

A Mídia Como Propulsora do Movimento Feminista Contemporâneo no Brasil¹

Isadora SEVERO²

Mestranda

Camila T. FERRARI³

Mestranda

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

Resumo

Este artigo reflete sobre como recentemente o feminismo foi impulsionado pela mídiatização, através da articulação entre as possibilidades oferecidas pelas redes digitais e a vida mídiatizada dos sujeitos contemporâneos. Inicialmente tratamos da definição de mídiatização e o contexto das redes digitais com base em Hjarvard (2012), Martino (2018), Fausto Neto (2018) e Castells (2015). Depois mencionamos o movimento feminista, suas principais ações contemporâneas no Brasil, e sua presença no âmbito comunicacional digital, principalmente a partir de Escosteguy (2018), Dutra (2018) e De Lara *et al* (2016). Observamos que essas pautas tiveram um avanço considerável na discussão e execução de ações, proporcionadas pela mídiatização. Possibilitando, dessa forma, maior alcance aos indivíduos e ampliando debates acerca da posição feminina na sociedade que propiciam mudanças nos âmbitos on-line e off-line.

Palavras-chave: Mídia Digital, Feminismo, Mídiatização, Redes Sociais.

Introdução

A forma com que as novas tecnologias vêm se inserindo em nosso cotidiano nas últimas décadas torna a mídia parte fundamental de nossas formas de expressão, opinião e compreensão no mundo em que vivemos. Especialmente em se tratando de questões políticas. Através dos usos proporcionados pelas redes sociais digitais somos capazes de nos posicionar politicamente e enfatizar as demandas comunicadas por causas e movimentos sociais, como na busca por emancipação feminina e justiça social dentro do feminismo.

É possível observar um processo de mídiatização ocorrendo no consumo e costumes dos indivíduos, remetendo à proximidade entre nossas práticas sociais e as dinâmicas midiáticas que causam uma profunda presença da mídia no dia a dia (FAUSTO NETO, 2018). Comunicar-se é algo inerente às nossas vidas. Assim, quando nos questionamos a respeito das ações antes exercidas em espaços físicos, percebemos que muitas delas hoje ocorrem também em espaços

¹ Trabalho apresentado no GT História da Mídia Digital, integrante do XIII Encontro Nacional de História da Mídia.

² Relações Públicas pela UFSM. Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM. Email: isasevero@gmail.com

³ Publicitária pela UFN. Especialista em Gênero pela UFSM. Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM. Email: camilaferrari@gmail.com

virtuais. Como aquelas realizadas pelos movimentos sociais, que passam a ser impulsionadas no meio on-line por intermédio de redes sociais.

É possível observar, portanto, que nas últimas décadas o feminismo, como queremos tratar aqui, vem ganhando cada vez mais espaço em plataformas digitais, ampliando suas ações para além das ruas. Pensando nisso, este artigo visa discutir e refletir sobre a forma com que o movimento feminista contemporâneo foi impulsionado pela midiaticização, através da articulação crescente entre as redes sociais digitais e a vida dos sujeitos midiaticizados nas sociedades atuais.

Para isso, situamos o trabalho em dois eixos principais: a definição do conceito de midiaticização e sua relação com as redes sociais digitais, a partir de Stig Hjarvard (2012), Luís Mauro Martino (2018), Antonio Fausto Neto (2018) Christine Hine (2016) e Manuel Castells (2015). Para Hjarvard (2012), a midiaticização refere-se aos processos pelos quais a cultura e a sociedade tornam-se cada vez mais dependentes dos meios de comunicação a ponto de a lógica midiática estar inserida nas práticas culturais e sociais, influenciando-as. Martino (2018) complementa isso, ao afirmar que o conceito de midiaticização surge para superar uma dualidade entre mídia e sociedade, pois não é mais possível abordar a relação entre as duas sem o termo. E ainda, Fausto Neto (2018) cita que o conceito de midiaticização define-se pela sua correspondência com o estágio atual da sociedade em que vivemos e pelo acesso ao conhecimento, à cultura e às instituições que a internet trouxe.

Em segundo momento, é abordado o movimento feminista e o papel da mídia em seu desenvolvimento em nossa época através dos meios digitais, com o apoio de autoras como Zeila Dutra (2018), Ana Carolina Escosteguy (2018) e Bruna de Lara et al (2016). Buscando ampliar o alcance de mulheres tanto sensibilizadas quanto guiando as discussões, o feminismo como movimento político e social se mantém em constante transformação tal qual as tecnologias da informação que se entremeiam também às relações sociais (DUTRA, 2018). A associação entre ambos pode propulsionar a expansão de movimentos e ações que se tornam fenômenos ativistas que vêm crescendo no Brasil nas últimas décadas, incentivando mudança social e a demanda por direitos femininos (ESCOSTEGUY, 2018).

É para essas possibilidades que esse artigo direciona seu olhar, no sentido de destacar as formas como os processos proporcionados pela midiaticização podem ser entendidos enquanto aliados da propulsão e popularização do movimento feminista no Brasil contemporaneamente. Essa ação pode ser vista de forma bastante positiva quando entendemos que, quando as propostas

de emancipação feminina chegam a cada vez mais sujeitos, alguns passos são dados na direção de uma sociedade menos desigual⁴.

Midiatização e Redes Digitais

Processos como a midiatização e o advento das tecnologias virtuais na vida dos sujeitos agem, cada vez mais, nos processos das interações sociais. Hoje existem movimentos políticos, culturais, comunicacionais e etc que se formam, quase que integralmente, graças às possibilidades oferecidas por essa realidade. As plataformas de redes sociais, por exemplo, se configuram como espaços que propiciam a organização, a integração e a propagação de mensagens de uma forma inédita. E, assim, se torna pertinente observar esses acontecimentos e pontuar a sua importância em relação não só às vivências on-line, mas também ao que se passa no mundo como um todo. Ou seja: essas movimentações reverberam além do âmbito on-line e, de formas muito significativas, acabam tendo resultados importantes para as nossas vivências enquanto sujeitos globalizados. Exemplo disso são os movimentos políticos e sociais que, com o advento da internet e das mídias digitais, se revolucionaram, passando por uma transição intimamente relacionada à formação de articulações a partir do âmbito virtual.

Tudo isso se encaixa dentro de um contexto amplo: a midiatização. O conceito foi cunhado na década de 1980 por Eliseo Verón e corresponde hoje ao nosso estágio societário, caracterizado pelo uso da internet e o acesso possibilitado ao conhecimento, à cultura e as às instituições, e ao entrelaçamento de práticas sociais permeadas por dinâmicas midiáticas (FAUSTO NETO, 2018). A passagem do termo de palavra a conceito foi visível a partir de uma problematização de sua definição, que em grande parte dos casos mantém-se como um sinônimo de “presença da mídia” ou “presença na mídia”. Assim, o processo de midiatização também está ligado às perspectivas dos meios de comunicação, tradicionais ou digitais, que facilitam a adaptação de instâncias sociais nos processos midiáticos (MARTINO, 2018). A complexidade da midiatização, portanto, afeta todos os setores e relações da vida cotidiana (VERÓN, 1997 apud FAUSTO NETO, 2018).

A ideia da midiatização elimina a proposição epistemológica de uma lacuna entre mídia e sociedade "substituindo as intersecções e/ou articulações entre espaços isolados pela transformação de mídias, indivíduos e instituições entendidos como parte de um todo do qual não é possível separar uma das partes" (MARTINO, 2018, p.229). O que significa dizer que, cada vez

⁴ Isso, é claro, entendendo que existem ainda diversas demandas que não são atendidas nesse momento e que devem ser abordadas com o devido fôlego. Este trabalho se dedica a abordar uma determinada parcela dessa questão, sem que se intencione detalhar problemáticas que são complexas e não seriam mencionadas de forma adequada em uma pesquisa de execução limitada e direcionada.

mais, as vidas dos sujeitos contemporâneos passam a ser permeadas por problemáticas que rondam ambas as questões - on-line e off-line - de forma interligada. Diante disso, a midiaticização em si própria é “caracterizada por um desenvolvimento bilateral, no qual a mídia se tornou institucionalizada dentro de outros domínios sociais, ao mesmo tempo em que adquiriu o status de instituição social em si mesma” (HJARVARD, 2014, p.26).

É importante destacar que isso se amplia às demais instituições da sociedade, em que a mídia exerce um forte papel nas práticas constitutivas, como a vida familiar, política, escolar e profissional. Há uma virtualização das instituições pelo fato de as mídias digitais estarem trazendo essas novas formas de viver o cotidiano e o social (HJARVARD, 2014). Como exemplo, destacamos que até mesmo em espaços criados com o propósito de moderar o consumo midiático e opor-se aos excessos presentes em nossa sociedade, tal como as chamadas ecovilas, a mídia se faz presente e necessária (RONSINI, 2019). Consideradas comunidades intencionais, as ecovilas são caracterizadas por serem locais afastados dos centros urbanos, visando um modo de vida sustentável e de cooperação, com uso midiático moderado. No entanto, também podemos perceber a mídia, e a internet num geral, como essencial para o sustento dessas comunidades. Uma vez que, apesar do distanciamento, é pelas redes sociais digitais que essas oferecem cursos e programas que auxiliam na sua economia, por exemplo. Utilizando, portanto, as tecnologias como aliadas.

Nesse sentido, Martino (2018, p. 231) afirma que a mídia “além de ocupar um lugar de destaque no espaço social, é diretamente responsável por algumas de suas transformações”. A partir desse viés, o autor ainda coloca então que, o conceito de midiaticização pode ser um instrumento metodológico para relacionar as intersecções entre instituições e meios de comunicação. Com base nisso, entende-se que midiaticização é, conseqüentemente, um processo resultante do uso progressivo dos dispositivos de mídia por parte da sociedade. Entretanto, ele ainda salienta que as mudanças provocadas por este processo não devem ser entendidas apenas como um encadeamento estimulado pela presença da mídia:

Ao invés disso, deveríamos entender a mudança social e cultural como uma transição de uma configuração de influências institucionais dentro de um domínio particular para uma configuração diferente que muda o equilíbrio de poderes entre as instituições em questão, e talvez introduza novos recursos e regras institucionais em um domínio. (HJARVARD, 2014, p.37)

Deve-se, assim, examinar essas novas formas comunicacionais e entrelaçamentos com atenção, sendo que fatos e discursos surgem nas plataformas da midiaticização, circulando e podendo criar novos debates e perspectivas (FAUSTO NETO, 2018).

Diante de todo o exposto, se torna interessante discutir rapidamente também assuntos provenientes de abordagens vinculadas à temática da cultura digital, da sociedade em rede e da posição que as mídias sociais ocupam nesse cenário, especialmente pelo espaço que a internet lhes confere dentro das instituições. Nesse sentido, Manuel Castells (2015) coloca que a difusão da internet, que ocorreu em meados dos anos 1990, e cresceu exponencialmente até hoje, resultou da combinação de três fatores: o primeiro é a descoberta da grande rede de computadores, por Tim Berners-Lee. O segundo é a "mudança institucional no gerenciamento da internet, mantendo-a sob o gerenciamento frouxo da comunidade mundial da internet, mas privatizando-a, e permitindo tanto usos comerciais quanto corporativos" e, por fim, "as grandes mudanças no comportamento cultural e social: individuação e interligação" (CASTELLS, 2015, p.36).

A ideia de que "a sociedade em rede é construída em torno de redes pessoais e organizacionais movidas por redes digitais e comunicadas através da internet e de outras redes de computadores" (CASTELLS, 2015, p.37) acaba tomando uma posição bastante importante nesse contexto. Por este ângulo, as redes sociais vem se tornando "plataformas para todos os tipos de atividades, não só para relações de amizade ou bate-papo, mas para distribuição de marketing, *e-commerce*, educação, criatividade cultural, mídia e entretenimento" (CASTELLS, 2015, p.40). O que, naturalmente, corrobora as proposições de Hjarvard (2014) e Martino (2018) a respeito das teorias de midiaticização em relação à onipresença das mídias sociais digitais no dia-a-dia dos sujeitos contemporâneos.

Propondo questões que vão ao encontro do supracitado, Christine Hine (2016), pontua que são os três aspectos fundamentais para a internet nos dias de hoje: ela está incorporada à vida comum, é corporificada e assume uma posição cotidiana aos sujeitos. A sua incorporação em nossas vidas está relacionada ao fato de que "usamos a internet de uma forma despercebida para fazer nossas atividades diárias [...] conectando espaços on-line e off-line de formas complexas" (HINE, 2016, p.15). Não existe mais uma separação clara entre esses espaços. Ou seja, cada vez mais as tecnologias digitais se tornam uma parte inerente da vida dos sujeitos, abandonando a posição de esfera separada da existência cotidiana. Então, o surgimento das redes sociais digitais provocou uma forte guinada no cenário mundial, alterando as formas como nos relacionamos, produzimos e consumimos conteúdos midiáticos, nos relacionamos com a política, e muito mais.

Percebemos, a partir disso, que diversos movimentos sociais como, por exemplo, o feminismo, vem utilizando os meios digitais como espaço de expansão e mobilização e, com isso, é inegável a importância que toma a proposição de observar essa realidade com mais atenção. "As novas formas de articulação social mediadas pelas redes sociais digitais têm possibilitado um novo

formato de ativismo", e nesse cenário, "a internet estabelece-se como um espaço de disseminação, organização e mobilização da ação coletiva" (MIGUEL, MARX, ARNDT, 2020, p.12). Essas ações, principalmente devido ao fato de ocorrerem em um ambiente tão múltiplo quanto a internet, acabam tendo a oportunidade de se propagarem de forma global e, nesse cenário, notamos que no âmbito brasileiro contemporâneo isso não é diferente: aqui temos uma grande incidência de manifestações, movimentos e articulações que se dão nesse contexto. E é justamente nesse momento que percebemos um dos principais diferenciais que a internet possui quando falamos a respeito da propagação de movimentações sociopolíticas. Bruna De Lara (*et al*, 2016) explica que ainda que as informações produzidas no meio virtual, especialmente nas redes sociais, não sejam tão aprofundadas,

textos enxutos chamam mais atenção do que longos escritos, e o conteúdo em forma de imagens e vídeos é mais valorizado. Mesmo fora das redes sociais, como em colunas e blogs, preferem-se textos mais informais. É muito improvável que uma pessoa que está navegando pelas redes sociais queira parar para ler um artigo acadêmico de vinte páginas sobre o feminismo, não é? Porém, essa mesma pessoa estará disposta a assistir a um vídeo, a ver uma imagem ou a ler um texto menor que lhe interesse. Sendo assim, alguém que nunca tenha tido contato com o feminismo passa a tê-lo (DE LARA, *et al*, 2016, posição 134).

Essa é uma das razões que destacamos para justificar a importância de estudarmos os desdobramentos das pautas de movimentos sociais, como é o caso do feminismo, dentro das redes sociais. Isso ganha uma importância também no sentido de valorizar esses debates e compreender que, é a partir dessas vivências que muitas pessoas passam a ter acesso ao movimento e, conseqüentemente, ao início de sua emancipação enquanto indivíduos. Sendo, conforme pontuam Miguel, Marx, Arndt (2020), a internet um ambiente que passou a ser apropriado pelo feminismo como um espaço para a propagação das suas pautas.

Feminismo nas Redes

Quando falamos sobre as possibilidades existentes para o feminismo dentro do âmbito das redes sociais, Gabriela Ferreira e João Vicente Lima (2020, p.2273) contam que inicialmente as "redes sociais feministas foram constituída por meio da presença física e uma interação baseada em tecnologia analógica e eletrônica, como troca de cartas, produção de cartazes, telefonia, produção de jornais, fanzines e materiais gráficos impressos". Portanto, contemporaneamente, "na internet, encontra-se uma nova possibilidade de rede social – eletrônica e, posteriormente, digital" (FERREIRA, LIMA, 2020, p.2273). Essa percepção denuncia algo que há muito tempo vem se construindo e passa a tomar um espaço cada vez mais preponderante em nossa realidade:

a formação de uma movimentação cultural que está formada a partir das interações vinculadas ao ambiente digital.

Sendo "o feminismo, um movimento político e social, em constante transformação, assim, como as novas tecnologias da informação" (DUTRA, 2018, p.20), essas mutações se vinculam principalmente às transformações no tecido das relações interpessoais. Conforme já mencionado neste trabalho, as relações que são mediadas por dispositivos eletrônicos tecnológicos como, por exemplo, computadores e celulares, ganham cada vez mais força e importância em um mundo globalizado, e se constituem, principalmente, a partir do que chamamos hoje de redes sociais. Essas novas formas de relacionamento interpessoal reverberam, naturalmente, em novas configurações do tecido social. E, dito isto, notamos que há uma grande potência em observar essas questões mais de perto e, no caso deste artigo, a partir de um olhar voltado para as transformações vivenciadas pelo feminismo nesse contexto.

Para Ana Carolina Escosteguy (2018, p.23), "movimentos, organizações e coletivos feministas se expandiram consideravelmente na sociedade contemporânea como um todo. Fenômeno muito visível, também, no Brasil". Zeila Dutra (2018, p.3) corrobora este pensamento, e pontua que "o envolvimento das mulheres, o uso das novas tecnologias da informação (TIC 's), para o ativismo, aumentou na última década e em relação às pesquisas realizadas no início dos anos 2000". Segundo uma pesquisa da Fundação Perseu Abramo, realizada em 2010, e exposta por Escosteguy (2018), houve um aumento de 21% para 31% nos 10 anos anteriores à pesquisa, no número de brasileiras que se consideram feministas. Portanto, já à época, as redes sociais seriam as grandes responsáveis pela constituição de um espaço de articulação feminista. Mais recentemente, em pesquisa feita em âmbito nacional pelo instituto Datafolha⁵ em 2019, temos os resultados da inserção e popularização on-line no movimento feminista: 38% das respondentes com 16 anos ou mais se consideraram feministas. Um aumento de cerca de 8% em relação à pesquisa da Fundação Perseu Abramo realizada em 2010 (ESCOSTEGUY, 2018). Isso mostra que, ainda que diante de dificuldades socioeconômicas⁶, a popularização dos espaços on-line possibilitou que o feminismo chegasse em lugares e pessoas que, sem o virtual, não chegaria.

⁵<<https://dossies.agenciapatriagalvao.org.br/dados-e-fontes/pesquisa/feminismo-e-violencia-contra-a-mulher-datafolha-2019/>> Acesso em 11 de maio de 2021.

⁶ Segundo a Pnad Continua TIC 2018, divulgada em abril de 2020 pelo IBGE, 25,3% dos brasileiros não têm acesso à internet, isso representa cerca de 46 milhões de brasileiros. Além disso, quase metade de quem não têm acesso à rede (41,6%) não o faz por não saber usar. Ainda, 11,8% dos entrevistados dizem que o serviço de acesso à internet é caro. (TOKARNIA, 2020).

Na última década podemos perceber, portanto, um crescimento significativo dos movimentos sociais e políticos que têm a internet como pano de fundo principal. O que ajuda a levantar essas pautas para cada vez mais pessoas, colaborando com uma maior universalização do movimento, permitindo que sujeitos que provavelmente não teriam contato com o ele de outra forma, o façam através das redes. Todas essas movimentações feministas contemporâneas que vivenciamos nos últimos anos,

produzem uma diversidade de narrativas que se contrapõem aos valores dominantes e à representações estereotipadas, fortalecem o pluralismo num cenário midiático excessivamente conservador pressionando por políticas públicas para atenuar as desigualdades de gênero, pela eliminação das discriminações contra a mulher e demais identidades não-hegemônicas e contribuindo para uma política mais democrática. (ESCOSTEGUY, 2018, p.24).

Essas ações virtuais se dão ao redor de todo o globo, de formas variadas, abordando diversas pautas, como é o caso, por exemplo, da Marcha das Vadias, que teve seus momentos iniciais no Canadá e, rapidamente ganhou destaque global graças às possibilidades oferecidas pelo universo das redes sociais (TOMAZETTI, 2015).

É interessante pontuar, entretanto, que este engajamento virtual não se limita ao âmbito das redes. As organizações que se dão no âmbito das plataformas de mídias digitais servem, na grande maioria do tempo, como acessórias às lutas que se dão no âmbito off-line. Dutra (2018, p.31) corrobora este pensamento, e afirma que essas experiências que se dão no ciberespaço são importantes "não só em um engajamento virtual, mas o deslocamento para o mundo real, propondo mudanças concretas, através do debate que se instalou, falando sobre o feminismo, o ativismo e a tecnologia". A seguir, pretendemos fazer uma breve reflexão de como o feminismo se desenvolveu no âmbito on-line no Brasil na última década, através de um apanhado geral dos principais movimentos feministas que tiveram a internet e as redes sociais como seus propulsores principais.

Os desdobramentos contemporâneos do movimento feminista no Brasil

O domínio do ciberespaço de modo mais geral acontece de forma tardia na América Latina num todo, e mais especificamente no Brasil, quando comparamos este cenário a outros países do mundo, como os no Norte Global (DUTRA, 2018). Entretanto, em detrimento desta realidade, que é permeada por diversas problemáticas sociais, é sim através da internet que se concretiza a exploração das novas tecnologias pelas feministas brasileiras. É, então, a partir de 2010 que aconteceram campanhas significativas no Brasil encabeçadas por páginas e coletivos feministas. Nesse momento, se consolida também a formação de uma nova identidade da luta feminista. Esse

momento hoje pode ser chamado de Primavera Feminista e, é possível ser entendido também enquanto uma formação da quarta onda do movimento feminista brasileiro (DUTRA, 2018).

O ciberespaço permite que as mulheres se fortaleçam, identifiquem e organizem de uma forma jamais vista, permitindo que um novo caminho, mais plural e democrático, seja formado dentro do movimento. Isso tudo a partir da desconstrução de inúmeros estereótipos e padrões que foram instituídos socialmente a respeito das posições, atribuições e deveres femininos⁷. "No tocante ao cyberfeminismo enquanto movimento social, esse consegue ressignificar elementos do feminismo a partir das novas tecnologias e dos espaços ocupados pelas mulheres" (DUTRA, 2018, p.25).

Reconhecendo que "o uso das redes foi o pilar para articulação dos movimentos ativistas em todo o país", destacamos que o "feminismo se apropriou [do uso] da hashtag e a tornou um símbolo de resistência e militância do ativismo dentro das redes sociais" (DE OLIVEIRA, DUARTE, DE CARVALHO, 2019, p.15). Portanto, o que hoje chamamos no Brasil de quarta onda feminista é um momento que se vincula, inicialmente, com o surgimento Marcha das Vadias, em meados do ano de 2011. A primeira Marcha das Vadias ocorreu em 2011, no Canadá, em resposta à conduta de um policial que afirmou, quando indagado sobre o número de estupros contra as mulheres, que a origem deles ocorria porque elas se vestiam como vadias. A partir de um ato de protesto contra o discurso do policial, o movimento internacionalizou-se com comunicação em rede e solidariedade (TOMAZETTI, 2015).

As manifestações, apoiadas pela força das redes sociais, se espalharam por vários países, defendendo como principal bandeira a liberdade do corpo da mulher. Rapidamente o movimento se espalhou nos meios on-line e off-line e, no âmbito brasileiro, as Marchas que aconteceram pautaram principalmente a importância do fim da violência sexual contra as mulheres, bem como a luta pelo direito de liberdade e autonomia das mulheres sobre seus corpos. O espaço on-line ocupado pelo movimento ganhou destaque principalmente no *Facebook*, onde se constituíram páginas e grupos de organização coletiva⁸. (TOMAZETTI, 2015; MIGUEL, MARX, ARNDT, 2020).

Essa mistura das fronteiras entre os âmbitos on-line e off-line, que ocorre por meio da internet, "favorece a construção de redes feministas transnacionais de forma on-line ou off-line, o que permite reivindicar direitos, convocar, articular e expor a indignação" (FERREIRA, LIMA, 2020,

⁷ Devemos destacar que o que ocorreu a partir da década de 2010 são grandes avanços em relação a essa problemática, entretanto ainda enfrentamos outros desafios que não foram sanados nesse período e em nenhum outro que o sucedeu.

⁸ Temos alguns exemplos, com as páginas do coletivo no *Facebook* das cidades de São Paulo <<https://www.facebook.com/MarchaDasVadiasSP/>>, Belo Horizonte, <<https://www.facebook.com/marchadasvadias/>> Brasília <<https://www.facebook.com/marchadasvadiasdf/>> e Santa Maria <<https://www.facebook.com/MarchaDasVadiasSM/>>. Acesso em 26 de março de 2021.

p.2274). Neste contexto, se torna importante pontuar que as plataformas digitais como os *websites* e redes sociais, "têm constituído importantes ferramentas para organização dessas manifestações" (MIGUEL, MARX, ARNDT, 2020, p.123). Por conseguinte, temos outros eventos que sucederam o movimento Marcha das Vadias e que acabam reverberando nessa mesma lógica que mescla os âmbitos on-line e off-line. "Tais transformações, por sua vez, é que vão caracterizar este novo período do feminismo brasileiro – em articulação com os feminismos de outras partes do globo – como uma quarta onda" (MIGUEL, MARX, ARNDT, 2020, p.123).

Dentre eles, tem-se o movimento "Chega de Fiu Fiu"⁹, lançado pela página do coletivo *Think Olga*¹⁰, que surgiu em 2013, e visa mapear as cidades e os pontos que apresentam maior risco de assédio às mulheres. Essa campanha surgiu no on-line e acabou reverberando nas vivências off-line das mulheres quando, finalmente em 2014, foi lançado um mapa interativo, que localizava os pontos com maior incidência de assédio às mulheres (MIGUEL, MARX, ARNDT, 2020), e também uma cartilha¹¹ que visava ajudar as mulheres a denunciarem e lidarem com o assédio sexual da melhor forma possível. Hoje o mapa não está mais disponível, mas o movimento ainda possui algumas páginas nas redes sociais, como por exemplo no *Facebook*¹² que ainda conta com 66.484 mil *likes*. Além disso, no ano de 2018 foi lançado um filme¹³ que aborda essa temática. Na obra, através de imagens coletadas com câmeras escondidas, o dia a dia de três mulheres é utilizado para demonstrar como a violência de gênero é constantemente praticada no espaço urbano. O filme surgiu a partir da inspiração das duas diretoras Amanda Kamanchek Lemos e Fernanda Frazão no movimento encabeçado por Juliana de Faria, criadora principal da #ChegaDeFiuFiu¹⁴.

No ano seguinte, em 2014, surgiu também a *hashtag* #NãoMereçoSerEstuprada. A movimentação nasceu a partir das ações da jornalista Nana Queiroz, a partir da percepção em relação aos resultados de uma pesquisa do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), intitulada "Tolerância social à violência contra as mulheres¹⁵", que abordava a tolerância à violência contra as mulheres. Dentre os dados, a informação que gerou maior polêmica nas redes

⁹ <<https://thinkolga.com/projetos/chega-de-fiu-fiu/>> Acesso em 26 de março de 2021.

¹⁰ <<https://thinkolga.com/>> Acesso em 26 de março de 2021.

¹¹ <https://thinkolga.com/wp-content/uploads/2020/04/ThinkOlga_Cartilha-Assedio.pdf> Acesso em 26 de março de 2021.

¹² <<https://www.facebook.com/chegadefiufiu/>> Acesso em 24 de março de 2021.

¹³ Atualmente o filme está disponível no Globo Play, canal de *Streaming* da Rede Globo.

<<https://globoplay.globo.com/chega-de-fiu-fiu/t/2kKvfzVyR/>> Acesso em 26 de março de 2021.

¹⁴ <https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2018/05/27/interna_diversao_arte,683544/docu mentario-chega-de-fiu-fiu.shtml> Acesso em 12 de maio de 2021.

¹⁵ <https://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/SIPS/140327_sips_violencia_mulheres.pdf> Acesso em 12 de maio de 2021.

sociais, indicava que 65%¹⁶ dos entrevistados concordavam que mulheres que usam roupas que mostram o corpo, mereciam ser violentadas. No dia 28 de abril daquele ano, Nana postou no *Facebook* uma foto com os dizeres “não mereço ser estuprada” escritos em seus braços¹⁷. Assim, ela dá o pontapé inicial para a campanha intitulada “Não mereço ser estuprada”, onde convidava pessoas a postarem suas fotos acompanhadas da frase temática (COELHO, BORTOLON, 2016; BORTOLON, *et al*, 2015). A jornalista recebeu o apoio, inclusive, da então Presidenta do Brasil, Dilma Rousseff¹⁸. Ela ofereceu solidariedade e respeito à jornalista através de um *post* em sua conta pessoal do *Twitter*.

Pouco tempo depois, em 2015, a campanha #VamosJuntas¹⁹ foi lançada - também no *Facebook*. O movimento surgiu no Rio Grande do Sul a partir da movimentação da jornalista Babi Souza²⁰. A ideia era que as mulheres, ao andarem nas ruas, passassem a oferecer companhia umas às outras. Isso seria uma forma que elas teriam de se proteger em relação às inúmeras violências às quais estão suscetíveis nas ruas, especialmente à noite e em lugares menos movimentados. "Desde então, por meio da hashtag #VamosJuntas, mulheres de todo o Brasil passaram a lançar seus relatos nas redes digitais para contar sobre suas experiências de oferecer companhia a outras mulheres nas ruas" (MIGUEL, MARX, ARNDT, 2020, p.123). Atualmente a página no *Facebook*²¹ é atualizada com pouca frequência, mas conta com 423.121 seguidores, e ainda aborda algumas das pautas vinculadas ao movimento original. Um ano depois do surgimento da campanha, Souza (2016) lança o livro "Vamos juntas?: O Guia Da Sororidade Para Todas", que é descrito como um guia de sororidade para todas as mulheres²².

Ainda em 2015 criou-se também a *hashtag* #MeuAmigoSecreto que, de acordo com o que Bruna de Lara (*et al*, 2016) conta, surgiu no *Twitter* do Coletivo Não me Kahlo²³, a partir de uma construção espontânea e coletiva²⁴. A #MeuAmigoSecreto surgiu inspirada nas festividades de

¹⁶<<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2014-03/maioria-acredita-que-mulher-tem-responsabilidade-em-casos-de-estupro-diz-ipea>> Acesso em 26 de março de 2021.

¹⁷ Na foto ela posa seminua em frente ao Palácio do Planalto.

¹⁸<<https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2014-03/dilma-se-solidariza-com-criadora-da-campanha-nao-mereco-ser-estuprada>> Acesso em 26 de março de 2021.

¹⁹<<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2015/08/movimento-vamos-juntas-une-desconhecidas-contra-violencia.html>> Acesso em 24 de março de 2021.

²⁰<<http://portal.eusoufamecos.net/diplomada-da-famecos-propoe-vamos-juntas/>> Acesso em 25 de março de 2021

²¹<<https://www.facebook.com/ababisouza/>> Acesso em 28 de março de 2021.

²² Na obra ela conta a história da criação do movimento #VamosJuntas e de como ele conquistou apoiadores no país todo, ajudando mulheres a enfrentarem algumas das dificuldades da rotina em um mundo machista e patriarcal

²³<<https://twitter.com/naokahlo>> Acesso em 25 de março de 2021.

²⁴ O Não me Kahlo é um Coletivo feminista que pretende criar, nas plataformas digitais e no âmbito off-line, conteúdos para difundir conhecimento sobre questões de gênero. <<https://naomekahlo.com/>> Acesso em 25 de março de 2021.

fim de ano, em que são tradicionais as dinâmicas de "amigo secreto"²⁵, tradição que se tornou muito comum nos ambientes corporativos e familiares, por exemplo²⁶. Bruna de Lara, membro do Coletivo Não me Kahlo, relembra:

Uma menina reclamava do amigo secreto que havia tirado no sorteio, que não lhe agradava. Inspiradas no formato de seu microrrelato, resolvemos fazer uma série de tweets que trouxessem uma perspectiva feminista à situação. [...] O primeiro tweet que publicamos foi “Meu amigo secreto diz que aborto é assassinato, mas pediu pra namorada abortar quando engravidou”. [...] Imediatamente após a publicação dos tweets, nossas seguidoras começaram a nos mandar as próprias histórias. Depois, postamos um desses tweets na nossa página do Facebook e perguntamos: o que vocês fariam para o seu amigo secreto? Recebemos vários comentários seguindo o mesmo formato. Foi apenas no dia seguinte, porém, que ficamos sabendo da dimensão que aquilo havia tomado. Transformaram “meu amigo secreto” em *hashtag* e, por meio dela, milhares de mulheres estavam compartilhando seus relatos, interagindo e se conectando com as histórias umas das outras. (DE LARA, *et al*, 2016, posição 155)

Essa foi mais uma forma que as mulheres passaram a ter, através do meio on-line, de denunciar situações cotidianas que as deixavam desconfortáveis ou, até mesmo, feriam seus direitos. Sendo, portanto, mais uma forma que o feminismo, e suas pautas, possuíam, à época, de chegar nas pessoas.

Outro movimento criado em 2015²⁷, que se originou no off-line e acabou reverberando no on-line foi a *hashtag* #MulheresContraCunha. Em outubro de 2015, a Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJ) da Câmara dos Deputados aprovou o Projeto de Lei 5069/13, de autoria do então presidente da Câmara, Eduardo Cunha. O Projeto interferia na Lei 12.845/13, a Lei de Atendimento às Vítimas de Violência Sexual, e pretendia, principalmente, limitar o acesso à interrupção de gestação através do Sistema Único de Saúde (SUS) em casos nos quais a prática já era legalizada, além de colocar em perigo também a legalização da Pílula do Dia Seguinte.

Como resposta, inicialmente foi criada a campanha virtual ‘Pílula fica, Cunha Sai’. Mais tarde, as organizadoras da campanha convocaram uma marcha de mulheres contra os posicionamentos de Cunha e o texto da PL em frente à ALERJ (Assembléia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro). A campanha que ganhou o nome de ‘Mulheres Contra Cunha’, aliou a organização via redes sociais à estratégia de rua, e angariou um grande apoio nas redes sociais a nível nacional,

²⁵A brincadeira consiste em que cada participante sorteie um nome dentre os participantes, e este não deve contar para ninguém quem foi o sorteado, e a ideia é que o segredo seja revelado no momento da entrega dos presentes.

²⁶Começou-se a notar um grande número de mulheres desconfortáveis com a possibilidade da brincadeira, uma vez que seu "amigo secreto" poderia vir a ser algum colega ou parente nem tão agradável assim.

²⁷"A campanha integra o cenário que ficou conhecido como Primavera Feminista de 2015, em alusão à onda de protestos da Primavera Árabe em 2011, onde a questão central girava em torno da insatisfação de diversos cidadãos do Oriente Médio com os governos em vigência. A Primavera Árabe chamou a atenção do mundo especialmente por conta do expansivo uso das novas tecnologias de informação e comunicação (nTICs), que possibilitou que os grupos ativistas criassem seus próprios meios de comunicação paralelos aos meios de mídia operados pelo Estado" (COELHO; BORTOLON, 2016)

produzindo assim a *hashtag* e o movimento Mulheres Contra Cunha²⁸ (COELHO, BORTOLON, 2016). Conforme afirmam Ana Paula Coelho e Bianca Bortolon (2016, p.1), "#MulheresContraCunha reuniu militantes, feministas e vários setores sociais em uma luta que se converteu contra as diversas práticas conservadoras do deputado".

Mais tarde, em 2018, outro movimento que ganhou destaque nacional de forma muito significativa foi o movimento #EleNão. A iniciativa começou dentro do grupo de *Facebook* "Mulheres Unidas Contra Bolsonaro", que chegou a reunir mais 3,8 milhões de membros, em oposição ao então candidato à presidência, Jair Bolsonaro. Bolsonaro - hoje presidente do Brasil - já à época, era envolvido em muitas polêmicas, e autor de falas machistas, racistas e misóginas²⁹. Em forma de protesto às suas falas e posicionamentos, e também como manifestação contrária à sua candidatura e possível eleição, em outubro de 2018, perto do primeiro turno das eleições brasileiras³⁰, milhares de mulheres de todo o Brasil, e de diversos países do mundo, foram às ruas, mobilizadas pela campanha #EleNão. (MIGUEL, MARX, ARNDT, 2020). As manifestações ocorreram em mais de 110 cidades do Brasil e de outros locais do mundo. "Para especialistas do movimento feminista brasileiro, #EleNão foi a maior manifestação de mulheres da história do país, que chegou a levar mais de 100 mil pessoas às ruas" (MIGUEL, MARX, ARNDT, 2020, p.127).

Diante desses, e de tantos outros movimentos feministas e compõe esse cenário³¹, percebemos que cada vez mais o feminismo "se populariza, ganhando destaque e espaço no mundo digital e nas ruas" (MIGUEL, MARX, ARNDT, 2020, p.126). Assim, somos capazes de perceber que, cada vez mais, o "ciberespaço oferece uma alternativa aos espaços off-line, através de um acesso facilitado, considerando a concentração territorial de oportunidade e as barreiras geográficas". (MIGUEL, MARX, ARNDT, 2020, p.125). Diante desse contexto que nos mostra o papel do feminismo nas lutas sociais vinculadas ao universo digital, percebemos a importância que a internet e, mais precisamente, as redes sociais vem adquirindo para a abordagem de pautas que possuem as questões feministas e de gênero como centrais.

²⁸ <<https://www.facebook.com/mulherescontrac/>> Acesso em 25 de março de 2021.

²⁹ <<https://www.cartacapital.com.br/politica/bolsonaro-em-25-frases-polemicas/>> Acesso em 25 de março de 2021.

³⁰ "Apesar de sua importância histórica, a manifestação não foi suficiente para impedir a vitória de Jair Bolsonaro. Desde sua posse ele vem exercendo uma governança pautada em uma agenda neoliberal, por meio de ações que precarizam as relações de trabalho, desvalorizam os direitos humanos e invisibilizam as minorias. Contexto que, por sua vez, exige da mobilização de mulheres uma participação cada vez mais atuante e articulada, deixando evidente que os feminismos brasileiros seguem vivos e necessários nos enfrentamentos ao conservadorismo brasileiro". (MIGUEL, MARX, ARNDT, 2020, p.127)

³¹ Como por exemplo as campanhas #AgoraÉQueSãoElas e #MeuPrimeiroAssédio, que também são parte desta construção feminista no âmbito virtual.

Considerações Finais

A discussão presente neste artigo buscou refletir acerca da forma com que o movimento feminista contemporâneo foi impulsionado pela midiaticização, através da articulação crescente entre as redes sociais digitais e a vida dos sujeitos imersos em nossa sociedade. Isto posto, percebemos a importância da mídia e das redes sociais digitais para o feminismo a partir do momento que permitem voz às mulheres, que expressam demandas, exigem direitos e disseminam protestos contra injustiças por meio de inúmeras ações promovidas com *hashtags* e compartilhamento de informações. Observamos que isso auxiliou no impulsionar de temas feministas e colocou em pauta acontecimentos que, de outra forma, não teriam recebido tamanha atenção e oportunidade de resolução na mídia tradicional.

Assim, a midiaticização na vida dos sujeitos trouxe o poder de elevar a abrangência de suas discussões e ampliar seu alcance, sensibilizando diferentes indivíduos e nesse caso, mulheres de diferentes classes, etnias, localidades e realidades e convidando-as à dialogar e debater sobre a sociedade, sua cultura e sistemas de dominação em ambientes midiaticizados. Isso proporcionou uma maior lucidez sobre a opressão sofrida pelos corpos femininos e portanto, uma maior busca por soluções e formas de romper com as práticas sociais e sexuais que contribuem para tal.

Apesar disso, reconhece-se que houveram temáticas não abordadas pelos movimentos mencionados, como detalhes relacionados à racialidade e decolonialidade. Contudo, nosso objetivo era tratar sobre como a midiaticização auxiliou a impulsionar o movimento feminista a partir da década de 2010, na chamada Primavera Feminista no Brasil. Não excluimos a importância desses temas, tampouco pretendemos esgotar aqui o debate, abrindo espaço para que futuramente sejam incluídos e seus pontos de vista e para tanto destacados. Afinal, o feminismo deve servir a todas as mulheres e as redes digitais como uma ferramenta para que se façam presentes. O que buscamos elucidar nesse artigo é, sobretudo, as possibilidades oferecidas pelas plataformas digitais que, se bem utilizadas, podem ser vistas como aliadas da propulsão do movimento feminista contemporâneo.

Referências Bibliográficas

BORTOLON, Bianca; MALINI, Marianne; MALINI, Fábio. Gênero e ativismo online: um estudo de caso da campanha não mereço ser estuprada no Facebook. In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2015.

CASTELLS, Manuel. O poder da comunicação. São Paulo: Paz e Terra, 2015. p. 19-56.



COELHO, Ana Paula; BORTOLON, Bianca. Mulheres Contra Cunha, Feminismo E Democracia: Do Privado Ao Público, Entre As Redes E As Ruas: Análise Do Mulheres Contra Cunha No Twitter. IX Simpósio Nacional ABCiber; PUC, São Paulo. 2016.

DE LARA, Bruna; RANGEL, Bruna; MOURA, Gabriela; BARIONI, Paola; MALAQUIAS, Thaysa. #MeuAmigoSecreto [recurso eletrônico, edição Kindle]: Feminismo além das redes / [Não Me Kahlo] - 1. ed. - Rio de Janeiro : Edições de Janeiro, 2016.

DE OLIVEIRA GOMES, Marisa; DUARTE, Éliisa Tavares; DE CARVALHO, Michelly Santos. Feminismo e Redes Sociais: Análise da Articulação dos Movimentos Feministas através da Hashtag #EleNão. In: 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2019. Belém - PA, Brasil.

DUTRA, Zeila Aparecida Pereira. A Primavera das mulheres: Ciberfeminismo e os Movimentos Feministas. Revista Feminismos, v. 6, n. 2, 2018.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Apontamentos sobre a formação de uma crítica feminista de mídia no Brasil. In: Gênero, mídia & lutas sociais: percepções críticas e experiências emancipatórias/ Graziela Bianchi, Karina Janz Woitowicz e Paula Melani Rocha (Org.). Ponta Grossa: Ed. UEPG, 2018.

FAUSTO NETO, Antonio. Mediação, midiaticização: conceitos entre trajetórias, biografias e geografias. In: FERREIRA *et al.* **Entre O Que Se Diz E O Que Se Pensa: Onde Está A Midiaticização?**. Santa Maria/RS: FACOS-UFSM, 2018. p. 63-99.

FERREIRA, Gabriela Vilela Palmeira; LIMA, João Vicente Ribeiro Barroso da Costa. Ciberfeminismo: feministas tecem uma nova rede. *Diversitas Journal*, v. 5, n. 3, p. 2263-2296, 2020.

HINE, Christine. Estratégias para etnografia da internet em estudos de mídia. CAMPANELLA, Bruno; BARROS, Carla. Etnografia e consumo midiático: novas tendências e desafios metodológicos. Rio de Janeiro: E-papers, p. 11-27, 2016.

HJARVARD, Stig. Midiaticização: conceituando a mudança social e cultural. **Matrizes**, USP, Ano 5. n. 2, 2014.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Midiaticização, norte e sul: pontuações e delineamentos do conceito na pesquisa brasileira e anglo-saxônica. In: FERREIRA *et al.* **Entre O Que Se Diz E O Que Se Pensa: Onde Está A Midiaticização?**. Santa Maria/RS: FACOS-UFSM, 2018. p. 219-240.

MIGUEL, Raquel de Barros Pinto; MARX, Djenifer Samantha; ARNDT, Gilmar Joanol. Surfando Na Onda Digital: Feminismos Em Rede No Brasil. p. 119-134. 2020. DOI: <https://doi.org/10.22355/exaequo.2020>.

RONSINI, Veneza Mayora. Classes, comunidades intencionais e usos da mídia: esboço teórico para sua articulação. XXVIII Encontro Anual da Compós, 2019. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

TOMAZETTI, Tainan Pauli et al. Movimentos Sociais Em Rede E A Construção De Identidades: A Marcha Das Vadias Sm E A Experiência Do Feminismo Em Redes Comunicação. 2015.