oportunidade de conviver com tais tecnologias e utilizá-las, estas não deixam de impactar suas vidas já que, como foi dito, figuram como epicentro de uma metamorfose cultural no que tange à expressão, interação e compartilhamento de ideias. Os indivíduos nascidos na nova era da comunicação, por exemplo, chamados nativos digitais, possuem uma expertise que impressiona gerações anteriores e expande os limites de criatividade das gerações futuras.

Todavia, como já foi dito, as inovações testemunhadas na contemporaneidade não significam necessariamente o abandono de velhos repertórios e estratégias de organização. Em discordância, parte da literatura acredita que o desaparecimento de organizações convencionais está próximo e que as novas TIC's representam um verdadeiro perigo para a ação coletiva, a ser substituída pelo que chamam pejorativamente de “clickativismo” ou “ativismo de sofá” (MOROZOV, 2011). A crença na Internet como solucionadora dos problemas de regimes democráticos configura o que Morozov cunhou como cyber-utopia cujos resultados seriam pouco promissores, trazendo no fim um sentimento de desilusão (Idem, p. xiv-xvii). Ainda por essa ótica, alguns autores pontuam que as inovações tecnológicas estão situadas em uma sociedade pautada pela lógica de mercado e, consequentemente, reproduzem desigualdades estruturais no mundo virtual (MIGUEL, 2014).

O outro extremo desse panorama é personificado por autores que enxergam nos usos e impactos da Internet uma revolução profunda e positiva da participação por vias mais horizontais. Alguns eventos, como os levantes de 2011 que ocorreram no Oriente Médio e ficaram conhecidos como Primavera Árabe, trouxeram a esperança na tecnologia como arma de luta contra regimes autoritários. É ainda a oportunidade mais próxima da construção de um âmbito deliberativo que atenda às demandas por isonomia e isegoria, capaz de tapar os buracos de frágeis regimes democráticos, pois se há desconfiança quanto as vias convencionais mas os níveis de participação continuam expressivos, então os indivíduos não estão sendo ouvidos nesses espaços. É o que Mendonça e Ercan (2015) defendem encontrando suporte para sua linha argumentativa na onda de manifestações presentes no Brasil e na Turquia no ano de 2013:

In both Turkey and Brazil, protests ignored political parties and dis-trusted the mainstream media and the institutions of representative democracy. They preferred social media and local assemblies to be informed about the events, to influence public opinion and to make collective decisions. (Idem, p. 273).

Seguindo outra direção, ainda de caráter otimista, há escritores que acreditam numa aproximação no sentido de um sistema de governança da internet, capaz de proteger os indivíduos da vigilância estatal, através da instrução e disseminação do conhecimento da criptografia forte, os chamados *cypherpunks*. A partir de uma perspectiva ideológica libertária, a Internet é para eles concebida como ferramenta capaz de alterar o jogo de forças, tirando do Estado o poder de controle sobre a população, finalmente garantindo sua autonomia e seus direitos individuais, tendo a privacidade como principal pilar (AS-SANGE, 2012; BARLOW, 1996; SILVEIRA, 2015, p. 4-6).

No meio do caminho, autores como Bimber (2012) e Pereira (2011) enxergam uma combinação, com forte potencial, de velhas práticas com as novas ferramentas pelos grupos organizados. As organizações de movimentos sociais não estão obsoletas porque também se adaptam e se apropriam do novo. Em contrapartida à rejeição do público por formas enrijecidas de filiação, formalidades burocráticas e reuniões dispendiosas, entidades tradicionais incorporam o uso de TIC's para acompanharem as tendências de uma participação mais fluida e interseccional com outras causas e movimentos. Ao mesmo tempo, os chamados novos movimentos sociais, que surgem após o *boom* da Internet, buscam implementar estruturas horizontais de organização interna, sem a personalização em torno de alguns membros, algo comum em formações hierarquizadas.

Entre velhos moldes de coordenação e o ideal da horizontalidade, Gerbaudo (2012) aponta um novo tipo de protagonismo, sem status de liderança, em que alguns indivíduos se projetam como uma espécie de assistentes canalizando o fluxo de emoções nas redes em uma identidade comum que desague para a mobilização nas ruas, sem a prerrogativa para tomar decisões pelo corpo coletivo. No entanto, o autor chama atenção para o risco de fetichizar a tecnologia ao atribuir a ela o papel fundamental de provedora da ação coletiva. Parafraseando Pierre Levy (1999), a tecnologia não é um projétil que mira a sociedade como alvo e atinge-a friamente. Os indivíduos são responsáveis pela criação, desenvolvimento e utilização dos dispositivos, assim como pelo valor a eles atribuído. Portanto, a separação entre sociedade, cultura e técnica só pode se dar no campo conceitual, o que nos leva a conceber a cibercultura não por uma equação de causa e efeito, mas como um processo multilinear de aprendizagem que depende da cooperação e interação entre desenvolvedores e usuários (p. 21-22). Em um nível mais micro de análise, essa ideia de um processo multilinear de aprendizagem remete a ideia de apropriação, que, por sua vez, diz respeito à forma como indivíduos e organizações acessam o ciberespaço, intrínseca a crenças, valores e à dinâmica social em que estão inseridos.

Tanto os indivíduos quanto os movimentos sociais, as instituições, as figuras públicas e ainda o mercado, estão inseridos em um processo de aprendizado coletivo a respeito das novas mídias, acompanhados por uma série de estudos interdisciplinares que tentam decifrar os potenciais e os limites no uso de tais ferramentas. Isso porque desde o surgimento da Internet e da sua disposição para o público em geral, mecanismos de interação já foram diversas vezes atualizados, ao mesmo tempo que uma série de novos recursos foram criados. E o potencial de renovação é apenas um dentre os vários atributos.

O que realmente muda com as novas TIC's (e o que não muda)

É quase consenso nas discussões sobre as novas tecnologias de informação e comunicação que uma das vantagens é a diminuição de gastos. Mas que gastos são esses? E quais outras vantagens a explorar?

O surgimento da Internet, em paralelo à evolução dos aparelhos eletrônicos, inegavelmente promoveu a diminuição dos custos de comunicação e de tempo, porque as distâncias geográficas não são mais obstáculos para a emissão e chegada da informação. O desenvolvimento de ferramentas que permitem a comunicação em tempo real poupa custos de transmissão e agiliza a capacidade de resposta, facilitando a comunicação e o acesso às fontes de informação. A criação de plataformas digitais que proporcionam a personalização de redes próprias e a produção de conteúdo autônomo contribui para a livre expressão de pensamentos e ideias, o que por sua vez contribui para a construção de canais de contrainformação em contextos nos quais a imprensa e os meios de comunicação de massa, como rádio e televisão, controlam o que é noticiado, sem a garantia de promoção de um espaço plural de pontos de vista (BENNETT & SEGERBERG, 2013).

Em um sistema no qual as instituições públicas não são nem de longe neutras e em que os veículos de informação operam segundo os interesses do mercado, impedindo a manifestação plural de vivências, opiniões e demandas, a Internet torna-se um meio importante para vocalização dos contrapúblicos subalternos, excluídos da esfera pública, e tratados com indiferença ou criminalizados pelas mídias de massa. O conceito de contrapúblico subalterno é trazido por Nancy Fraser na crítica à esfera pública idealizada pela burguesia e posteriormente pela teoria habermasiana. Autores como Fraser, Offe e Wienthal descrevem a falácia da neutralidade das instituições públicas ao permitir que ape-

nas sujeitos muito específicos participem de espaços deliberativos (FRASER, 1992; MIGUEL, 2014; OFFE & WIESENTHAL, 1984). Cabe ressaltar que essa vocalização no meio digital não necessariamente implica a criação de espaços deliberativos de diálogo. Significa antes de mais nada a oportunidade da criação de canais de expressão próprios dos grupos.

Dessa forma, os movimentos sociais podem se beneficiar das facilidades de difusão da informação que implicam na diminuição dos custos de organização e mobilização, e facilitam o diálogo com outras organizações fazendo florescer um capital do tipo ponte (SOMMA, 2015, p. 108-109), assim como também podem aproveitar a oportunidade que esses meios oferecem de projeção de ideias sem a interferência de terceiros falando por eles. Movimentos mais abrangentes não necessariamente ligados a entidades formais, como é caso do movimento feminista, do movimento LGBT e do movimento negro, também conseguem pautar debates e conectar pessoas por meio de comunidades virtuais, e talvez constituam os exemplos com maior reverberação no âmbito virtual, no que tange à difusão de discursos (FRIEDMAN, 2017, p. 4). A visibilidade de grupos marginalizados traz novas perspectivas e possibilidades de ativismo, ressignificando ferramentas graças a sua utilização de um modo político e crítico.

Todas essas características descrevem a ação conectiva, em que o a trajetória e o estilo de vida dos indivíduos condicionam pequenas atitudes individuais (ativismo do-it-yourself) sem a obrigação de seguir a cartilha de qualquer organização para se inserir na luta por alguma causa, atitudes as quais são canalizadas nas redes virtuais onde se agregam e são personalizadas. Por meio do compartilhamento de tais valores é possível extrapolar o leque de repertórios de atuação política para além de estratégias off-line.

Do ativismo online surgem formas de linguagem que podem dar novas roupagens a velhos discursos. Os memes e o uso da ironia, por exemplo, vêm ganhando atenção dos estudiosos já que caracterizam boa parte do fluxo de comentários em interações virtuais, numa proposta de interpretação da realidade de forma descontraída. Segundo Wiggins e Bowers (2014) “Internet memes exist as artifacts of participatory digital culture” (p. 6). Por outro lado, de modo menos extrovertido, debates complexos são colocados para o público a partir de interpretações e linguagens mais acessíveis, codificando termos técnicos e acadêmicos, que permitem ampliar a participação de mais públicos.

Um outro mecanismo inovador proporcionado pela cultura da Internet é o registro ou documentação da realidade sob a perspectiva do autor. Imagens, vídeos, comentários são utilizados para codificar a realidade, desde eventos que se restringem ao ambiente

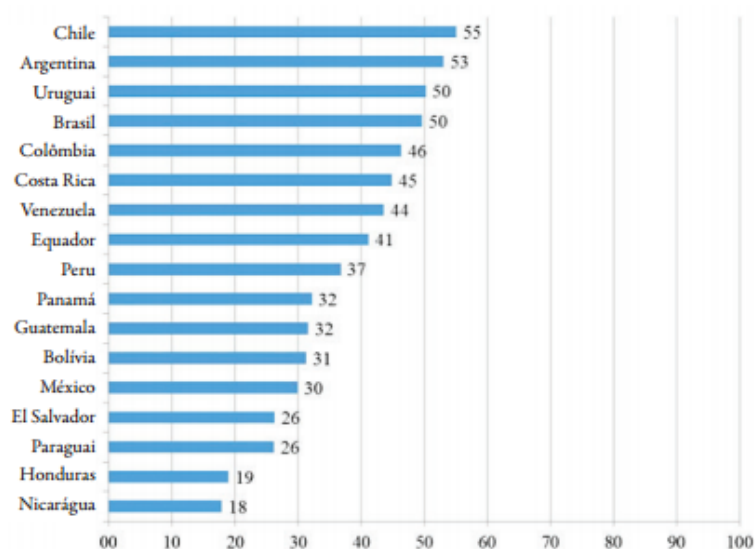
online, como por exemplo o “vomitação”¹, aos eventos off-line, em que são documentadas imagens de violência policial em uma manifestação, por exemplo. Movimentos sociais combinam repertórios de ação para amplificar a eficácia de suas ações, e até mesmo para denunciar a criminalização e a violência sofrida. Ativistas independentes utilizam as mídias para a construção de canais pessoais de expressão, assim como para ganharem projeção nas comunidades virtuais das quais participam. Além de transmissão, com algumas limitações, as plataformas digitais tornam-se repositórios importantes de eventos e demonstrações.

Isso nos traz uma observação essencial: as novas tecnologias não são revolucionárias por si só, mas seus impactos dependem dos significados que os usuários nelas imprimem, do valor que atribuem às possibilidades oferecidas de relação com o meio e com outros usuários. Contudo, não estão blindadas da reprodução de desigualdades. No Brasil, por exemplo, apesar da expansão do acesso à Internet, predomina um recorte de classe sobre aqueles que não o têm. Em 2016, uma pesquisa realizada pelo IBGE revelou que 54,9% da população acessa à Internet, mas que famílias de baixa renda ainda estão em posição desvantajosa quanto a estes dados de acesso (G1, 2016).

Outros países da América Latina também estão longe de garantir acesso à maioria da população. Em 2012, apenas dezoito pessoas a cada cem navegavam na Internet na Nicarágua, um déficit de trinta e sete pessoas se comparado ao Chile, país com maior índice na época em que foi feita a pesquisa pelo projeto LAPOP – Latin American Public Opinion Project (SOMMA, 2015, p. 117). Ademais, a navegação no mundo online abre portas para um campo ilimitado de utilidades, a depender da expertise do usuário. O jornal americano *Americas Quarterly* traçou o perfil das pessoas conectadas baseando-se nos dados do LAPOP. Os dados sugerem que dentre aqueles como maior grau de acesso à esfera virtual estão indivíduos com alto grau de escolaridade e idade de até 25 anos (acesso seis vezes maior do que o grupo mais velho com 66 anos ou mais). Os autores da matéria apresentam uma correlação entre uso da internet e valores democráticos em que são diretamente proporcionais, isto é, quanto maior o primeiro, maior a tolerância política. Não podemos deixar de pensar em qual é o perfil dos que integram os grupos que estão de fora desses índices, mas essa discussão ficará para outro momento.

¹ O “vomitação” consiste em uma mobilização coletiva na Internet, mais especificamente no Facebook, em que vários usuários comentam um emoji (ideogramas que expressam reações) que simula o vômito em determinado post em um determinado perfil como forma de protesto e oposição a alguém e ao que está sendo dito.

Gráfico 1. Porcentagem dos que acessam a internet algumas vezes por mês na América Central e América Latina



Fonte: Latin American Public Opinion Project (LAPOP), rodada de 2012.

Ativismo online: para que serve a hashtag?

As formas híbridas de ativismo, complementando repertórios off-line com os recursos online, já foram mencionadas. Nesta monografia, o foco será a forma como esses recursos são apropriados e transformados em práticas nos movimentos feministas. Mais especificamente, será analisada a utilização de hashtags, comum em plataformas como Twitter e Facebook, com destaque para a primeira.

A hashtag tem a cerquilha (#) como símbolo e é um recurso que surgiu no Twitter, rede social online que possibilita aos utilizadores o compartilhamento de textos de até 140 caracteres. O uso da cerquilha vem acompanhado por strings (o mesmo que cadeia de caracteres no vocabulário dos programadores, correspondentes a palavras ou frases) que podem ser replicados pelos usuários nos posts, disseminado também em várias outras plataformas tais como Facebook e Instagram, possibilitando uma conexão dos indivíduos em torno de assuntos-chave (VON BÜLOW ET AL.).

Ao pesquisar uma hashtag qualquer, por exemplo, #ficadilha ou #foradilha, tem-se como resultado o que foi compartilhado em modo público contendo tais strings. O Twitter possui como recurso um ranqueamento das hashtags mais compartilhadas no país e no mundo, chamado *trending topics*. O uso das mesmas hashtags por diferentes usuários promove a criação de comunidades, dados que ficam arquivados na rede e resultam

em bancos de dados enormes que são utilizados por empresas para pesquisas de mercado, ou para fins acadêmicos através de programas como Python, RStata, Java, entre muitos outros, desenvolvidos por engenheiros e cientistas da computação.

As hashtags se assemelham aos memes em alguns pontos. Sua sobrevivência depende do alcance, isto é, da propagação e viralização na rede. Mas, ao contrário dos memes, são comumente postadas mais de uma vez por um mesmo indivíduo em mais de uma circunstância. Também como os memes, podem operar como catalisadores de acontecimentos vigentes, mas com propósitos interpretativos distintos.

Estudos recentes vêm analisando o leque de finalidades para que as hashtags são empregadas, mostrando que muitas vezes constituem um mecanismo de demarcação de posicionamento político sobre diversos assuntos. Bennett e Sergerberg (2013) apontam a utilização de hashtags para promoção de *frames* como no caso do movimento Occupy com a hashtag “We are the 99%” (p. 37-38). Este estudo também explora a disposição de *frames* por meio de hashtags e tem como objeto de análise as campanhas feministas, integrantes de um movimento denominado pela literatura como “Hashtag Feminismo” (CLARK, 2016; DRÜEKE & ZOBL, 2016; MARTIN & VALENTI, 2012). Nos últimos tempos, campanhas feministas ganharam destaque nos meios de comunicação de massa depois de viralizarem na Internet, levantando discussões importantes relacionadas à violência e à desigualdade de gênero, denunciando situações de machismo encrustadas historicamente na sociedade, criando redes de apoio entre as mulheres, e o que é mais surpreendente, tudo isso por meio do simples ato de compartilhar uma hashtag. Simples porque quando comparado ao ativismo face-a-face envolve menores custos de participação. Mas não menos complexa se analisarmos a construção de discursos por trás dessas hashtags e sua função enquanto meio de disputa de pautas e enquadramentos.

A apropriação que as ativistas feministas fazem das mídias digitais se diferencia da forma adotada por organizações e coletivos em confrontos já mencionados aqui. Mendonça e Ercan (2015), em sua análise dos protestos de 2013 na Turquia e no Brasil, têm como achado o uso das novas TIC’s para questões de estrutura e coordenação da ação como organização e mobilização. Já na Primavera Árabe, as redes digitais tiveram a função de transmitir os acontecimentos, conforme exposto por Tilly e Tarrow (2015)

Arab Spring has been called the “Twitter revolution.” Advocates of this view point to how rapidly websites were put up in Cairo and elsewhere to communicate what was happening in Tahrir Square to other Egyptians and around the Arab World. (p. 220)

Os autores também resgatam o papel da tecnologia no movimento Occupy Wall Street ocorrido nos Estados Unidos e no movimento dos Indignados na Espanha que lembra a apropriação feita no Brasil e na Turquia:

The websites were used not only to communicate the sites' mission statements to occupiers, but to communicate with supporters in the surrounding communities and to urge the diffusion of the movement further afield. (Idem)

A crítica de ativistas e pesquisadoras sobre a literatura que trata do uso das novas ferramentas diz respeito ao foco dado a aspectos que remetem a um formato tradicional da ação política. Shaw (2012) chama atenção para o potencial discursivo das redes virtuais. Para além de organização interna, mobilização e comunicação, floresce uma forma diferente de linguagem e discurso, o que por sua vez possibilita aos contrapúblicos excluídos do debate na esfera pública desafiar concepções ancoradas no *status quo* e, portanto, influenciar o enquadramento dos meios tradicionais de comunicação sobre tais concepções (p. 382). Ainda segundo a autora, a produção teórica permanece centrada no significado das novas TIC's para os movimentos sociais, desprezando o papel das comunidades virtuais em ascensão (p. 375-377).

No próximo capítulo irei destrinchar um pouco mais do movimento hashtag feminismo e abrir a discussão sobre a construção e difusão dos discursos nas redes, como eles podem influenciar e alterar enquadramentos, e produzir efeitos nas relações com outros atores estatais ou de mídia.

Seção 2 – Ciberespaço em disputa

Situando o movimento feminista

As arquiteturas das novas mídias digitais renovaram as expectativas do movimento feminista, ou melhor, dos movimentos² feministas, fazendo acreditar na abertura para um novo momento na luta por direitos das mulheres. Martin e Valenti (2012), por exemplo, falam sobre o alcance das mídias sociais e de como a facilidade de acesso pode fomentar um feminismo mais interseccional graças à permeabilidade maior aos contrapúblicos subalternos para a participação nos debates. O “online feminism” (feminismo online) e o “hashtag feminism” (hashtag feminismo) correspondem ao uso dessas novas plataformas para trazer à tona questões e debates acerca da igualdade de gênero e da justiça social, entendendo-as como propulsores no avanço de conquistas nessa seara. O que começou com fóruns de debates, publicações em blogs e criação de revistas eletrônicas se desenvolve junto aos recursos tecnológicos, explorando e ressignificando mecanismos de interação, vide as campanhas difundidas por hashtag. Novos canais de ativismo vêm se construindo devido à forma como os usuários se apropriam dos recursos virtuais disponíveis (FRIEDMAN, 2017; MARTIN & VALENTI, 2012).

Isso não quer dizer que houve uma migração das táticas empregadas pelas ativistas para a esfera online. Superando o debate dicotômico que contrasta uma visão otimista e outra pessimista acerca do uso dos recursos digitais já mencionado na seção anterior, os movimentos feministas demonstram uma assimilação dessas ferramentas sem tirar a importância das ações *on-the-ground*, isto é, as práticas tradicionais que envolvem ocupar as ruas ou fazer lobby na esfera institucional. No Brasil, várias mulheres convocaram protestos no Facebook e foram às ruas em 2015 para protestar contra o PL 5069 de autoria do então presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, que dificultava a realização do aborto em casos de estupro (EL PAÍS, 2015; G1, 2015). No ano passado aconteceu a 4ª Conferência Nacional de Políticas para as Mulheres em Brasília, que teve como propósito abrir discussões sobre gênero e propor agendas que sejam orientadas para a formulação de políticas públicas. Mesmo no Congresso Nacional estão presentes ações em prol

² Movimentos porque em contraste com alguns consensos há muitas especificidades que serão desenvolvidas mais adiante. Não há um só discurso sendo produzido, mas vários que se cruzam.

da inserção das mulheres na política institucional, como é o caso do slogan “Lugar de Mulher é na Política” defendido por deputadas e senadoras (RODRIGUES, 2004). Mas, como sabemos, a vocalização de demandas dos grupos marginalizados – dentre eles, as mulheres – na esfera pública é bastante frágil em parte pelo proposto no imaginário político liberal que é constituinte das democracias ocidentais (FRASER, 2009).

Antes de apresentar as críticas ao liberalismo, é preciso ressaltar que o movimento feminista de forma geral bebe e muito dessa corrente teórica. O sufragismo, por exemplo, entra no hall das demandas da primeira onda do feminismo³, sendo o voto um dos direitos individuais que formam a base do pensamento liberal. A discussão pela legalização do aborto, presente em um contexto mais recente, se apoia na noção de direito sobre o próprio corpo, outro pilar dessa corrente teórica que sustenta que cada um é dono de si, adjacente à máxima utilitarista de que cada um é o melhor juiz dos próprios interesses. Algumas autoras, no entanto, apontam a armadilha que recai sobre as feministas ao se utilizar de premissas liberais, visto que o liberalismo é por natureza um projeto masculino pensado para favorecer os homens (YOUNG, 1997). As críticas a esse sistema de pensamento que serão aqui colocadas contribuem para compreender a organização da esfera pública e como os conflitos se reorganizam na esfera virtual.

O conjunto de direitos individuais defendidos pelo liberalismo carrega uma noção de igualdade baseada na projeção nos meios institucionais ancorada no voto popular, mas esconde estruturas ainda patriarcais que privilegiam alguns grupos ao mesmo tempo em que reforçam o apagamento de outros. A concepção de um sujeito universal não comporta mulheres, conforme exposto por Carole Pateman (1993) em sua obra mais conhecida, “O Contrato Sexual”, onde a autora aponta o contrato social fundador da sociedade moderna como um projeto protagonizado por homens brancos proprietários que naturaliza alguns papéis presos às diferenças sexuais biológicas as quais, por consequência, condicionam a construção dos gêneros na sociedade, do que representa ser homem e do que representa ser mulher. O núcleo familiar burguês impõe papéis de cuidado às mulheres, o que é determinante na construção histórica de suas subjetividades, representação na mídia e participação na esfera pública (BIROLI, 2011).

Stacey Young descreve a falácia da neutralidade das instituições e alerta sobre o perigo de depositar expectativas no liberalismo como um sistema de relações capaz de superar desigualdades estruturais históricas, já que a própria corrente teórica simplifica

³ Parte da literatura feminista divide o movimento em ondas. A primeira onda surgiu com a demanda pelo direito ao voto feminino na Inglaterra no fim do século XIX (NÃO ME KAHLO, 2016, p. 55).

estruturas de dominação como conflitos pessoais ou fissuras corrigíveis pelo aparato institucional. Quais são os riscos em definir como arena de resolução de conflitos, via de regra resumidos ao diálogo, espaços governamentais que são por natureza regidos de modo desigual e, portanto, reproduzem relações de dominação? Qual poder real têm os grupos minoritários marginalizados de disputar essas instituições? Young retoma ainda a divisão entre público e privado, lembrando que, para o escopo liberal as questões rotuladas como privadas simplesmente são deixadas de lado, reforçando situações de violência que ocorrem, por exemplo, no seio da família tratada como núcleo essencial que dá forma às sociedades (YOUNG, 1997, p. 4-6).

É contra a divisão público/privado que surge o slogan “o pessoal é político”, um apelo das feministas da segunda onda para dar visibilidade às desvantagens impostas às mulheres, que são acobertadas pelo Estado e que têm como resultado sua desvalorização enquanto sujeitos. Este é o cerne da crítica de Young quando diz que

to the extent that liberal governmental institutions treat people as atomized individuals, they are unable to acknowledge and alleviate the large-scale social inequalities between dominant and subordinate groups – inequalities that stem, in part, from the disparate treatment of these groups by the law. In treating individuals equally, regardless of the social conditions that place them in dominant and subordinate positions, liberal institutions perpetuate social inequalities: everyone is assumed to be entitled to the same benefits, and to be burdened by the same responsibilities, even though in reality different people receive differential social, political, and economic advantages. (YOUNG, 1997, p.6)

O caminho apontado pela autora se situa na produção de outros discursos que vão de encontro à visão hegemônica do que é poder e igualdade, e conceitos apropriados pela corrente de pensamento liberal os quais ratificam processos de exclusão e domesticam o conflito. É, portanto, uma ruptura com o liberalismo tendo em vista a produção de novos significados, nova linguagem e novos símbolos que levam em conta a perspectiva de determinados grupos antes invisível. Não há um consenso universal sobre a definição do que é violência, mas certamente a interpretação que assume o liberalismo é incipiente quando vemos as altas taxas de feminicídio, principalmente quando se faz um recorte racial, pois as mulheres negras estão no grupo que concentram as maiores taxas de morte. E o ponto de confluência com a crítica ao liberalismo é que as pesquisas sobre violência mostram que os agressores em sua maioria são familiares, os parceiros, os pais, os padrastos, pessoas que figuram laços cotidianos do âmbito privado, ignorado frequentemente pelas instituições (WAISELFISZ, 2015). Há uma hierarquia de interesses operando na esfera pública que perpetua a marginalização de grupos minoritários, e mesmo que

avanços inegáveis tenham sido alcançados, ainda consistem em brechas em um sistema corrompido quando o assunto é justiça social.

A ausência de espaços que contribuam para trocas entre os grupos marginalizados permanece ainda hoje, em contraste com os clubes e cafés onde se encontravam os homens burgueses para a produção intelectual e política desde o nascimento da sociedade moderna que descreve Habermas (1984) ao analisar a constituição da esfera pública. Para se contrapor ao discurso hegemônico sustentado por grupos historicamente dominantes, a construção de novos discursos atrela-se à identidade dos novos grupos a partir de leituras que levam em conta suas perspectivas, e cujo propósito é perscrutar a influência de múltiplas variáveis na construção do sujeito. A partir disso criam-se comunidades de leitores trabalhando para a produção autônoma de conteúdo, levando em consideração suas demandas e delineando as estratégias para alcançar as mesmas (YOUNG, 1997, p. 14). Os movimentos por direitos civis, nos anos 60, tal qual a longa luta das mulheres por reconhecimento enquanto sujeitos autônomos desvinculadas da tutela masculina compõem as trajetórias comuns dos grupos subalternos que numa posição de subordinação na hierarquia social tiveram de buscar visibilidade por fora do escopo da política convencional, o que não significa o abandono desta última por completo, embora, segundo Fraser, o neoliberalismo tenha fragilizado o poder estatal enquanto veículo de empoderamento dos cidadãos e da justiça social (CLEMENS, 2010, p. 184; FRASER, 2009, p. 27).

Sobre as múltiplas variáveis, tratam-se dos recortes de gênero, raça, classe e nacionalidade, antes tratadas como questões privadas e que irrompem a agenda feminista a partir dos anos 60 (FRASER, 2009, p. 18; NÃO ME KAHLO, 2016, p. 57-58). Nesse sentido, tais pautas, interseccionais, esclarecem outra crítica ao liberalismo, a crença de unidade do indivíduo que estrutura nossa sociedade e que, segundo Laclau (1986), perde o sentido no contexto contemporâneo uma vez que a crescente pluralidade de grupos faz com que os indivíduos se percebam em múltiplas posições de sujeito tornando cada vez mais difícil o depósito das expectativas de representação no voto. Contribui para a já mencionada crise das instituições, inseridas em um sistema representativo, o fato de que se torna cada vez mais difícil que um representante consiga satisfazer todas as facetas dos atores.

A interseccionalidade está hoje no cerne dos debates nos movimentos feministas. A segunda onda, contemporânea da luta do movimento negro por direitos civis e da criação da pílula anticoncepcional, trouxe para o âmbito público questões ligadas à sexuali-

dade e à violência, percebendo que para além do gênero, outras desigualdades se superpõem, intensificando a vulnerabilidade de algumas mulheres frente a outras. Não se pode então tratar como homogêneo um conjunto que de perto apresenta tantas especificidades. Isso significa dizer que mulheres negras possuem reivindicações distintas das exigências feitas por mulheres brancas porque o racismo traz outras implicações que se cruzam com a desigualdade de gênero, tais quais as divergências de agenda entre mulheres negras lésbicas e mulheres negras heterossexuais, mulheres trans e mulheres cis (FRASER, 2009; NÃO ME KAHLO, 2016).

Todos os processos acima mencionados aprofundam a tendência dos novos movimentos sociais de descentralização em relação à política convencional e de afastamento a modos tradicionais de organização, o que, segundo Laclau (1986), é prévio ao surgimento da Internet. Segundo o autor, esse distanciamento pode ser atribuído à superação da luta de classes como único eixo relevante de conflito, isto é, a classe deixa de ser vista como único fator determinante da desigualdade (p. 2). Mas a Internet contribui para intensificar essa tendência em que aflui a personalização da ação (BENNETT & SEGERBERG, 2013) e, ainda que esteja situada em uma lógica capitalista de mercado, configura um meio de conectar indivíduos que compartilham identidades, crenças e valores, assim como permite o acesso a diversos temas e a criação de comunidades digitais para debatê-los. Essas são ferramentas que apropriadas pelos diversos grupos de forma crítica, podem potencializar seus discursos, tanto no que diz respeito a processos internos, quanto à difusão de suas ideias. Neste último caso, mais uma vez vale lembrar o exemplo da potencialização de *frames* por meio do compartilhamento de hashtags (BENNETT & SEGERBERG, 2013).

Ainda, a literatura sobre juventude também ajuda a entender a desconexão com os canais governamentais formais, focando em atores jovens que enxergam ambientes gerenciados (*managed environments*) numa linha da política tradicional como irrelevantes ou sem autenticidade. Mas como Bennett (2008) menciona, essa aversão não se veste de apatia política, dado que a juventude tem buscado engajar-se em outros espaços que sintonizem com suas expressões individuais. Segundo o autor, a resistência dos cidadãos em dialogar com as instituições recai como responsabilidade destas últimas, caracterizadas pela ausência de credibilidade e por performances ultrapassadas, inconsistentes com o hall de possibilidades adquiridas com o desenvolvimento das novas tecnologias de informação e comunicação (p. 2-3). Vemos surgir uma transição no engajamento por políticas endereçadas ao Estado para um engajamento por políticas voltadas para o cotidiano.

É indispensável trazer alguns apontamentos sobre o arcabouço teórico que constitui a literatura feminista e suas críticas, inclusive porque são anteriores ao desenvolvimento da Internet e não estão descoladas de outras óticas e processos contemporâneos, tal qual a transformação da cidadania na Era Digital exposta por Bennett. É preciso esclarecer que o feminismo também abarca diversas correntes, e por isso, diversos conflitos (feministas liberais, marxistas, etc.). O que nos interessa agora é desenvolver um pouco mais o discurso estratégico empregado no ativismo feminista e entender como ele é instrumentalizado nas redes sociais digitais.

Hashtag Feminismo: frames que conectam

A produção de conteúdo na Internet pode ocorrer por meio das comunidades online ou em perfis de ativistas independentes. Entre as várias abordagens da literatura feminista, que adjacente à interseccionalidade, oferecem ramificações correspondentes às várias possibilidades de identidade, as redes sociais online permitem aos grupos dar vazão aos seus discursos porque, segundo Östman, os indivíduos são possibilitados de extrapolar a posição de consumidores, o que por sua vez afeta positivamente o grau de engajamento democrático dos indivíduos (2012, p. 1005-1007). Dada a autonomia e agência às usuárias de controlarem publicações em comunidades que participam ou em seus perfis e blogs, se intensifica uma dinâmica com as mídias que tende mais à expressão, performance e colaboração do que à simples recepção e processamento da informação como era o caso de meios tradicionais de comunicação, os jornais, a TV e o rádio, em que os indivíduos eram apenas espectadores com pequenas brechas de interlocução (Idem, p. 1008).

A naturalização de papéis de acordo com o gênero por muito tempo limitou a representação das mulheres nesses meios tradicionais a mães, boas esposas e boas donas de casa (BIROLI, 2011), pairando sobre a estereotipia do cuidado uma moralidade religiosa conservadora. Qualquer pequeno desvio de tal modelo servia para justificar o assédio e a violência às mulheres. Após a conquista do voto, surge uma nova onda no feminismo que busca justamente desnaturalizar esse papel feminino imposto, situada nos anos 60 junto a outras manifestações de demandas de minorias, por exemplo, a luta do movimento negro por direitos civis nos EUA (NÃO ME KAHLO, 2016, p.56-57).

Mesmo com muitos avanços, o contexto brasileiro ainda se estabelece como um exemplo de sociedade bastante conservadora em que casos de estupro são apontados como culpa das vítimas e não é difícil achar notícias que cubram tais acontecimentos descrevendo-os na qualidade de “supostos”, isto é, sem provas, protegendo agressores enquanto colocam em dúvida o caráter das mulheres.

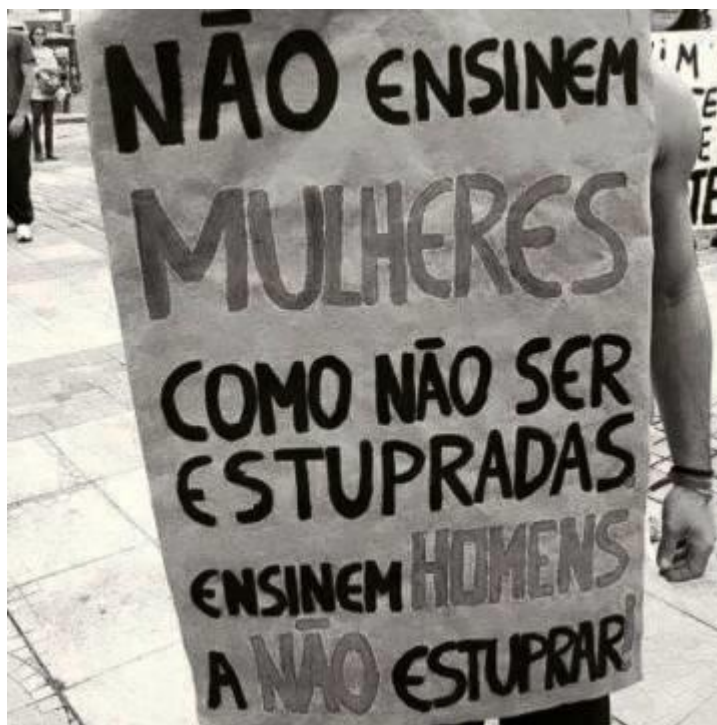
Diante disso, os repertórios feministas off-line já contavam com os elementos destacados por Östman, a expressão, performance e colaboração, em suas estratégias, reivindicando a noção de solidariedade entre as mulheres. Um caso expressivo foi a morte da socialite brasileira Ângela Diniz, assassinada pelo companheiro e que motivou a campanha “Quem Ama Não Mata” nos anos 80. É alarmante ler as notícias do período e saber que a defesa do algoz, conhecido por Doca Street, foi pautada na preservação da honra, recebendo ainda manifestações de apoio por parte da população que via com maus olhos a postura de Ângela Diniz, um tanto desafiadora dos “bons costumes” para a época (FOLHA DE S. PAULO, 2016). Ainda mais assustador é que mais de 30 anos depois e mesmo após a tipificação do feminicídio no Código Penal brasileiro, crimes com requintes de crueldade que atentam contra a vida das mulheres continuam a se repetir.

No mês de maio do ano passado as manchetes scandalizaram o caso da adolescente de 16 anos estuprada por mais de trinta homens no Rio de Janeiro. Dias antes, outra adolescente também vítima de estupro coletivo no Piauí foi encontrada amordaçada em uma obra abandonada. Ultrapassando as fronteiras brasileiras, o mês de outubro chocou a América Latina com o feminicídio de mais uma jovem menor de idade em Mar del Plata na Argentina. Para além da desumanidade desses crimes, outro elemento comum foi o fato de que nos três casos, a índole das jovens foi colocada à prova pela cobertura jornalística, vinculando-as ao consumo de drogas ilícitas (EL PAÍS, 2016). Semelhante ao caso de Ângela Diniz, não houve silêncio por parte de ativistas feministas, mas a diferença é que seus gritos foram ouvidos de mais longe, ocupando além das ruas as redes sociais online para vociferar a indignação e o cansaço com o descaso da sociedade como um todo frente à vida das mulheres. Várias organizações, coletivos, autoridades e militantes independentes se pronunciaram, expressando seu rechaço à cultura do estupro e à tendência da mídia em culpar a vítima.

No Brasil, organizações reconhecidas se posicionaram, dentre elas ONU Mulheres e OAB. O estupro coletivo ocorreu no dia 21/05 no Rio de Janeiro, mas só saiu nos jornais no dia 25/05. No mesmo dia o think tank Think Olga divulgou o ocorrido em sua página do Facebook. No dia 26/05 a Revista Capitolina fez o mesmo, e a presidenta afastada,

Dilma Rousseff, fez um comentário na mesma rede social, trocando sua foto de perfil para um “avatar”⁴ com os dizeres “Eu luto pelo fim da cultura do estupro”. No dia 27/05 as diretoras da União Nacional dos Estudantes soltaram em sua página um vídeo dizendo não à cultura do estupro, enquanto o presidente em exercício, Michel Temer anunciou a criação de um departamento na Polícia Federal para combater crimes contra a mulher. A hashtag “Estupro Não É Culpa da Vítima” foi amplamente divulgada, chegando a ser compartilhada pela atriz britânica Emma Watson no Twitter no dia 29/05. No dia 01/06 o Think Olga lançou um manifesto de repúdio à violência contra a mulher, se juntando a outras organizações para criar uma rede de apoio às vítimas, chamada “A Proteção que Queremos”, e criticando a iniciativa do presidente Temer, por não problematizar a real raiz do problema: as mulheres convivem com a probabilidade de sofrer um abuso desde a infância e o aumento do policiamento não é a solução uma vez que, como mostrado pelo Mapa da Violência em 2015, a maioria dos agressores estão dentro de casa. Extrapolando o ciberespaço, várias marchas foram realizadas por todo o país.

Figura 2. Cartaz em manifestação no Rio de Janeiro contra a cultura do estupro.



Fonte: El País, 2016.

⁴ Recurso imagético de auto representação/expressão.

Na Argentina, o feminicídio de Lucia Perez ocorreu em Mar del Plata no dia 08/10 e também só apareceu nos noticiários alguns dias depois. O coletivo Ni Una Menos, composto por periodistas, artistas, investigadoras e ativistas⁵ divulgou a notícia no dia 12/10. Dias antes já circulavam posts com as hashtags “Ni Una Menos” e “Vivas Nos Queremos” como forma de protesto contra a repressão policial durante o Encontro Nacional de Mulheres em Rosário. Um ano antes a mesma marcha foi realizada em Mar del Plata e também foi marcada por ataques violentos. A revolta com o histórico de violência de gênero no país somou-se ao choque perante a crueldade do crime que culminou na morte de Lucia Perez mobilizando as redes de mulheres a agirem. No dia 13/10 o coletivo já citado fez um post sobre a possibilidade de se realizar um “Paro de Mujeres”. No dia 14/10 convocaram todas as mulheres a fazerem uma pausa no trabalho, uma greve durante uma hora no dia 19/10, para marcharem por Lucia e por tantas outras, em Buenos Aires, partindo do monumento símbolo da cidade, o Obelisco. Os protestos ocorreram simultaneamente em várias cidades, atingindo outros países da América Latina, de maneira que no Chile e no Uruguai mulheres prestaram apoio realizando atos similares (O GLOBO, 2016). O dia 19/10 foi chamado de “Miércoles Negro” (Quarta-Feira Negra), um dia de luto e de luta das mulheres.

Tais reações exemplificam o uso das redes sociais, a depender dos recursos que cada uma oferece, enquanto táticas de articulação, mobilização em larga escala e de disputa de posicionamento, fazendo surgir um tipo de poder característico desses espaços que Padovani e Pavan (2016, p.4) classificam como a capacidade dos atores de controlar e direcionar a construção de significados. Essa ideia remete ao conceito de enquadramento, nesse caso potencializado pelos recursos digitais os quais destacam a Internet como espaço de disputa importante onde grupos subalternos desafiam o *status quo*, aí inclusos os meios de comunicação tradicionais.

Como mostra a tabela 2 deste trabalho, o uso de hashtags pelos movimentos feministas para disseminação de campanhas tem se mostrado uma ferramenta poderosa para dar visibilidade a pautas fundamentais, gerando ainda como resultados a pressão sobre a mídia tradicional (FRIEDMAN & TABBUSH, 2016) e a criação de redes de apoio entre mulheres. O livro “#MeuAmigoSecreto: feminismo além das redes” corrobora com essa hipótese trazendo os enquadramentos adotados durante o compartilhamento da campanha (NÃO ME KAHLO, 2016).

⁵ Assim se apresentam em página própria no Facebook.

Quando uma hashtag viraliza e alcança os *trending topics* do Twitter, fica visível para todos os usuários da plataforma no país em que está sendo veiculada, e as vezes até mesmo para usuários de outros países a depender da densidade de compartilhamento. Os jornais são atraídos por este fenômeno pois, se por um lado o jornalismo se constitui como campo no macrocosmo social, com suas próprias regras de funcionamento (BOURDIEU, 2011, p. 195), por outro, ainda depende dos consumidores para vender a notícia. Não há completa autonomia com relação ao público consumidor, mas sim uma relação orgânica.

É fato que, como aponta Biroli (2011, p. 74), a grande mídia possui centralidade na sociedade contemporânea e grande responsabilidade pela reprodução de estereótipos e influência na formação da agenda pública, por meio da seletividade do que é veiculado e da forma como é veiculado (MIGUEL, 2014). Mas, assim como também considerado pela autora, as mídias alternativas oferecem brechas para a ruptura ou mudança dos estereótipos e do discurso hegemônico (BIROLI, 2011, p. 82). Nesse sentido, a Internet mostra-se como um dos espaços em que os indivíduos podem interferir na linha editorial de jornais e portais de notícia ao criticarem o enquadramento e a cobertura dos acontecimentos. É o que mostra Rosemary Clark (2016) em seu artigo sobre os desdobramentos da hashtag “Why I Stayed”.

Essa campanha marcou as reações de ativistas feministas diante da repercussão midiática sobre um caso de agressão física entre um jogador de futebol americano e sua companheira, ocorrido em 2014, num elevador de um hotel em que as câmeras filmaram o momento em que Ray Rice agrediu fisicamente sua noiva. A punição irrisória, suspensão em alguns jogos, foi motivo de polêmica, mas o que provocou maior indignação foi o enfoque dado por um programa da emissora Fox ao incitar que Janay Palmer, a vítima, estava dando um péssimo exemplo para outras mulheres por manter o relacionamento com seu agressor. Por isso, a escritora e ativista Beverly Gooden publicou um desabafo em sua conta no Twitter em que relatava o porquê de ter continuado em uma relação abusiva no passado com a hashtag #WhyIStayed, contestando a atitude dos apresentadores de culpar a vítima. Para sua surpresa, o relato desencadeou um processo em que várias outras mulheres se reconheceram em sua história e expuseram suas vivências (CLARK, 2016, p. 7-8).

A partir dessa experiência, Clark observou inúmeros efeitos interessantes para o ativismo feminista e para os segmentos sociais em torno da experiência, dentre os quais o recuo dos apresentadores quanto ao pronunciamento feito diante do caso, o que mostra

a importância de se debater a questão da violência de gênero e de refletir a responsabilidade que é colocada sobre as mulheres, evidenciando a forma como o machismo está impregnado nas relações cotidianas. Por outro lado, foi significativo o potencial demonstrado pela utilização de um recurso como a hashtag, algo que para muitos poderia ser apenas um mecanismo de interatividade, e que então deu início a uma rede de apoio entre as mulheres.

O apelo emocional desses relatos consegue conectar as mulheres porque a variedade de sujeitos que encontram espaço para projetarem suas vozes na Internet chega a um lugar infelizmente comum: a conclusão de que quase todas as mulheres já passaram por alguma situação de assédio, ou conhecem histórias de mulheres próximas, ou as que ainda não experienciaram algo do tipo são exceções com muita sorte e têm fortes chances de passarem por algo semelhante no futuro. Não se trata de uma visão pessimista de mundo, mas do fato de que o machismo está presente não só em relacionamentos amorosos e familiares, mas no trabalho, nas ruas, nas escolas. As relações de poder e de dominação que organizam as dinâmicas sociais estão diretamente ligadas aos papéis de gênero se examinamos quem são os sujeitos ocupando cargos de poder públicos e privados, quem são os agressores, quem está à frente da tomada de decisões na arena institucional, etc.

Mais do que isso, os discursos feministas propagados têm como função o desabafo e a cura porque as relações de violência são aceitas socialmente quando perpetradas sobre alguns grupos, que ficam desamparados ou enfrentam inúmeras barreiras para conseguir apoio legal (BIROLI, 2011). Isso é visível quando a roupa que uma mulher está usando é sinônimo de justificativa para o grau de assédio sofrido ou ainda quando a sexualidade dos indivíduos é motivo de discriminação. Estes são os constrangimentos seletivos de que fala Biroli (Idem, p. 79).

Muitas de nós passamos por situações de assédio, ou por alguma desvantagem associada ao gênero e não identificamos de imediato. Ao nomear e expor situações machistas e sexistas, as hashtags desmascaram o que aprendemos a encarar como algo normal. O bordão “em briga de marido e mulher ninguém mete a colher”, por exemplo, por muito tempo passou despercebido, mas hoje levanta uma série de questionamentos sinalizando a forma gritante como a violência é naturalizada (YOUNG apud BIROLI, 2011, p. 79). Como resultado surpreendente, temos que não só as mulheres se identificam com os relatos no papel de vítimas, mas também muitos homens se reconhecem no papel de agressores ou na performance de comportamentos machistas. Autoridades públicas também se posicionam: quando sancionou a Lei do Feminicídio, em 2015, a presidenta Dilma

Rousseff disse que “em briga de marido e mulher, nós achamos que se mete a colher, sim, principalmente se resultar em assassinato. Meter a colher nesse caso não é invadir a privacidade, é garantir padrões morais, éticos e democráticos” (FOLHA DE S. PAULO, 2016).

Campanhas em destaque: contexto, discurso e desdobramentos

A partir do compartilhamento de histórias e do reconhecimento em outros sujeitos se constroem as identidades dos grupos, o enquadramento dos problemas, dos objetivos, as estratégias a serem implementadas para chegar em soluções. Nesse sentido, o Think Olga tem tido destaque no combate ao assédio puxando campanhas como #ChegadeFiu-Fiu que rendeu um mapeamento nacional de denúncias e alertas sobre espaços com algum tipo de ameaça ao conforto e integridade das mulheres, e #MeuPrimeiroAssédio que rendeu mais de 82 mil tweets sobre o assunto, após comentários de cunho sexual sobre uma participante de 12 anos no programa MasterChef Junior no Brasil circularem nas redes. A descoberta de que a idade média com que meninas sofrem o primeiro assédio é de 9,7 anos escancara a urgência de inserir o debate sobre as consequências do machismo desde a infância. O think thank se posicionou diante dos resultados (THINK OLGA, 2015):

Nunca duvide do poder das redes sociais para provocar reflexão e empoderamento. A Internet é feita de pessoas e é a partir delas que as mudanças acontecem. Nesse caso, para o bem e para mostrar um problema que está longe de acabar, mas que felizmente a hashtag ajudou a mostrar que existe, sim, e muito, e que é preciso não ignorar as vítimas, mas responsabilizar quem colabora com a manutenção de sua existência – nem que seja com uma “brincadeira” no Twitter. (Idem)

Outra campanha que teve um boom de compartilhamentos no Brasil foi a já citada #MeuAmigoSecreto, que surgiu espontaneamente no Twitter ironizando a tradicional brincadeira de troca de presentes em confraternizações de final de ano ao expor situações degradantes e abusivas direcionadas às mulheres por parte de familiares e pessoas próximas. Os vários tweets apontaram uma série de discursos incoerentes com as devidas práticas do dia a dia, no sentido de que muitos indivíduos se colocam em posição defensiva quanto a críticas, quando na verdade reproduzem piadas e atitudes condenáveis da perspectiva do grupo oprimido. O coletivo Frida Não Me Kahlo (2016) aproveitou a compilação de depoimentos e a partir dos debates pautados produziu um livro sobre a hashtag e seus efeitos. Essa é uma maneira célebre de canalizar os esforços de uma ação coletiva

online relacionando-a com dados de pesquisas para respaldar a necessidade políticas públicas que levem em conta a perspectiva de gênero.

É fundamental levar em conta os contextos local e cultural quando analisamos a difusão de campanhas por hashtags em razão de que as práticas digitais estão diretamente ligadas aos valores compartilhados e às interações sociais de um dado ambiente. O feminismo online não está descolado de outros processos concomitantes, já que, como expressa Friedman, há um ambiente social pré-existente “where the values are formed – incorporating why communities do what they do with technology, as well as how they do it” (2017, p. 17). Tendo isso em vista, elencarei adiante algumas campanhas para ilustrar a relação entre contexto, discursos e desdobramentos.

Os números de casos de feminicídios na América Latina são crescentes e cada vez mais preocupantes. Além disso, são frequentes estupros, assédios e comportamentos misóginos que ameaçam direitos básicos considerados universais especificamente com relação às mulheres. Diante disso, a morte da adolescente argentina estuprada e empalada em outubro do ano passado foi o estopim para as organizações, coletivos, ativistas e para a comunidade em geral, todos exaustos com o descaso e a falta de meios legais de amparo em relação à misoginia e à desigualdade de gênero. Lucía Pérez e tantas outras se transformaram na força de um movimento transnacional que clamou e clama por respostas, para que nenhuma outra mulher precise morrer para que algo seja feito de imediato. #NiUnaMenos, #VivasNosQueremos #NosotrasParamos foram algumas das hashtags que mobilizaram marchas em alguns países e várias cidades, se transmutando em palavras de ordem e mantendo-se ativas até março deste ano quando os movimentos feministas resgataram e reafirmaram o 8 de março como a data transnacional de luta pelas mulheres já estabelecido em 1910 por proposta da socialista alemã Clara Zetkin (NÃO ME KAHLO, 2016, p. 55). Surgiram ainda #8MYoParo e #8M convocando uma greve feminina de resistência:

Mañana es el primer paro internacional de Mujeres en contra de la violencia machista. (...) Se trata de una acción colectiva inédita que se replicará en 45 países de todo el mundo y en más de 200 ciudades. Las mujeres saldrán a las calles al grito de #NiUnaMenos, #VivasNosQueremos porque en 43 días 2017 hubo 57 feminicidios y un recorte (ahora subsanado) de 67 millones de pesos al Consejo Nacional de las Mujeres, porque aún se cuestiona la ropa de las víctimas, porque muchos varones todavía creen que deben “ayudar” en las tareas del hogar, porque todavía tienen que avisar llegaron bien, porque el deseo de ser madres atenta contra los ascensos laborales, por la ley de aborto legal, seguro y gratuito, por guarderías en los trabajos, porque se enseña a las mujeres a cuidarse de los varones.

Las mujeres paran porque las matan, las violan, las golpean, las discriminan. Porque mueren en abortos clandestinos, porque no pueden escapar de la violencia. Porque la violencia no es solo golpear, sino que también es económica, institucional, obstétrica, sexual, psicológica. Pero también las mujeres paran porque son muchas las que no consiguen escapar a la cultura patriarcal que las somete desde siempre y que se replica en las casas, en los trabajos, en la calle, en las escuelas, mediante la transmisión y reproducción de patrones estereotipados que naturalizan la dominación, la desigualdad y la discriminación. (EL PAÍS, 2017)

Ao mesmo tempo, a campanha #aufschrei (#outcry), originada na Alemanha e que também deu abertura para a publicação de relatos sobre abusos e assédios sofridos, reconhecida como a hashtag que mais viralizou no país, simboliza uma luta feminista diferente apesar de se conectar com mulheres de outras partes do mundo pelas dores compartilhadas. Autoras como Baer (2016), e Scharff, Smith-prei e Stehle (2016) falam sobre as dificuldades das ativistas alemãs em empreender um movimento feminista de larga escala em decorrência do neoliberalismo e seus nocivos efeitos de tornar o político cada vez mais individual. A ideia de que uma vez garantidos os direitos individuais universais as mulheres estão a salvo de constrangimentos estruturais históricos, pulverizou os focos de ativismo e militância, tornando difícil a formação de um movimento feminista massivo. Por isso, muito mais do que chamar a atenção de autoridades públicas, a campanha teve o efeito de convocar as mulheres em torno de uma comunidade autêntica para que projetos coletivos fossem reorganizados, esforços que vêm na esteira do que a literatura apelidou de “redoing feminism” (refazendo o feminismo). Segundo Drüeke e Zobl (2016), “the emphasis is on the importance of making these experiences public so that solidarity can arise through shared experiences” (p. 46).

Outros conflitos também contribuíram para essa nova fase do feminismo em alguns países da Europa Ocidental, vide acusações contra organizadoras do FEMEN e do Slut Walk, conhecido no Brasil como a Marcha das Vadias, movimentos considerados radicais, criticados pela falta de reflexão sobre os privilégios de mulheres brancas e pela ausência do recorte racial. As autoras anteriormente mencionadas também citam o neoliberalismo como uma estrutura que anula a interseccionalidade das relações, argumentando em prol do hashtag feminismo como um meio de resgate desse debate fundamental. A hashtag #YesAllWomen, por exemplo, se desdobrou em uma outra, #YesAllWhiteWomen, reivindicando a autocritica entre mulheres brancas sobre seus privilégios perante as mulheres negras e questionando a solidariedade como característica intrínseca ao feminismo quando é feito o recorte racial (RODINO-COLOCINO, 2014).

Na Índia, o contexto do país implica em uma outra visão das campanhas. Guha (2015) questiona o potencial de utilização da hashtag para estimular discussões sobre *victim-blaming* por exemplo, afirmando que as novas tecnologias não funcionam da mesma forma em um país ainda emergente. Não é algo impossível, mas a autora aponta uma relação de dependência com as mídias tradicionais para que o discurso online ganhe visibilidade de fato. Conforme a autora, aí está a diferença entre as campanhas #DelhiBraveHeart e #victimblaming, tendo sido a primeira bastante difundida nacionalmente por aparecer nas emissoras de televisão que ainda são os veículos centrais de comunicação. Ela ainda acredita que uma das saídas é utilizar as hashtags para a construção de uma agenda coletiva de forma a complementar-se com a grande mídia, ao invés de impor o engajamento em questões como responsabilização das vítimas (p. 155-156), o que eu acredito não serem processos excludentes.

Ao mesmo tempo em que as hashtags dão visibilidade a uma variedade de sujeitos e de discursos, algumas autoras demonstram desconfiança quanto a garantia da interseccionalidade pela cibercultura feminista, e simultaneamente apontam várias outras limitações que serão exploradas na próxima seção.

Seção 3 – Ativistas comentam as hashtags

Análise das campanhas e das entrevistas

Já vimos que a Internet, apropriada pelos contrapúblicos, tornou-se espaço de vocalização de demandas e de disputa de discurso em oposição aos sistemas hegemônicos que organizam as sociedades, pautados na dominação de uns sobre outros. A apropriação dos recursos digitais e as práticas a partir deles desenvolvidas estão veiculadas ao contexto em que se situam os grupos e os movimentos, assim como a forma como se relacionam entre si e com a tecnologia, quais valores compartilham, etc. Esta dinâmica não ocorre de forma linear: a interação entre ciberespaço e usuários ocorre em várias camadas e se transforma ao longo do tempo, sendo que um afeta o outro, tornando impossível definir os limites dessa relação.

Os movimentos feministas são um exemplo bastante elucidativo da complexidade da relação entre tecnologia, contexto e cultura, já que a apropriação e as práticas adotadas variam de acordo com a localidade e a construção histórica de suas identidades ali situadas.

Na tabela 2 tentei trazer à luz essa diversidade, que não depende apenas do espaço geográfico, mas da posição dos sujeitos na hierarquia social e das intersecções anteriormente dissecadas. Ao todo, 77 campanhas ou hashtags visibilizam a diversidade de pautas, linguagens e símbolos, ao mesmo tempo em que tocam em pontos comuns, tais como a luta pela igualdade de gênero e pelo fim do assédio e da violência contra as mulheres. Estão situadas entre 2012 e 2017 e, certamente, são se esgotam nesse número. Busquei dar atenção àquelas com maior grau de espalhamento, veiculadas em portais de notícia, blogs e pesquisas acadêmicas.

Há um predomínio de hashtags oriundas do Brasil e dos Estados Unidos, mas também exemplos de outros continentes, Alemanha na Europa, Índia na Ásia e Austrália na Oceania. Algumas campanhas demonstram uma interlocução transnacional, caso das hashtags “Ni Una Menos”, “Nosotras Paramos”, “Vivas Nos Queremos”, “Paro de Mujeres” e “8MYoParo”, amplamente difundidas na América Latina e diretamente ligadas aos casos de feminicídio e estupros coletivos dos últimos anos. Essa conexão de discursos corrobora com os achados de Friedman (2017) sobre a intensa presença de contrapúblicos

no ciberespaço, vigente no contexto latino-americano, assim como a similaridade entre as experiências de apropriação de recursos nessa arena.

A campanha “Meu Primeiro Assédio”, iniciada no Brasil, também ultrapassou fronteiras e, após a cobertura da BBC, viralizou, sendo traduzida para “First Harassment” e “Mi Primer Acoso”, expandindo o número de relatos e as redes de ativistas e organizações feministas. A hashtag norte-americana “Maybe He Doesn’t Hit You”, que discutia outras faces de relacionamentos abusivos para além da violência física, foi traduzida no Brasil para “Ele Pode Não Te Bater” e no México para “Quizá No Te Pegue”.

Das 77 hashtags investigadas, 37 surgiram em reação a algum acontecimento específico – sendo que outras sete correspondem a campanhas que foram traduzidas e apropriadas em outros países – envolvendo violência ou alguma declaração polêmica, de cunho machista e sexista. Um exemplo brasileiro interessante foi a reportagem feita pela Revista Veja sobre a esposa do presidente em exercício, Michel Temer, que tinha como título “Bela Recatada e do Lar” e reproduzia uma série de estereótipos, tais como a associação entre mulher e cuidado, impondo uma moral extremamente conservadora de um ideal feminino romantizado. De forma espontânea, milhares de usuárias se apropriaram do título de forma irônica, transformando-o em hashtag, a qual foi utilizada em fotos que pretendiam romper a imagem conservadora religiosa heteronormativa e outras tantas categorias que minam a subjetividade das mulheres.

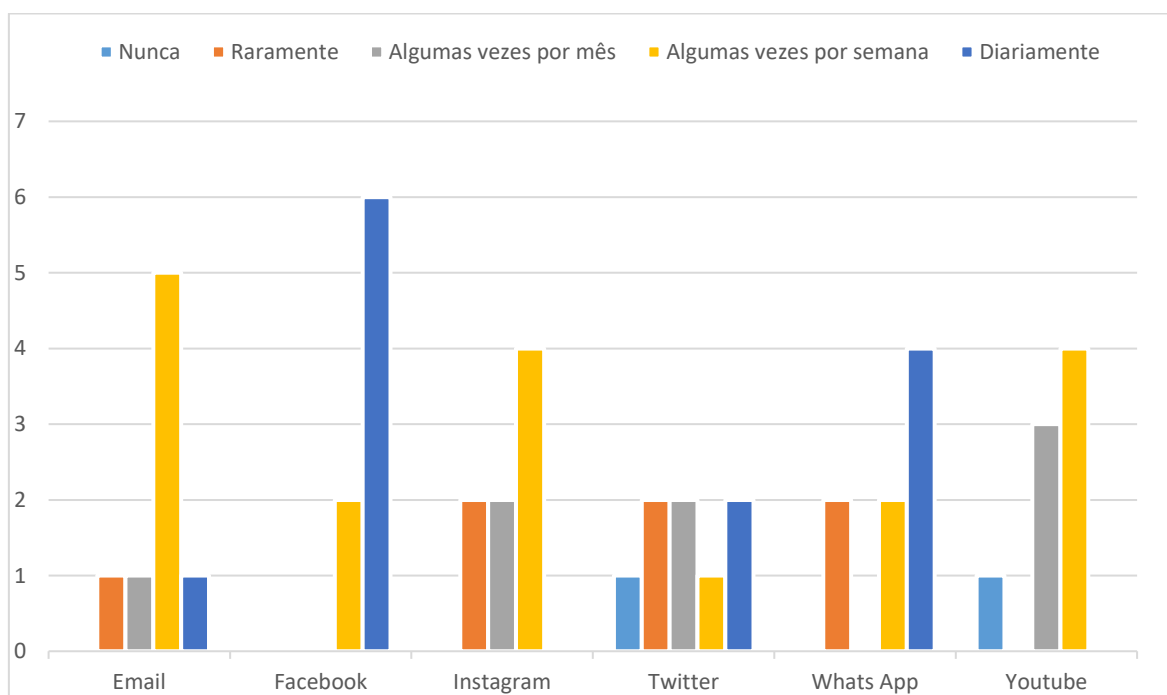
Dentre as outras campanhas, algumas surgiram com propósitos de conscientização sobre alguma questão inclusa na agenda feminista: #MenstruationMatters para lembrar a importância do acesso a condições básicas de higiene menstrual, pré-requisito para a autonomia das mulheres; #NoTeDaVergüenza, lançada pelo Observatorio Contra el Acoso Callejero do Chile, para chamar atenção dos homens sobre seu papel na reprodução da violência de gênero; #CarnavalSemAssédio para combater o assédio e ressaltar a importância do consentimento. Seguindo essa mesma linha, de trazer visibilidade a algum debate, surgiram campanhas especialmente comprometidas com pautas interseccionais: #GirlsLikeUs, #BlackTransProud e #SolidarityIsForWhiteWomen, tratando respectivamente de visibilidade de mulheres trans, violência contra mulheres trans negras e privilégio de mulheres brancas sobre mulheres negras.

Ainda sobre os temas, também apareceram as discussões sobre padrões opressivos de beleza, tabus sobre sexualidade, empoderamento feminino, etc., mas violência e assédio foram os enquadramentos mais frequentes difundidos por hashtag.

Para aprofundar o debate sobre apropriação de hashtags, por meio da percepção dos atores, realizei nove entrevistas com mulheres ativistas entre 20 e 30 anos em que investiguei suas trajetórias e o cruzamento dessas histórias com o ativismo nas redes sociais. Tentei garantir a diversidade de contexto entre as entrevistadas, buscando contato com ativistas ligadas a alguma organização, bem como ativistas independentes. Também busquei trazer um recorte de raça para ouvir mulheres negras e brancas. Infelizmente não consegui contatar nenhuma mulher trans.

Oito das nove entrevistadas apontaram o âmbito universitário como o espaço em que se reconheceram enquanto feministas e o momento em que passaram a atuar de alguma forma mais direta (Entrevista Pessoal, 2017: E1, E2, E3, E4, E5, E6, E7 e E8). Quanto ao ativismo online, seis apontaram o Facebook como a plataforma mais utilizada, seja para acesso ou produção de conteúdo ligado ao ativismo de gênero. Apesar de a difusão de hashtag não se aplicar da mesma maneira que ocorre no Twitter, há vantagens com relação a qualidade do debate, na medida em que o Twitter tem uma limitação de 140 caracteres, enquanto o Facebook não (Entrevista Pessoal, 2017: E2 e E3).

Tabela 1. Frequência de uso por plataforma



Fonte: elaboração da autora.

Quando questionadas sobre a hashtag que mais chamou atenção no contexto do Hashtag Feminismo, a campanha “Meu Amigo Secreto” foi a mais citada por desmascarar a ideia de que os agressores são figuras obscuras e distantes (Entrevista Pessoal, 2017: E1, E2, E4, E6, E7 e E9):

Eu achei muito interessante a do ‘Meu Amigo Secreto’ porque a gente tem uma compreensão de que assédio, estupro, qualquer tipo de violência contra a mulher em geral, quem faz é um estranho. Esse ‘Meu Amigo Secreto’ coloca o que é o dado real, que acontece dentro de casa, acontece com um familiar (Entrevista Pessoal, 2017: E1).

As hashtags “Meu Primeiro Assédio”, “PL 5069” e “Ni Una Menos” também foram ressaltadas nas conversas, com ênfase maior nessa última:

A minha hashtag favorita é “Nenhuma A Menos”/“Ni Una Menos”. Ela é transnacional, ela é uma hashtag muito da questão da América Latina. Isso tem um apelo pra mim porque eu considero que há um machismo muito específico na América Latina que ele não é o mesmo machismo que a gente vê nos Estados Unidos, no Canadá onde eu morei, na Europa (Entrevista Pessoal, 2017: E3).

Quanto à avaliação de aspectos positivos do uso dessas hashtags, alcance e visibilidade foram os mais citados. A Internet, em comparação com o espaço público, possibilita maior diversidade de vozes falando sobre um mesmo tema (DRÜEKE & ZOBL, 2016), além de também estar acessível para mais pessoas – mais uma vez em comparação a reuniões no âmbito público – devido aos menores custos de tempo e energia. Ao mesmo tempo, a expansão do acesso à Internet colabora para diminuir a desigualdade de capital cultural, o acesso à informação e ao conhecimento de que fala Bourdieu (s.d.). A fala de uma das entrevistadas também ilustra esse ponto:

Eu acho muito interessante porque até os 18 anos eu morei numa cidade de 15 mil habitantes, então a informação que chega lá é muito diferente do que você tem aqui, ainda mais na universidade que chega muita coisa. E aí hoje, lá em Passa Quatro mesmo eu vejo as meninas bem novinhas com uma consciência política feminista muito legal com 15 anos já, que eu acho que é por conta dessas ferramentas do uso da internet (Entrevista Pessoal, 2017: E7).

Por mais que nem todos sejam ouvidos nas mesmas proporções e que exista o risco de formação de bolhas ideológicas em plataformas como o Facebook, isto é, do diálogo apenas entre pessoas que pensam de forma parecida, outra entrevistada faz uma ressalva importante:

Eu acho que o maior risco é o da bolha, mas que ao mesmo tempo essa é uma acusação que ela pode ser facilmente meio vazia porque para muitas mulheres, seja por questões de grana, seja por questões de saúde mental, seja por questões de morarem com família ou com companheiro abusador, abusivo, e não terem como militar presencialmente, acabam através de textos e posts tendo muito acesso a coisas que não chegariam nelas por outros meios (Entrevista Pessoal, 2017: E9).

É possível visualizar então novas bolhas que se formam em decorrência da busca ativa por conteúdos tangentes às temáticas de caráter feminista. Mecanismos de identificação

que vão além das hashtags, tais como filtros em fotos de perfil no Facebook ou likes em páginas de comum interesse, conectam as usuárias.

Figura 3. Filtro “Eu luto pelo fim da cultura do estupro” em foto de perfil do Facebook.



Fonte: Perfil público de Dilma Rousseff no Facebook.

As hashtags possibilitam um reconhecimento de problemas que estão onipresentes, mas por serem naturalizados em um sistema de controle e dominação, ficam à margem das discussões, que é o caso do assédio na infância: “a hashtag ela pode dar nome às coisas, a hashtag do Meu Primeiro Assédio ela deu nome às coisas, coisas que eram às vezes normalizadas na família” (Entrevista Pessoal, 2017: E3). Em decorrência do debate e do compartilhamento de experiências, a hashtag possibilita o arquivamento de denúncias que configuram material de suma importância para sustentar as discussões sobre violência, a medida em que muitas mulheres deixam de formalizar as queixas por medo ou pela falta de espaços orientados para receberem esse tipo de relato (Entrevista Pessoal, 2017: E2). Além disso, a descoberta de outras vítimas contribui para redes de apoio e mobilização entre as mulheres (Entrevista Pessoal, 2017: E1).

Esse fluxo gerado pelas campanhas em formato de hashtags não se restringe ao ciberespaço. Em primeiro lugar, elas penetram canais tradicionais de mídia, por exemplo, a televisão aberta. Algumas entrevistadas (Entrevista Pessoal, 2017: E2 e E6) lembraram o programa “Amor & Sexo”, da Rede Globo, que no dia 26/01/2017 trouxe vários temas relacionados à agenda feminista, tendo como uma das convidadas a filósofa e ativista – conhecida, inclusive, pelo ativismo na Internet – Djamila Ribeiro. O programa se iniciou com as palavras da atriz e apresentadora Fernanda Lima: “Amor & Sexo precisa falar

sobre isso. Pra começar, aqui a gente acredita na igualdade entre homens e mulheres. Pra quem ainda não sabe isso é o feminismo.”. Mas essa não é uma movimentação caracterizada como espontânea: “A mídia tá sendo forçada a isso, então quando as coisas viralizam, a mídia não pode se manter totalmente alheia ao que tá acontecendo. Então assim, se a mídia não pauta a nossa pauta, a gente tem que pautar nossa pauta pra mídia pautar.” (Entrevista Pessoal, 2017: E3).

Também é o que observam Friedman e Tabbush (2016) quanto à hashtag “Ni Una Menos”. Segundo essas autoras, a campanha promoveu uma mudança na cobertura midiática quanto ao tema da violência contra a mulher, conscientizando a sociedade argentina sobre a desigualdade de gênero como questão pública relevante e urgente a ser tratada (p. 5).

Ainda sobre a hashtag que surgiu na Argentina, #NiUnaMenos foi mencionada por uma das entrevistadas como exemplo de ação coordenada que extrapolou as redes virtuais, algo considerado por ela – e outras entrevistadas – extremamente necessário:

Pra mim é uma das hashtags de maior valor porque além dela fazer tudo isso, ela voltou pra rua; ela nasceu na rua, ela tomou conta das redes e ela voltou pra rua, então você ia pros atos, você via as plaquinhas de ‘Nenhuma A Menos’, via pessoas bolarem palavras de ordem usando ‘Nenhuma A Menos’, e é onde a gente vê um poder muito grande nessa interação. Essas hashtags que não são só hashtags, que elas são palavras de ordem escondidas através do símbolo, elas são muito mais poderosas do que aquelas que são simplesmente uma forma de indexar conteúdo na internet (Entrevista Pessoal, 2017: E3).

O ativismo online chama a atenção das ativistas como um recurso complementar poderosíssimo, mas que não substitui a atuação off-line a ser traduzida em protestos nas ruas, ocupação de espaços da política institucional, criação de coletivos nas universidades e escolas. Mudanças estruturais e sistêmicas são necessárias para o rompimento das desigualdades, fazendo-se necessária a canalização das demandas e dos discursos apresentados na esfera virtual para a esfera pública. Os movimentos sociais figuram como possíveis mediadores tendo em vista que “aparecem como não apenas veículos de interesses preexistentes e causas de efeitos políticos específicos, mas como fontes cruciais de mudança institucional.” (CLEMENS, 2010, p. 180).

Mesmo porque, a Internet também traz desvantagens. As críticas ao ativismo online e ao uso de hashtags para difusão de *frames* tratam da superficialidade do debate que muitas vezes fica estagnado no compartilhamento de palavras de ordem e de depoimentos,

sem que o debate seja aprofundado e sem que saia do ambiente virtual para a construção de planos de ação de combate à violência, por exemplo:

Você faz uma campanha, mobiliza uma série de meninas e de mulheres pra falarem sobre suas dores e afins, e no final o que que se faz com isso? Não apenas do ponto de vista “humanizar o jornalismo” ou isso e aquilo outro, mas o que a gente pode fazer do ponto de vista de pensar a política pública pra efetivar que isso seja acolhido e seja difícil que torne a acontecer (Entrevista Pessoal, 2017: E1).

As ativistas também não deixam esquecer que as novas mídias, Facebook e Twitter, estão situadas em uma lógica liberal que pode engessar avanços da agenda feminista ao se apropriar de suas pautas. A campanha #MexeuComUmaMexeuComTodas foi um exemplo que gerou bastante desconfiança sobre as intenções da grande mídia que cobriram o caso de assédio do ator José Mayer contra a figurinista Susllem Tonani.

É complicado porque as vezes essas hashtags que a mídia abraça, elas tendem a tirar a essência da luta e colocar numa caixinha. Vale a pena a reflexão se a gente realmente precisa que a mídia *mainstream*, essa mídia dominante paute as nossas coisas. Qual que vai ser o impacto disso? Porque se o impacto da mídia pautar isso vai ser transformar isso num caso específico e depois largar pra lá de novo, então virou uma questão de assédio dentro da Rede Globo ali e depois morreu de novo, sendo que pra gente é uma pauta do dia a dia. Então é uma contradição que o feminismo precisa abordar, quando a hashtag tá sendo utilizada e tá sendo promovida, e quando ela tá sendo apropriada, pra contar outra história, pra falar que “ah sim, teve assédio, mas foi aquele caso isolado” (Entrevista Pessoal, 2017: E3).

Aproveitando este exemplo, vale a reflexão sobre as mulheres que tomaram as mídias para falar sobre o caso. Aristeia Fotopoulou (2016) diz que é preciso cautela quanto as mulheres que se assumem como porta-vozes do ativismo feminista, já que muitas vezes se tratam de mulheres brancas em posição privilegiada que não necessariamente contestam o status quo (p. 24).

A desigualdade de acesso à Internet também é motivo de cautela com relação às vantagens do Hashtag Feminismo. E mesmo as mulheres que possuem acesso, não necessariamente chegam às discussões feministas. Como foi dito, a maioria das entrevistadas se identificou com o movimento e se engajou de fato quando entraram na Universidade. Nesse sentido, é preciso pensar quem são as mulheres que frequentam o ensino superior e quem são as que estão ausentes desse espaço, porque a apropriação de recursos digitais depende do contexto em que os atores estão situados em níveis macro e micro.

O que eu me questiono muitas vezes é: até onde o meu feminismo vai? Por mais que se discuta essa interseccionalidade nas campanhas, eu acho que essas campanhas muitas vezes não chegam até as mulheres que estão sendo discutidas ali sabe (Entrevista Pessoal, 2017: E4).

A gente tem que lembrar que existe uma barreira democrática e de classe quando a gente tá falando de hashtag. A população que, por exemplo, que não usa o Facebook como plataforma política, que usa o Facebook pessoalmente normalmente, ela não vai ser a primeira a ficar aderindo a essas hashtags; ela pode eventualmente também, mas não faz nem tanto sentido a coisa da hashtag na vida dela. As vezes um meme vai fazer mais sentido né, porque é uma questão de uso. Eu acho que essa coisa de ficar ali indexando, colocando os nomes ainda é uma coisa um pouco de um feminismo mais incluso tecnologicamente. Se você for pra um acampamento do MTST e conversar com as mulheres lá, com certeza vai ter mulheres que conhecem a hashtag ‘Meu Primeiro Assédio’, e vai ter umas que não sabem nem o que que é hashtag. Então é importante a gente sempre pensar nas barreiras em relação a isso e tentar trabalhar “ah, então vamos falar de primeiro assédio, esquece a parte da hashtag, vamos falar desse tema”. Então acho que se a gente tratar como temas vai ser mais útil pra tentar conectar com quem não pensa na internet dessa maneira, não pensa como #ForaTemer, mas pensa ‘Fora Temer’ (Entrevista Pessoal, 2017: E3).

Para além do público ausente nas discussões online, é preciso pensar em quais debates permanecem à margem. O aborto, por exemplo, é um tema que tem pouco espaço, mesmo na Internet, para viralizar e pressionar por políticas públicas, mesmo sendo um dos pontos chave da agenda feminista (Entrevista Pessoal, 2017: E9). Esta observação corrobora com o trabalho de Drüeke e Zobl, no qual as autoras afirmam que a diversidade de sujeitos não impede a presença de posicionamentos hegemônicos e lembram que a Internet não é neutra (p. 40-41).

Outro problema que merece atenção é a perseguição das feministas no ciberespaço. Se por um lado a Internet conecta pessoas e traz uma série de facilidades, por outro, encoraja os discursos de ódio, já que o anonimato serve de escudo para muitos agressores (Entrevista Pessoal, 2017: E1, E2, E3, E8). Assim como os memes podem ajudar a transmitir conteúdo de forma descontraída, também podem ser usados para esvaziar o debate, reproduzindo estereótipos e piadas de cunho machista.

Desafios e propostas

As desvantagens mencionadas anteriormente não tornam a Internet um espaço menos interessante. Mesmo porque muitas delas são em maior ou menor grau reproduções de situações que se desenrolam também *on-the-ground*. A esfera virtual, muito além da dicotomia boa/ruim, desenvolveu-se como espaço de disputa e, tratando especifica-

mente do ativismo feminista online que está no escopo deste trabalho, traz desafios particulares. Dentre eles está a preocupação com a maneira como é construída essa atuação. Martin e Valenti (2012) apontam a tendência do feminismo online de cair em um padrão reativo e de curta-duração (p. 22). Uma das justificativas é a falta de articulação entre ativistas e organizações para captação de fundos que permitiriam a coordenação de estratégias a longo prazo para produção de conteúdo e atuação dos movimentos, o que só então permitiria a ruptura de estruturas de opressão (p. 28).

Fotopoulou (2016) expõe a contradição entre empoderamento x vulnerabilidade no uso das novas plataformas digitais. A Internet e seus inúmeros recursos de interação e produção de conteúdo intensificam a exclusão de alguns grupos de mulheres. Pensando no caso de mulheres mais velhas, a autora fala sobre a expertise exigida pelo ciberespaço (p. 2-3), em consonância com as autoras Martin e Valenti que descrevem o surgimento de um novo tipo de capital, resultante do uso da Internet pela juventude, o capital social digital (p. 25).

Outro desafio é reconhecer a diferença entre voz e influência. Martin e Valenti não desprezam a importância da Internet como espaço que visibiliza experiências e perspectivas, mas alertam que elas devem ser instrumentalizadas para efeitos que extrapolem a cura e o fortalecimento promovidos pela conexão em rede. É preciso ambicionar a criação de referenciais influentes, de movimentos feministas sólidos:

(...) perhaps our problem partly lies in the disconnection between voice and influence in the contemporary feminist movement. The Internet provides endless opportunities for people, the young and marginalized especially, to begin to find, exercise, and strengthen their voices. But it does not offer the kinds of support necessary for this cacophonous chorus of individual voices to come together into an influential feminist force. That kind of effectiveness would require more connections among media and between online and on-the-ground activists, as well as the institutional resources to foster and build the connections.

This is not to suggest, importantly, that exercising one's voice alone, testifying to one's experiences, amplifying one's ideas, are not valid in and of themselves. Mainstream cultures have historically and routinely marginalized diverse voices to undercut effectiveness, and bringing them to new audiences is no small success. But, we can also attend to the possibility that there is both an opportunity for using our voices to individually "take up space" and also coordinate our expression in such a way that we dismantle the oppressive structures that made it so hard to do so in the first place. (Idem, p. 25)

Fotopoulou acredita que o imediatismo das mídias digitais é fator prejudicial na luta pela construção de identidade coletiva, e contribui para a lógica neoliberal que reduz cada vez mais o político ao individual, ou seja, a debates que tratam apenas de autonomia e escolha (p. 3). Para ela, o ativismo está longe de ser imediato, demanda tempo e longos processos para a elaboração de discursos e demandas, que levem em consideração especificidades culturais e locais (Idem, p. 17). O desenvolvimento de estratégias online, portanto, não pode descartar as dinâmicas organizacionais off-line.

Considerações Finais

Ainda que o movimento Hashtag Feminismo consiga fazer penetrar reflexões importantes para os movimentos feministas nas relações sociais cotidianas, seja na cultura pop, seja em arenas políticas formais, seja em aulas nas escolas e universidades, não está a salvo de críticas e efeitos nocivos. Assim como comunidades online se formam em torno de pautas feministas, grupos anti-feministas também se conectam, perseguindo e disseminando estigmas sobre a luta pela emancipação das mulheres e fazendo comentários de ódio que só expõem a necessidade de nossos gritos.

Não se pode dizer até que ponto o uso de hashtags configura um mecanismo causal, mas certamente a maior visibilidade de questões no mundo virtual contribui em algum nível para a promoção do debate na esfera pública, haja visto o engajamento de grandes marcas, como a Always, ao falar sobre empoderamento feminino, ou a publicação de livros a respeito desse movimento Hashtag Feminismo, por exemplo, “#MeuAmigoSecreto, feminismo além das redes”, publicado pelo coletivo ‘Não me Khalo’ que inclusive menciona o aumento do número de denúncias de violência ao 180 após a viralização da hashtag homônima, ressaltando a importância da abertura de espaços de expressão de grupos que são cotidianamente silenciados.

Plataformas como o Twitter assumem um papel importante ao construir *frames* sobre determinados debates e demonstrar a conexão em rede de protestos feministas online (DRÜEKE & ZOBL, 2016, p. 46-47). Os resultados da pesquisa apontam para o regaste de pautas da segunda onda do feminismo, em oposição ao apagamento das identidades promovidos pelos ideais neoliberais que visam domesticar o conflito.

Este trabalho esbarra em algumas limitações que apontam para uma nova agenda de pesquisa. As entrevistas não permitem observações mais gerais e abrangentes, uma vez que há um viés no perfil das entrevistadas. Todas possuem alto nível de escolaridade, o que não garante a representatividade da percepção de utilização das mídias digitais de mulheres vindas de outros contextos. Para pesquisas futuras, não só diferentes contextos de surgimento das campanhas, mas também diferentes contextos de que partem as ativistas serão levados em consideração. Outros métodos de análise também serão explorados, sendo de interesse da autora a análise de redes, focando as ligações que se formam entre atores que compartilham e participam das campanhas online.

Tabela 2. Mapeamento de Campanhas Baseadas em Hashtags, 2012-2017

Campanha #	Atores responsáveis pelo surgimento das campanhas	Ano	País	Tipo de Campanha e descrição geral
#SomosTodosMaju	Equipe Jornal Nacional	2015	Brasil	Reação aos comentários racistas à apresentadora Maria Julia Coutinho
#MeuAmigoSecreto	Difuso	2015	Brasil	Surgiu espontaneamente no Twitter denunciando casos de machismo
#MeuPrimeiroAssédio	Think Olga	2015	Brasil	Reação aos comentários de cunho sexual à participante do programa Master Chef Junior de 12 anos.
#FirstHarassment	Adesão difusa após a BBC soltar uma matéria sobre a hashtag no Brasil	2015	Transnacional	Desdobramento da campanha ‘Meu Primeiro Assédio’
#MiPrimerAssedio/#MiPrimerAcoso	@Estereotipas	2016	América Latina	Desdobramento da campanha ‘Meu Primeiro Assédio’
#MeaCulpa	Jornal O Globo	2016	Brasil	Após a vastidão de relatos de mulheres sobre o primeiro assédio (#MeuPrimeiroAssédio), homens aderiram à hashtag admitindo situações em que foram machistas e buscando a conscientização entre seus pares sobre tal realidade. As opiniões das feministas ficaram divididas, algumas apoiaram, mas outra parte criticou o roubo do protagonismo.
#AgoraéquesãoElas	Jornalistas militantes feministas	2015	Brasil	Campanha para que homens jornalistas e colunistas cedessem espaço nos meios de comunicação para mulheres exporem suas visões acerca da desigualdade de gênero. Na época, estava em tramitação o PL 5069.
#BelaRecadataedoLar	Difuso	2016	Brasil	Surgiu espontaneamente entre as/os internautas. Reação à reportagem da revista Veja sobre Marcela Temer, reforçando estereótipos de gênero.
#ChegadeFiuFiu	Think Olga	2013	Brasil	A jornalista Juliana Faria teve a iniciativa de lançar a campanha pensando em experiências próprias e no coletivo, a fim de pesquisar e mapear o assédio sofrido por outras mulheres.
#EuNãoMereçoSerEstuprada	Jornalista Nana Queiroz	2014	Brasil	A campanha foi criada pela jornalista Nana Queiroz como reação aos resultados de uma pesquisa aplicada pelo Ipea (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada) que revelaram que mais da metade da população compreende comportamento ou uso de determinadas vestimentas como justificativa para o assédio.
#NãoàCulturadoEstupro	Difuso	2016	Brasil	Hashtag em reação ao estupro coletivo no RJ, ao PL 5069 de Eduardo Cunha e ao feminicídio.
#MachismoMata	Difuso	2017	Brasil	Hashtag utilizada em repúdio à chacina em Campinas no primeiro dia do ano em que Sidnei de Araújo matou a ex mulher e mais oito mulheres de sua família.

#VaiTerShortinhoSim	Alunas de uma escola em Porto Alegre - RS	2016	Brasil	Reação de alunas à proibição da escola de determinadas vestimentas para mulheres por despertar desejo nos alunos homens.
#MexeUcomUmaMexeUcomTodas	Fotógrafa Catarina Rangel	2017	Brasil	Apesar de a hashtag já ter sido utilizada anteriormente em outros momentos (por exemplo, na discussão sobre assédio no transporte público), ela viralizou nas mãos de Catarina Rangel como forma de reação e protesto após o caso de assédio envolvendo o ator José Mayer e a figurinista Susllem Tonani, funcionária da tv Globo que o denunciou. A frase também foi estampa de camiseta usada por várias atrizes como demonstração de apoio à vítima.
#ChegadeAssédio	Fotógrafa Catarina Rangel	2017	Brasil	Outra hashtag utilizada para protestar contra o assédio no ambiente de trabalho. Reação ao assédio sofrido pela figurinista Susllem Tonani por parte do ator José Mayer.
#EstuproNãoÉCulpa-daVítima	Difuso	2016	Brasil	Hashtag contra a culpabilização da vítima que viralizou após o estupro coletivo ocorrido no RJ. O Spotify, aplicativo de música, lançou uma playlist intitulada com a mesma hashtag como forma de protesto.
#SeEuDisserNãoÉEstupro	Revista Marie Claire Brasil	2016	Brasil	A revista lançou a campanha com a participação de atrizes famosas (outras aderiram nas redes sociais) após o caso do estupro coletivo no Rio de Janeiro (reação). As atrizes tiraram fotos nuas com o intuito de mostrar que não importa o que a mulher faça ou use, se não há consentimento, é violência sexual.
#VamosFazerumEscândalo	Youtuber Julia Tolezano (Jout Jout)	2015	Brasil	A youtuber fez um vídeo de reflexão e debate sobre a banalização do assédio após o amplo compartilhamento de relatos sobre primeiro assédio decorrentes da campanha lançada pelo Think Olga. A chamada do vídeo foi divulgada por meio de hashtags posteriormente.
#VamosJuntas	Jornalista Babi Souza	2015	Brasil	Movimento criado pela jornalista Babi Souza para discutir o medo das mulheres de andarem sozinhas na rua sob risco de serem violentadas. Problematisa a violência de gênero e a reivindica a união entre as mulheres.
#HeforShe	ONU	2014	Transnacional	A campanha da ONU tem como objetivo engajar homens e meninos na luta contra a desigualdade de gênero.
#ElesporElas		2014	Brasil	Desdobramento da campanha 'He for She'. Lançado em São Paulo numa parceria entre o canal GNT e ONU Mulheres.
#AskHerMore	The Representation Project	2014	EUA	Campanha criada pela fundadora do "The Representation Project", Jennifer Siebel Newson, para expor e debater sobre a cobertura sexista de cerimônias como Oscar e Emmy. Depois foi adotada também para as Olimpíadas.
#BringBackourGirls	Difuso	2014	Nigéria e EUA	As palavras da vice-presidente do World Bank for África ecoaram no Twitter e levaram ao

				conhecimento do resto do mundo o sequestro de mais de 200 garotas em uma escola na Nigéria pelo grupo terrorista Boko Haram. Celebidades e autoridades do mundo todo compartilharam a # a fim de pressionar o governo a tomar providências (reação e agenda). A campanha surgiu na Nigéria, mas a maioria dos tweets que compartilharam a # são oriundos dos EUA.
#MenstruationMatters	WASH United	2014	Alemanha	A campanha surgiu, juntamente como o Menstrual Hygiene Day, para conscientizar as pessoas sobre a importância de acesso a condições básicas de higiene menstrual, meta global que também contribui para outra: a autonomia de indivíduos que menstruam.
#YesAllWomen	Difuso	2014	EUA	A hashtag viralizou no Twitter como reação depois que um assassino em série matou seis pessoas na Califórnia com a justificativa de que era rejeitado pelas mulheres. O autor dos crimes postou uma série de vídeos no YouTube com comentários de ódio direcionados às mulheres antes de partir para o ataque. Várias mulheres iniciaram então uma discussão sobre sexismo e misoginia, principalmente sobre as reações agressivas que presenciavam ao dizer ‘não’ para um homem.
#NotBuyingIt	The Representation Project	2013	EUA	Hashtag utilizada em protesto contra os anúncios sexistas transmitidos durante o Super Bowl, campeonato de futebol americano. Expandiu-se para outras propagandas e marcas.
#MediaWeLike	The Representation Project	2014	EUA	Hashtag utilizada para divulgação de propagandas que contribuem para o empoderamento de mulheres e meninas.
#WhyIStayed	Beverly Gooden	2014	EUA	Beverly Gooden publicou a hashtag em resposta ao caso de agressão do jogador de futebol americano Ray Rice contra sua noiva, e aos questionamentos sobre a continuidade do relacionamento. A autora da campanha teve como objetivo expor e debater a cultura de culpabilização da vítima, já que Janay Palmer foi julgada por ter se mantido no relacionamento.
#EqualPay	Difusa	—	Transnacional	Hashtag utilizada para discutir a desigualdade salarial entre homens e mulheres.
#FreeTheNipple	Lina Esco	2014	EUA	A hashtag foi adotada depois do lançamento do filme de mesmo nome dirigido por Lina Esco em que critica a repressão da sexualidade feminina.
#MamiloLivre	Revista Az Mina	2016	Brasil	As jornalistas da revista Az Mina conseguiram burlar as regras do Facebook postando fotos de mamilos femininos por meio de mosaicos. A campanha teve como objetivo quebrar os tabus e a repressão à sexualidade feminina que vetam até a amamentação em público. O movimento foi apelidado de “mamilaço”.

#ThisGirlCan	Sport England	2015	Inglaterra	Sport England faz parte do Departamento de Cultura, Mídia e Esporte, e promove campanhas para estimular a prática regular de atividade física. Essa campanha em específico teve início após uma pesquisa feita por eles que revelou um grande gap entre homens e mulheres praticando algum esporte. O objetivo da campanha foi combater as barreiras que dificultam a adesão das mulheres à prática esportiva e ganhou forte apoio do público nas redes sociais digitais.
#GirlsWhoCode	Reshma Saujani	2012	EUA	A hashtag é fruto da organização sem fins lucrativos criada por Reshma Saujani após perceber um enorme gap entre homens e mulheres trabalhando na área de tecnologia. A organização tem como objetivo ensinar programação às meninas, estimulando-as para trabalharem com tecnologia e programação, quebrando barreiras e estereótipos de gênero. Hoje, os clubes de programação e os cursos de imersão estão presentes nos 50 estados americanos.
#LikeaGirl	Always	2014		A marca criou a campanha com o objetivo de desconstruir a típica frase “like a girl” como algo ruim. Foi muito elogiada por evidenciar mais uma questão estrutural do que seu produto e por mostrar que a autoconfiança das mulheres é construída com a quebra de estereótipos de gênero. A hashtag no Twitter potencializou a visibilidade do projeto.
#GirlsCan	Covergirl	2014	EUA	A marca de cosméticos lançou a campanha ‘Girls Can’ com o objetivo de romper os limites sexistas sobre a trajetória das mulheres e de ressaltar o empoderamento feminino.
#NoTeDaVergüenza	Observatorio Contra el Acoso Callejero – OCAC	2017	Chile	A campanha foi lançada com o objetivo de chamar atenção e conscientizar os homens sobre seu papel na reprodução da violência de gênero sobre as mulheres, inclusive quando se omitem frente a situações de violência.
#CarnavalSemAssédio	Catraca Livre, Revista AzMina e coletivos	2016	Brasil	A campanha foi lançada com o objetivo de conscientizar e combater o assédio contra a mulher, naturalizado principalmente durante o carnaval. O portal Catraca Livre em parceria com a revista AzMina contou com o apoio de vários coletivos feministas e também de blocos de carnaval, sendo São Paulo a cidade com maior adesão.
#UmaMinaAjuda-a-Outra	Revista AzMina	2017	Brasil	Mais uma campanha de combate ao assédio contra as mulheres no carnaval, dessa vez voltada para as próprias mulheres, reivindicando sororidade e atenção durante as festas em prol da criação de uma rede de proteção umas para com as outras.
#FeministasconBigotes	OCAC	2017	Chile	A hashtag começou a ser difundida em reação a uma entrevista de Cathy Barriga prefeita de

				Maipú, cidade de Santiago, Chile, em que disse ser feminista, mas não como aquelas de bigodes, além de outras declarações conservadoras. O OCAC apoiou as internautas, se posicionando contra estereótipos usualmente utilizados para humilhar mulheres feministas, ressaltando que o foco do movimento é a luta pela igualdade e pelo empoderamento feminino, para que as mulheres possam ser e fazer o que quiserem.
#PeriodsAreNotanInsult	Difuso	2015	EUA	Hashtag utilizada em repúdio a Donald Trump após seu comentário contra a jornalista Megyn Kelly sugerindo que ela estava alterada por estar menstruada.
#NotThere	Fundação Clinton	2015	EUA	Para o dia Internacional da Mulher a fundação Clinton fez uma campanha de apelo à luta pela igualdade de gênero por meio de uma jogada de marketing substituindo mulheres de outdoors, capas de revistas e plataformas digitais pelos dizeres “not there” para lembrar que ainda há muitos espaços dos quais as mulheres estão excluídas.
#GirlswithToys	Difuso	2015	Transnacional	A hashtag começou a ser compartilhada em reação à declaração do astrônomo Shrinivas Kulkarni do Instituto de Tecnologia da Califórnia de que muitos cientistas são como “meninos com brinquedos”. Mulheres cientistas de todas as partes do mundo compartilharam fotos e comentários com a hashtag para reafirmar sua presença no campo científico e tecnológico.
#NotGuilty	Estudantes da universidade de Oxford	2015	Inglaterra	A campanha foi lançada por estudantes da universidade de Oxford após a publicação da carta de Ione Wells endereçada a seu agressor no jornal da mesma universidade. O objetivo da hashtag trata da discussão sobre assédio e estupro reforçando que as mulheres não são culpadas.
#StopAbuseAgainstWomen	The Salvation Army	2015	África do Sul	A discussão sobre a cor de um vestido, branco e dourado ou preto e azul, tomou conta da internet. Aproveitando o frisson, a organização Salvation Army utilizou a foto de uma mulher usando o tal vestido para falar sobre as marcas da violência sobre as mulheres que ninguém vê, promovendo a reflexão sobre o assunto.
#EffYourBeautyStandards	Tess Holiday	2014/2015	Transnacional	A hashtag foi lançada pela ativista e modelo plus-size Holiday em protesto ao padrão de beleza excludente e opressor vigente. Ela convocou mulheres de todos os tamanhos a postarem suas fotos utilizando a hashtag que foi amplamente compartilhada no Instagram.
#YouOKSis	Feminista Jones	2014	EUA	A campanha surgiu com o objetivo de debater a questão do assédio em espaços públicos, criticando também a ausência de interseccionalidade já que a maioria dos esforços nesse sentido não falam sobre mulheres negras.

#MaybeHeDoesn'tHitYou	Escritora dominicana-americana Zahira Kelly	2016	EUA	A atriz e escritora criou a hashtag para discutir outras formas de violência exercida sobre as mulheres para além da violência física, tal qual agressão verbal, violência psicológica, dentre outras. Ela também participou da criação de outras hashtags, #abuserdynamics, #abuserlogic e #transfauxmativejustice, que trabalham aspectos similares, mas que tiveram menor impacto.
#QuizáNoTePegue	Cynthia García Galindo junto a Zahira Kelly	2016	México	Desdobramento da campanha 'Maybe He Doesn't Hit You'
#ElePodeNãoTeBater		2016	Brasil	Desdobramento da campanha 'Maybe He Doesn't Hit You'
#NiUnaMenos	Grupo de mulheres que depois deu origem ao coletivo de mesmo nome	2015 e depois em 2016	Argentina e depois toda América Latina	A campanha surgiu em reação aos inúmeros casos de feminicídio no país e à falta de amparo legal para coibir a violência de gênero. Foi amplamente divulgada em 2016 em toda a América Latina após o feminicídio de Lucía Pérez.
#NosotrasParamos	Difuso	2016/2017	América Latina	A ideia de convocar as mulheres para faltarem seus trabalhos é bem antiga e tem como propósito denunciar a desigualdade salarial entre homens e mulheres, mostrando que as mulheres têm papel crucial para economia de seus países. Transformada em hashtag, circulou após o feminicídio da adolescente argentina Lucía Perez em 2016, compondo o chamado para uma marcha pela vida das mulheres. Em 2017 cumpriu ambos objetivos, convocando uma greve no dia 8 de março.
#VivasNosQueremos	Difuso	2016/2017	América Latina	Várias marchas ocorreram em vários países latino-americanos utilizando a hashtag como estratégia de visibilidade e mobilização para discutir a violência de gênero e chamar atenção para os números alarmantes de casos de feminicídio ocorridos na América Latina.
#ParodeMujeres	Difuso	2016/2017	América Latina	Desdobramento de outras campanhas como #NiUnaMenos e VivasNosQueremos, foi amplamente divulgada após o feminicídio ocorrido no ano passado na Argentina por usuários de diversos países, e este ano no 8 de março.
#8MYoParo	Difuso	2017	América Latina	A hashtag foi utilizada como estratégia de divulgação e mobilização para a greve internacional de mulheres convocadas para o 8 de março, Dia da Mulher, em 45 países. 2017 deu início a data como dia de luta internacional contra a desigualdade de gênero e contra o feminicídio.
#8M	Difuso	2017	Transnacional	A hashtag foi utilizada como estratégia de divulgação e mobilização para a greve internacional de mulheres convocadas para o 8 de março, Dia da Mulher, em 45 países. Foi bastante utilizada no Brasil.

#DistratinglySexy	Difuso	2015	Trans-nacional	A hashtag foi utilizada em resposta a declaração do cientista Tim Hunt, vencedor do prêmio Nobel, de que as mulheres no laboratório provocam distrações. De várias partes o mundo, elas compartilharam fotos usando jaleco mostrando que seus uniformes de trabalho não são nada sensuais, criticando o fetichismo sobre elas.
#HomemRisqué	Difuso	2015	Brasil	Reação à campanha machista da marca de esmaltes que enaltecia comportamentos masculinos considerados como imprescindíveis e não dignos de homenagem.
#EleSempreFala	Coletivo de mulheres no Rio de Janeiro	2016	Brasil	Aproveitando o 1º de abril, mulheres organizaram a campanha para expor as mentiras abusivas que os homens contam, reforçando uma relação de subordinação delas por eles.
#ÉRelacionamentoAbusivoQuando	Difuso	2016	Brasil	Usuárias do Twitter começaram a utilizar a hashtag para debater a violência psicológica sofrida em relacionamentos abusivos.
#ReadWomen2014	Joanna Walsh	2014	EUA	Walsh iniciou a campanha reivindicando a valorização de mulheres escritoras.
#ReadWomen	Difuso	2015/2016	Trans-nacional	Desdobramento da hashtag #ReadWomen2014 para dar continuidade à ideia nos anos seguintes.
#LeiaMulheres	Difuso	2017	Brasil	Versão brasileira das duas campanhas anteriores para discutir a desigualdade de gênero na literatura.
#PílulaFicaCunhaSai	Difuso	2015	Brasil	Em resposta ao PL 5069 de Eduardo Cunha que criminaliza o aborto legal, ativistas feministas se posicionaram nas redes e levaram as hashtags como palavras de ordem para as marchas organizadas.
#NãoaoPL5069	Difuso	2015	Brasil	Em resposta ao PL 5069 de Eduardo Cunha que criminaliza o aborto legal, ativistas feministas se posicionaram nas redes e levaram as hashtags como palavras de ordem para as marchas organizadas.
#MaisAmorEntreNós	Jornalista Sueide Kintê	2016	Brasil	A campanha foi idealizada com o intuito de criar uma rede de solidariedade entre as mulheres a partir da troca de serviços ou mesmo dando apoio emocional umas às outras por meio das redes sociais.
#EstuproNuncaMais	Coletivos feministas	2016	Brasil	Reação ao estupro coletivo ocorrido no Rio de Janeiro, caso em que 33 homens estupraram uma adolescente de 16 anos. Os coletivos utilizaram a hashtags e vídeos para promover a reflexão e exigir o fim da cultura do estupro.
#RespeitaAsMina	Catraca Livre	2017	Brasil	Campanha lançada pelo Catraca Livre contra o assédio no carnaval. Anteriormente a mesma hashtag foi utilizada em pequena proporção para falar sobre a construção de uma publicidade não-machista. Há em Brasília uma pá-

				gina chamada “bsb respeita as mina”, um projeto de conscientização nas festas da cidade sobre consentimento.
#SafetyTipsForLadies	Hillary Bowman-Smart	2013	Austrália	Uma usuária do Twitter lançou a campanha em protesto a um website chamado The Punch que publicou uma matéria culpando as mulheres pelo assédio que sofrem. A estratégia da autora foi usar a ironia para chamar atenção para o assunto.
#DelhiBraveHeart	Difuso	2012	Índia	A morte da jovem Nirbhaya, estuprada por uma gangue em um ônibus em Nova Déli causou uma revolta nacional contra a cultura do estupro e a falta de respostas do governo.
#GirlsLikeUs	Janet Mock	2012	EUA	A ativista e escritora Janet Mock lançou a hashtag junto a um tweet sobre visibilidade trans sem a pretensão de que se tornasse uma campanha viral, mas outras usuárias passaram a utilizá-la e a própria autora decidiu ampliar a discussão e unir mulheres transgênero.
#BlackTransProud	National Black Justice Coalition (NBJC)	2012	EUA	A organização NBJC lançou a campanha na semana da consciência transgênero para falar de mulheres que são atravessadas pela interseccionalidade de raça e sexualidade e por isso compõem um grupo alvo de violência e discurso de ódio.
#AskThicke	Difuso	2014	EUA	A campanha que tinha como intenção promover o cantor norte-americano Robin Thicke foi apropriada por usuárias no Twitter para questionar o teor misógino de suas músicas e seu comportamento machista.
#SolidarityIsForWhiteWomen	Mikki Kendall	2013	EUA	A colunista do The Guardian publicou a hashtag em protesto a falta de posicionamento de ativistas feministas diante das declarações de Hugo Schwyzer no Twitter, admitindo que silenciava mulheres negras. A autora não tinha pretensões de tornar a hashtag em campanha, mas outras usuárias do Twitter assim o fizeram expandindo o escopo da discussão.
#Aufschrei	Anne Wizorek	2013	Alemanha	Tida como a hashtag do ano, foi amplamente compartilhada em relatos sobre assédio e sexismo no país. A criadora da hashtag publicou um livro sobre a experiência em 2014. A campanha foi precedida de artigos publicados em jornais de grande audiência sobre o sexismo presente nos partidos; um caso em específico teve como alvo de críticas Rainer Brüderle do FDP (Free Democratic Party).
#Fuerzaenmivoz		2016	Colômbia	A hashtag utilizada já na Austrália e na Irlanda um ano antes foi adotada em países latino-americanos, inaugurada na Colômbia, para discutir o “ciberacoso”, isto é, o assédio sobre mulheres nas redes sociais.

#GenderPricing	New York City Department of Consumer Affairs	2015	EUA	O DCA realizou uma pesquisa de comparação de preços entre produtos exatamente iguais ou com as mesmas funções (o que muda é a cor ou a propaganda), mas destinados ao público feminino e masculino, estimulando os usuários do Twitter a usarem a hashtag para denunciarem a diferença de preços desvantajosa para as mulheres que acabam pagando em média 7% mais caro.
#TrocoPresenteporIgualdade	Atriz e embaixadora da ONU Mulheres Brasil	2016	Brasil	A embaixadora da ONU Mulheres no Brasil sugeriu a hashtag em vídeo para o dia internacional da mulher em 2016, reivindicando a conscientização sobre a equidade salarial, fim da violência e do racismo, etc., no lugar de fazer da data um dia de presentear as mulheres com coisas materiais.

Fonte: elaboração da autora com base em buscas no Twitter, Facebook, artigos acadêmicos, portais de notícia e dados das entrevistas.

Referências Bibliográficas

- AMARAL, Inês, Rocío Zamora, María del Mar Grandío & José Manuel Nogueira. Flows of communication and 'influential' in Twitter: A comparative approach between Portugal and Spain during 2014 European Elections. *Observatorio (OBS*) Journal*, vol. 10, nº2, 111-128, 2016.
- AMERICAS QUARTERLY. Internet in the Americas: Who's Connected?
- ASSANGE, Julian et al. *Cypherpunks: Liberdade e o futuro da internet*. Tradução Cristina Yamagami. – São Paulo: Boitempo, 2013.
- BAER, Hester. Redoing feminism: digital activism, body politics, and neoliberalism. *Feminist Media Studies* 16:1, 17-34, 2016.
- BARLOW, John Perry. A Declaration of the Independence of Cyberspace. Electronic Frontier Foundation, 1996. Disponível em: < <https://www.eff.org/cyberspace-independence> >
- BENNETT, Lance W. Changing Citizenship in the Digital Age. In: *Civic Life Online: learning how digital media can engage youth/* edited by W. Lance Bennett – The MIT Press, 2008.
- BENNETT, Lance W. & Alexandra Segerberg. *The logic of connective action: digital media and the personalization of contentious politics*. – New York: Cambridge University Press, 2013.
- BIMBER, Bruce et al. Organizations and technological change. In: *Collective Action in Organizations: Interaction and Engagement in an Era of Technological Change* – Cambridge University Press, 2012.
- BIROLI, Flávia. Mídia, tipificação e exercícios de poder: a reprodução dos estereótipos no discurso jornalístico. *Revista Brasileira de Ciência Política*, nº 3. Brasília, 2011, pp. 71-98.
- BOURDIEU, Pierre. O campo político. *Revista Brasileira de Ciência Política*, nº 5. Brasília, 2011, pp. 193-216.
- CASTELLS, Manuel. *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Tradução Maria Luiza X. de A. Borges; revisão Paulo Vaz. – Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CLARK, Rosemary. “Hope in a hashtag”: the discursive activism of #WhyIStayed. *Feminist Media Studies*, 16:5, 788-804, 2016.

CLEMENS, Elisabeth S. Repertórios organizacionais e mudança institucional: grupos de mulheres e a transformação política nos EUA, 1890-1920. *Revista Brasileira de Ciência Política*, nº3. Brasília, 2010, pp. 161-128.

DRÜEKE, Ricarda & Elke Zobl. Online feminist protest against sexism: the German-language hashtag #aufschrei. *Feminist Media Studies*, 16:1, 35-54, 2016.

EL PAÍS. Mulheres vão às ruas: ‘Pílula Fica, Cunha Sai’. Acesso em: 20/06/2017. Disponível em: < http://brasil.elpais.com/brasil/2015/10/30/politica/1446222175_318913.html>

EL PAÍS. Reações ao estupro coletivo da jovem carioca mostram um país indignado, 2016. Disponível em: <http://brasil.elpais.com/brasil/2016/05/27/politica/1464360226_852010.html>

EL PAÍS. #8MYoParo: cómo será el paro de mujeres de mañana, 2017. Disponível em: < <http://www.elpaisdigital.com.ar/contenido/8myoparo-cmo-ser-el-paro-de-mujeres-de-maana/6201>>

ENTREVISTA PESSOAL, 2017. E1: entrevista com uma das moderadoras da página PSOL Feminista realizada em 24.05.2016.

ENTREVISTA PESSOAL, 2017. E2: entrevista com uma das moderadoras da página Fiu Fiu – UnB realizada em 24.05.2017.

ENTREVISTA PESSOAL, 2017. E3: entrevista com membra da Setorial de Mulheres do PSOL realizada em 25.05.2017.

ENTREVISTA PESSOAL, 2017. E4: entrevista com uma das moderadoras da página FD Sem Machismo realizada em 26.05.2017.

ENTREVISTA PESSOAL, 2017. E5: entrevista com uma das fundadoras do Coletivo Afetadas realizada em 31.05.2017.

ENTREVISTA PESSOAL, 2017. E6: entrevista com ativista independente realizada em 06.06.2017.

ENTREVISTA PESSOAL, 2017. E7: entrevista com membra do Instituto de Cultura, Arte e Memória realizada em 06.06.2017.

ENTREVISTA PESSOAL, 2017. E8: entrevista com membra do Coletivo Afetadas realizada em 13.06.2017.

ENTREVISTA PESSOAL, 2017. E9: entrevista com membra do MPL realizada em 15.06.2017.

FOLHA DE SÃO PAULO. Há 40 anos, assassinato de Ângela Diniz parou país. Disponível em: <<http://acervofolha.blogfolha.uol.com.br/2016/12/30/ha-40-anos-assassinato-de-angela-diniz-parou-pais/>>

FOTOPOULOU, Aristeia. *Feminist Activism and Digital Networks: Between Empowerment and Vulnerability*. London: Palgrave Studies in Communication for Social Change, 2016.

FRASER, Nancy. O feminismo, o capitalismo e a astúcia da história. *Mediações*, Londrina, v. 14, n. 2, 11-33, 2009.

FRASER, Nancy. *Rethinking the Public Sphere: a contribution to the critique of actually existing democracy*. In: *Habermas and the public sphere/* edited by Craig Calhoun – Cambridge (MA): The MIT Press, 1992.

FRIEDMAN, Elisabeth Jay & Constanza Tabbush. *#NiUnaMenos: Not One Women Less, Not One More Death!* NACLA, 2016.

FRIEDMAN, Elisabeth Jay. *Interpreting the Internet: Feminist and Queer Counterpublics in Latin America*. Oakland, California: University of California Press, 2017.

G1. Mulheres voltam a protestar contra projeto de lei de Eduardo Cunha. Acesso em 20/06/2017. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2015/10/mulheres-voltam-protestar-contraprojeto-de-lei-de-eduardo-cunha.html>>

G1. Internet chega pela 1ª vez a mais de 50% das casas no Brasil, mostra IBGE. Acesso em 18/05/2017. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/04/internet-chega-pela-1-vez-mais-de-50-das-casas-no-brasil-mostra-ibge.html>>

GARRETT, R. Kelly. Protest in an Information Society: A Review of Literature on Social Movements and New ICTs. *Information, Communication and Society*, 9(2), 202-224, 2007.

GERBAUDO, Paolo. *Tweets and the Streets: social media and contemporary activism*. London: Pluto Press, 2012.

- GUHA, Pallavi. Hash Tagging But Not Trending: The Success and Failure of the News Media to Engage with Online Feminist Activism in India. *Feminist Media Studies* 15:1, 155-157, 2015.
- HABERMAS, Jürgen. Mudança estrutural da esfera pública. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.
- LACLAU, Ernesto. Os novos movimentos sociais e a pluralidade do social. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, nº 2, 1986.
- LÉVY, Pierre. Cibercultura. Tradução de Carlos Irineu da Costa – São Paulo: Ed. 34, 1999.
- MARQUES, Francisco Paulo Jamil. Ciberpolítica: conceitos e experiências. Salvador: EDUFBA, 2016.
- MARTIN, Courtney E. and Vanessa Valenti. #FemFuture: Online Revolution - Barnard Center for Research on Women, 2012.
- MENDONÇA, Ricardo Fabrino and Selen A. Ercan. Deliberation and protest: strange bedfellows? Revealing the deliberative potential of 2013 protests in Turkey and Brazil. *Policy Studies*, Vol. 36, No. 3, 267–282, 2015.
- MIGUEL, Luis Felipe. Democracia e Representação: territórios em disputa/ Luis Felipe Miguel. – 1. ed. – São Paulo: Editora Unesp, 2014.
- MOROZOV, Evgeny. The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom. – Philadelphia, PA: Public Affairs, 2011.
- OFFE, Claus e Helmut Wiesenthal. As duas lógicas da ação coletiva. Em: Problemas estruturais do Estado Capitalista/ Claus Offe – Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.
- O GLOBO. Estupro e assassinato na Argentina geram protestos em seis países, 2016. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/sociedade/estupro-assassinato-na-argentina-geram-protestos-em-seis-paises-20319419>>
- OLSON, Mancur. A lógica da ação coletiva: os benefícios públicos e uma teoria dos grupos sociais. São Paulo: EDUSP, 1999.
- ÖSTMAN, Johan. Information, expression, participation: How involvement in user-generated content relates to democratic engagement among young people. *New Media & Society* 14 (6), 1004-1021, 2012.

- PADOVANI, Claudia & Elena Pavan. Global governance and ICTs: exploring online governance networks around gender and media. Global Networks, 2016.
- PATEMAN, Carole. O contrato sexual. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1993.
- PEREIRA, Marcus Abílio. Internet e mobilização política – os movimentos sociais na era digital. IV Encontro da Compolítica, Rio de Janeiro, 2011.
- RODINO-COLOCINO, Michelle. #YesAllWomen: intersectional mobilization against sexual assault is radical (again). Feminist Media Studies 14:6, 1113-1115, 2014.
- RODRIGUES, Almira. Participação Política das Mulheres e Gestão em Política de Gênero. Centro Feminista de Estudos e Assessoria – CFEMEA, 2004.
- SHARFF, Christina, Carrie Smith-Prei & Maria Stehle. Digital feminisms: transnational activism in German protest cultures. Feminist Media Studies 16:1, 1-16, 2016.
- SHAW, Frances. ‘HOTTEST 100 WOMEN’: Cross-platform Discursive Activism in Feminist Blogging Networks. Australian Feminist Studies 27:74, 373-387, 2012.
- SILVEIRA, Sergio Amadeu. A disseminação dos coletivos cypherpunks e suas práticas discursivas. II Encontro Internacional Participação, Democracia e Políticas Públicas, Unicamp, Campinas, 2015.
- SOMMA, Nicolás. Participação cidadã e ativismo digital na América Latina. Em: Internet e mobilizações sociais: transformações do espaço público e da sociedade civil/ Organizadores: Bernardo Sorj e Sergio Fausto - São Paulo: Edições Plataforma Democrática, 2015.
- SORJ, Bernado. ON-LINE / OFF- LINE: a nova onda da sociedade civil e a transformação da esfera pública. Em: Internet e mobilizações sociais: transformações do espaço público e da sociedade civil/ Organizadores: Bernardo Sorj e Sergio Fausto - São Paulo: Edições Plataforma Democrática, 2015.
- THINK OLGA. Hashtag Transformação: 82 mil tweets sobre o #PrimeiroAssedio. Disponível em: <<http://thinkolga.com/2015/10/26/hashtag-transformacao-82-mil-tweets-sobre-o-primeiroassedio/>>
- TILLY, Charles and Sidney Tarrow. Contentious Politics. Second revised edition.- New York: Oxford University Press, 2015.
- VON BÜLOW, Marisa, Tayrine Dias e Ariadne Santiago. Os Usos da Internet e o Impeachment de Dilma Rousseff. Artigo não publicado.

WASELFISZ, Julio Jacobo. Mapa da Violência 2015: Homicídio de Mulheres no Brasil. FLACSO, Brasil, 1ª ed., 2015.

WIGGINS, Bradley E. & G. Bret Bowers. Memes as genre: A structurational analysis of the memescape. *New Media & Society*, 17 (11), 1-21, 2014.

YOUNG, Stacey. *Changing the Wor(l)d: Discourse, Politics and The Feminist Movement* – New York/London: Routledge, 1997.