

REDES FEMINISTAS: a potência insurgente das hashtags #ChegadeFiuFiu, #PrimeiroAssédio e #EleNão

FEMINIST NETWORKS:
the insurgent potency of hashtags #ChegadeFiuFiu [No More Catcalls],
#PrimeiroAssédio [First Harassment] and #EleNão [Not Him]

Christine Pires Nelson de Mello

Crítica, curadora e pesquisadora, é autora de *Extremidades do vídeo* (Senac, 2008), coautora de *Tékhe* (MAB, 2010), organizadora e autora de *Extremidades: experimentos críticos* (2017, impresso | 2020, e-book) e de *Extremidades: experimentos críticos 2* (2021, no prelo). É pós-doutora em Artes pela ECA-USP, doutora e mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP e professora da PUC-SP e da FAAP, em São Paulo. É coordenadora do Grupo de Pesquisa *Extremidades: redes audiovisuais, cinema, performance e arte contemporânea*, integrante do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP. É também coordenadora editorial da *Coleção Extremidades* (Editora Estação das Letras e Cores, São Paulo). Como curadora e crítica de arte, trabalhou na Bienal de São Paulo, Videobrasil, Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofia (Madri), Itaú Cultural, Funarte, Laboratorio Arte Alameda (Cidade do México), Paço das Artes, Sesc São Paulo, entre outros.

Geovana Cleni Pagel

Jornalista, atriz e pesquisadora, é editora no Grupo Estadão e já trabalhou em veículos como revista *IstoÉ Dinheiro*, Agência de Notícias Brasil-Árabe (ANBA), TV Educativa de Porto Alegre (TVE/RS), TV Unisinos e Jornal NH. Como atriz, atuou em diversos espetáculos teatrais e é cofundadora da Cia do Pássaro Voo e Teatro. É mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, pesquisa *Redes Feministas* e desde 2018 integra o Grupo de Pesquisa *Extremidades: redes audiovisuais, cinema, performance e arte contemporânea*. Além disso, também participa do lab *eXtremidades*, que tem como objetivo fomentar processos de ativação de estudos, oficinas e encontros abertos ao público relacionados às novas estéticas, às práticas sociais e às produções artísticas multimídia.

RESUMO

As redes sociais apresentam fluxos intensos de novas mediações com os feminismos contemporâneos, permitindo a ressignificação da mulher como

multidão, como rede e como agenciadora da sociedade. Este artigo tem como objetivo defender o conceito de redes feministas, cuja formação confunde-se com o germinar da quarta onda feminista e revela uma complexa teia de mobilização tecida de afetos via meios de comunicação digitais, diversidade de feminismos, adoção da interseccionalidade e organização em forma de coletivos e ONGs. Redes feministas são as ações e conexões em rede que atuam no agenciamento coletivo da multidão e transformam a pluralidade dos sentidos de ser mulher no século XXI. Queremos entender como as redes feministas podem mobilizar indivíduos e grupos de mulheres, transitando entre os ambientes *on-line* e *off-line* (rede e rua), por meio da análise de 20 postagens contendo as hashtags das campanhas #ChegadeFiuFiu (2013) e #PrimeiroAssédio (2015), ambas da ONG *Think Olga*, e do movimento #EleNão (2018) no *Twitter*. A intenção é identificar as diferenças e diálogos estabelecidos entre as campanhas e observar mudanças no plano das experiências nas redes sociais, investigando o papel crescente da internet em contextos de comunicação e mobilização social. Para falar dos conceitos de rede e multidão, o estudo é fundamentado em autores como Manuel Castells, Antonio Negri e Michael Hardt.

PALAVRAS-CHAVE: *Feminismos; Redes sociais; Ativismo digital; Hashtags; Comunicação.*

ABSTRACT

Social networks create intense flows of new mediations with contemporary feminisms, allowing for the re-signification of the woman as multitude, as network and as mediator of society. This article aims to defend the concept of feminist networks, whose formation is confused with the germination of the fourth wave of feminists and reveals a complex web of mobilization woven of affections via digital media, diversity of feminisms, adoption of intersectionality and organization in form of collectives and NGOs. Feminist networks are actions and network connections that act in the collective agency of the crowd and transform the plurality of meanings of being a woman in the 21st century. We want to understand how feminist networks can mobilize individuals and groups of women, moving between online and offline environments (network and street), through the analysis of 20 posts containing the hashtags of the campaigns #ChegadeFiuFiu [No More Catcalls] (2013) and #PrimeiroAssédio [First Harassment] (2015), both from NGO *Think Olga*, and the movement #EleNão [Not Him] (2018) on *Twitter*. Our intention is to identify the differences and dialogues established between the campaigns and observe changes in the experiences on social networks, investigating the growing role of the internet in contexts of communication and social mobilization. The goal is to understand how feminist networks can engage individuals and groups of women, transitioning between online and offline environments (network and street). To talk about the concepts

of network and crowd, the study is based on authors such as Manuel Castells, Antonio Negri and Michael Hardt.

KEYWORDS: *Feminisms; Social networks; Digital activism; Hashtags; Communication.*

RESUMEN

Las redes sociales presentan intensos flujos de nuevas mediaciones con los feminismos contemporáneos, permitiendo la resignificación de la mujer como multitud, como red y como agente de la sociedad. Este artículo tiene como objetivo defender el concepto de redes feministas, cuya formación se confunde con la germinación de la cuarta ola de feministas y revela una compleja trama de movilización tejida de afectos a través de los medios digitales, diversidad de feminismos, adopción de la interseccionalidad y organización en forma de colectivos y ONG. Las redes feministas son acciones y conexiones de red que actúan en la agencia colectiva de la multitud y transforman la pluralidad de significados de ser mujer en el siglo XXI. Queremos entender cómo las redes feministas pueden movilizar a individuos y grupos de mujeres, moviéndose entre entornos online y offline (red y calle), a través del análisis de 20 publicaciones que contienen los hashtags de las campañas #ChegadeFiuFiu (2013) y #PrimeiraAssédio (2015), tanto de la ONG Think Olga, como del movimiento #EleNão (2018) en Twitter. La intención es identificar las diferencias y diálogos que se establecen entre las campañas y observar cambios en el nivel de experiencias en las redes sociales, investigando el creciente papel de internet en contextos de comunicación y movilización social. Para hablar de los conceptos de red y multitud, el estudio se basa en autores como Manuel Castells, Antonio Negri y Michael Hardt.

PALABRAS CLAVE: *Feminismos; Redes sociales; Activismo digital; Etiquetas; Communication.*

Submetido em 29 de Agosto de 2020

Aceito em 20 de Abril de 2021

Introdução

Pesquisar o movimento feminista na contemporaneidade é um trabalho urgente, instável e limítrofe, pois necessita, o tempo todo, de desconstrução e ressignificação do lugar da mulher na sociedade. Uma situação urgente no

movimento feminista atual é o aumento exponencial dos casos de feminicídio, da violência doméstica e do escancaramento da dupla ou tripla jornada de trabalho que sobrecarrega e adocece as mulheres. Vivemos situações instáveis e limítrofes todos os dias, assim como polarizações de toda ordem, que colocam mais uma camada de tensionamento sobre o fenômeno. O que vemos no século XXI é a ressignificação da mulher como rede, como multidão e como agenciadora da sociedade.

Antes de mais nada, é preciso entender o contexto de formação e atuação das redes feministas. A era da informação, também conhecida como era digital ou era tecnológica, constitui o novo momento histórico no qual a base de todas as relações se estabelece por meio da informação e da sua capacidade de processamento e de geração de conhecimentos. Esse fenômeno o sociólogo espanhol Manuel Castells (1999) denominou “sociedade em rede”, que tem como lastro revolucionário a apropriação da internet pela sociedade. No entanto, a vigilância eletrônica e o controle mediante a tecnologia também aumentaram a capacidade do Estado de utilizá-la para contrariar as mobilizações democráticas e a demanda por transparência, ou seja, para reforçar o domínio e limitar a democracia.

Com todas as novidades trazidas pelas facilidades da comunicação móvel e instantânea, aliada aos dispositivos móveis, estabeleceu-se a comunicação conectada em rede. O conceito de rede é extremamente amplo por se tratar de um termo multidisciplinar. De acordo com Santaella e Lemos, “a bibliografia é tão vasta que, por mais exaustiva que a tentativa de um levantamento possa ser, o mesmo sempre será incompleto e parcial, isto é, recortado pelo ponto de vista de quem o faz” (Santaella; Lemos, 2010, p. 13). A terminologia é utilizada em diversos campos do saber, por isso optamos por destacar o conceito defendido por Castells, que considera que o termo rede está relacionado a uma nova estrutura social baseada em interconexões.

Rede é um conjunto de nós interconectados. Nó é o ponto no qual uma curva se entrecorta. [...] Redes são estruturas abertas capazes de expandir de forma ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar-se dentro da rede, ou seja, desde que compartilhem os mesmos códigos de comunicação. [...]. A morfologia da rede também é uma fonte de reorganização de poder. As conexões que ligam as redes representam os instrumentos privilegiados do poder (Castells, 1999, p. 566).

Nos anos 2010, Castells avança na definição de sociedade em rede e afirma que o poder é multidimensional e se organiza em torno de redes programadas em cada domínio da atividade humana, de acordo com os valores e interesses habilitados. “As redes de poder o exercem sobretudo influenciando a mente humana (mas não apenas) mediante as redes multimídia de comunicação de massa” (Castells, 2013, p. 22). Isso significa que as redes de comunicação são fontes decisivas de construção do poder. Se o poder é exercido programando-se e alternando-se redes, o contrapoder pode ser desempenhado reprogramando-as em torno de outros interesses, ao mesmo tempo que as redes de resistência são alteradas em prol de mudanças sociais.

Historicamente, os movimentos sociais dependem da existência de mecanismos de comunicação como boatos, sermões, panfletos e manifestos que passam de pessoa a pessoa, a partir da imprensa, do palco ou de qualquer meio de comunicação disponível (Castells, 2013). No século XXI, vivemos a cultura das redes e da participação. A luta das mulheres soube usar muito bem a conectibilidade como instrumento de ação e formar redes feministas para resistir, desconstruir padrões e ressignificar a sociedade.

Nos últimos anos, coletivos feministas multiplicaram-se de tal forma no Brasil que motivaram inclusive a criação do projeto Mapa de Coletivos de Mulheres (MAMU)¹, com o objetivo de identificar pontos físicos e/ou virtuais de debate

¹ O Mapa de Coletivos de Mulheres (MAMU) foi criado em 2014 como um projeto de mapeamento de coletivos, organizações, movimentos, grupos e projetos brasileiros que têm como foco as

feminista e ajudá-los a ganhar visibilidade. Em agosto de 2019, quando a plataforma ainda estava no ar, contabilizamos 85 coletivos com endereço físico e 93 sem endereço físico no País. A página do MAMU no *Facebook*, porém, fala que o Mapa chegou a listar mais de 200 coletivos. Observa-se, portanto, que o movimento social ganhou força a partir dos coletivos feministas virtuais.

Os pesquisadores Antonio Negri e Michael Hardt (2005) afirmam que precisamos olhar o mundo à nossa volta e encontrar as linhas de fuga, as brechas, as potências e as novas singularidades. Eles criam a definição de multidão para se opor aos conceitos de massa e povo, que é definido como um amontoado de indivíduos achatados pelo poder. A massa, por sua vez, é temida pelo corpo irracional e perigoso. A essência da massa é a indiferença, enquanto a essência da multidão é a diferença. Singularidades que agem em comum.

Segundo os autores, a multidão é o corpo não unificado, é um conjunto de singularidades que age, cria e transforma. Corpo biopolítico coletivo que desenha novos modos de relação, novas formas de produção. O desafio é agir em comum, mantendo as diferenças. O desafio apresentado pelo conceito de multidão consiste em fazer com que uma multiplicidade social seja capaz de se comunicar e agir em comum, ao mesmo tempo em que se mantém internamente diferente (Hardt; Negri, 2005, p. 13).

Esse potencial investido na multidão se justificaria exatamente pelas características do trabalho imaterial das redes de comunicação. Se o trabalho imaterial inicialmente favorece os centros mundiais de produção de conhecimento, por outro lado a imaterialidade também gera fatores que podem contribuir para a reordenação da sociedade contemporânea. As características desse tipo de trabalho fomentam a vontade de trocar e compartilhar o conhecimento ou a

mulheres, o feminino, o feminismo, nossos ciclos, ritmos, reivindicações e lugares na sociedade. A página do coletivo no Facebook informa que o *site* está fora do ar por falta de apoio financeiro. Disponível em: <<https://www.facebook.com/mapaMAMU/>>. Acesso em: 8 maio 2020.

indignação, o que irá caracterizar, por exemplo, a organização em rede de diversos tipos de grupos sociais, entre eles o movimento feminista.

Neste ponto entendemos ser possível ver a potência e a urgência da formação das redes feministas, que se baseiam nas singularidades das mulheres que buscam conexão com outras mulheres para encontrar o apoio necessário para vencer o medo e compartilhar seus descontentamentos, traumas, opressões e anseios. Juntas, as singularidades transformam-se na força da coletividade tão necessária para agir, lutar e transformar a sociedade.

Hardt e Negri investigam o que têm sido e o que ainda podem se tornar os movimentos e as práticas da multidão, para então descobrir as relações sociais e as formas institucionais de uma possível democracia global. Eles definem como “devir-príncipe” o processo no qual a multidão aprende a arte do autogoverno e cria formas democráticas duradouras de organização social. Uma democracia da multidão só é imaginável e possível porque todos compartilhamos do comum e dele participamos. O termo “comum” representa o ar, a água e os frutos da terra, o que nos textos políticos europeus clássicos é considerado a herança da humanidade como um todo, a ser compartilhada por todos. (Hardt; Negri, 2016, p. 8)

Na era da globalização, explicam os autores, são fundamentais as questões da manutenção, produção e distribuição do comum, no sentido de promover e limitar os contextos ecológico e socioeconômico. E é por meio dos processos da globalização que o capital reúne todo o planeta sob o seu comando, cria, investe e explora a vida social. Portanto, as novas formas de produção agora envolvem informação, códigos, imagens, conhecimento e afetos.

Nesse sentido, ao considerarmos como afeto tudo o que nos afeta e mobiliza, entendemos que as histórias compartilhadas por mulheres anônimas e famosas nas redes sociais e as denúncias e campanhas promovidas por coletivos feministas geram engajamento e mobilização exatamente a partir do que aquele

conteúdo e aquelas imagens compartilhadas afetam e ressignificam na vida dessas mulheres e, dessa forma, tensionam e ressignificam a sociedade machista e patriarcal na qual vivemos. Ainda segundo Hardt e Negri, os “produtores” requerem cada vez mais um alto grau de liberdade e o livre acesso ao comum, a exemplo das redes de comunicação, dos bancos de informação e dos circuitos culturais. Como o conteúdo daquilo que é produzido – inclusive imagens, ideias e afetos – pode ser reproduzido, tende a ser comum. Isso significa que a produção contemporânea, ao atender as suas próprias necessidades, cria as bases necessárias para uma ordem social e econômica alicerçada no comum.

Qual a contribuição das redes feministas para o comum? Nesse caso, o cerne da produção biopolítica não é a produção de objetos para sujeitos, mas a produção da própria subjetividade. “Como estabelecer uma produção ética sobre a base cambiante da produção de subjetividade, constantemente transformando valores e sujeitos fixos?” (Hardt; Negri, 2016, p. 10). Como resposta a esse questionamento, os autores citam Gilles Deleuze refletindo sobre o conceito de dispositivo como mecanismo ou aparato material, social, afetivo e cognitivo de produção de subjetividade, conforme desenvolvido por Michel Foucault.

“Nós pertencemos aos dispositivos e agimos no seu interior” (Foucault apud Hardt; Negri, 2016 p. 10-11). Porém, se vamos agir no seu interior, o horizonte ético deve ser reorientado da identidade para o devir. Portanto, não está mais em questão “o que somos, mas em que nos transformamos em nosso devir – ou seja, o outro, o nosso devir-outro” (Hardt; Negri, 2016, p.11).

Um exemplo da ação política hoje envolve a luta pelo controle ou autonomia da produção de subjetividade, e a multidão se forma compondo no comum as subjetividades que resultam desse processo. Já o devir feminista na sociedade contemporânea é interseccional, ou seja, busca fazer convergir as demandas de gênero com questões de raça, classe social, com o transfeminismo, o feminismo negro, o feminismo lésbico, as questões que afetam as mulheres indígenas e

migrantes (Bentes, 2017). Uma força simbólica potente que, ao juntar todas as minorias, as transforma em maioria. Algo como uma “microfísica do poder” dilatada.

O movimento feminista também pode ser articulado como um tensionamento em busca de equidade e igualdade de direitos na sociedade. Fenômenos de comunicação como as *hashtags* atraem o viral e fazem a contaminação do movimento feminista acontecer nas redes por meio do compartilhamento, que, por sua vez, gera um agenciamento coletivo. É a força de uma energia na rede.

Este artigo tem como objetivo defender o conceito de redes feministas, cuja formação confunde-se com o germinar da quarta onda feminista e revela uma complexa teia de mobilização tecida de afetos via meios de comunicação digitais, diversidade de feminismos, adoção da interseccionalidade e organização em forma de coletivos e ONGs. Redes feministas são as ações e conexões em rede que atuam no agenciamento coletivo da multidão e transformam a pluralidade dos sentidos de ser mulher no século XXI. Para entender como as redes feministas podem mobilizar indivíduos e grupos de mulheres a agir no nível micropolítico², transitando entre os ambientes *on-line* e *off-line* (rede e rua), foram analisadas 20 postagens contendo as *hashtags* das campanhas #ChegadeFiuFiu (2013) e #PrimeiroAssédio (2015), ambas da ONG *Think Olga*, e do movimento #EleNão (2018) no *Twitter*.

É importante pontuar, porém, que a formação de redes feministas começou muito antes do uso da rede mundial de computadores. A obra *50 anos de*

² “O que move os agentes da insurreição micropolítica é a vontade de preservação da vida, que, nos humanos, manifesta-se como impulso de ‘anunciar’ mundos por vir, num processo de criação e experimentação que busca expressá-los. Performatizado em palavras e ações concretas portadoras da pulsão desses germens de futuro, tal anúncio tende a ‘mobilizar outros inconscientes’ por meio de ‘ressonâncias’, agregando novos aliados às insubordinações nessa esfera. Os novos aliados, por sua vez, tenderão a lançar-se em outros processos de experimentação, nos quais se performatizarão outros devires do mundo, imprevisíveis e distintos dos que os mobilizaram” (Rolnik, 2018, p. 131).

feminismo: Argentina, Brasil e Chile cita a integração entre mulheres de diversos grupos feministas. “Grupos de mulheres de todas as classes sociais se conscientizaram e se organizaram pelo Brasil. E quatrocentas, mil mulheres se reuniam num auditório, na sede do sindicato, num teatro e daí se formavam redes – muito antes da internet” (Blay, 2017, p. 96).

A análise de 20 postagens, como recorte feito a partir de uma base com mais de 500 posts, que citam as *hashtags* #ChegadeFiuFiu, #PrimeiroAssédio e #EleNão no *Twitter*, ocorre de maneira qualitativa. A seleção dos *tweets* foi feita a partir da pesquisa das *hashtags*, por meio da busca avançada no *Twitter*, que permite o recorte por datas. No caso da #ChegadeFiuFiu, foram feitas buscas por postagens realizadas entre julho e outubro de 2013, primeira fase da campanha; depois, entre maio e setembro de 2018, período de lançamento do documentário homônimo. Para a *hashtag* #PrimeiroAssédio, a busca foi concentrada no mês de outubro de 2015, quando Valentina Schulz, na época com 12 anos, foi vítima de assédio durante a participação no programa *MasterChef Júnior*.

Já para o movimento #EleNão, a busca foi por *tweets* realizados entre 30 de agosto de 2018, data da criação do grupo Mulheres Unidas contra Bolsonaro, e 27 de outubro do mesmo ano, véspera do segundo turno das eleições. O *Twitter* foi escolhido por ser muito utilizado por jornalistas, militantes sociais e também por políticos. As campanhas #ChegadeFiuFiu e #PrimeiroAssédio, da *Think Olga*, mostram as mulheres na rede. Já o movimento #EleNão configura a multidão, lugar da pólis. O #EleNão é compartilhado e apoiado por todes. É o feminismo plural no agenciamento coletivo. O movimento chega na fronteira e rompe com isso, pois à “medida que a multidão não é uma identidade (como povo) nem é uniforme (como a massa), suas diferenças internas devem descobrir o comum que lhe permite comunicar-se e agir em conjunto” (Hardt; Negri, 2005, p. 14).

O compartilhamento funciona como um agenciador de significados e a partilha de uma experiência em outra. Quando as ONGs e coletivos feministas

criam espaços de compartilhamento, elas estão criando comunidades. E a potência está na experiência compartilhada em rede. Ou seja, o compartilhamento consegue transformar inclusive a noção de feminismo em comunidade, em torno de um direito civil, e pode compreender as singularidades, da qual homens hétero, homossexuais e pessoas trans também participam.

As redes feministas podem ser localizadas nas dobras, entre a vida pública e privada, entre espaços físicos e virtuais – os chamados “espaços intersticiais” –, em tempo real entre conectividades múltiplas, plataformas, comunidades e linguagens (Mello, 2017). Como uma geometria da dobra, cada parte já contém o todo. Cada microcontexto é capaz de dar conta da observação de um macrocontexto ampliado da experiência contemporânea.

1. Resistência num mar de *byts e bits*

O panorama de troca de informações nas redes sociais digitais em 2013, quando a ONG *Think Olga* foi fundada, transformou-se radicalmente em 2018, ano das eleições presidenciais no Brasil e do surgimento do movimento #EleNão. Com 150,4 milhões de usuários na internet – 71% da população –, o relatório “Digital in 2020”, realizado pelo *We Are Social*³ e *Hootsuite*, mostra que 66% da população brasileira é ativa em redes sociais. Neste Brasil conectado, todos os números são superlativos: 211,8 milhões de habitantes e 205,9 milhões de conexões móveis, o que significa um alcance de 97% da população brasileira.

A Primavera Árabe, em 2010, os protestos dos indignados, com *Anonymous* e *Occupy Wall Street* em 2011, as Jornadas de Junho de 2013 no Brasil, além de tantos outros movimentos espalhados pelo mundo, tiveram sua origem e força nas redes sociais. No caso do movimento feminista, o ativismo em rede permitiu que

³ Disponível em: <<https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>>. Acesso em: 7 jun. 2020.

muitas mulheres, anteriormente à margem da produção política, artística etc., encontrassem apoio e compreensão mesmo estando separadas por uma tela e, diversas vezes, longe geograficamente. Foram muitas as campanhas feministas criadas desde então – e que, justamente pelo caráter espontâneo e efêmero, são de difícil mapeamento.

Os feminismos emergiram nas redes e nas ruas, formados por mulheres diversas e coloridas lutando por visibilidade e protagonismo na política, nas empresas, nas universidades, nas comunidades, nos esportes, nas artes, e também pelo domínio sobre seus corpos e suas vidas. As redes feministas reforçam a demanda pela pluralidade, no debate entre as diferentes vertentes e na necessidade de recortes além de gênero, na medida em que incluem raça e classe.

O ano de 2015 ficou marcado pela Primavera Feminista, com a forte reação contra o Projeto de Lei do deputado Eduardo Cunha para dificultar o aborto legal em caso de estupro. No artigo “Rede”, a pesquisadora Cristiane Costa destaca que as redes sociais, desde a sua popularização na década de 2010, são um importante mecanismo de mobilização política para os feminismos:

Ainda que a força das ruas não possa ser atribuída integralmente às redes sociais, a *web* sem dúvida foi um fator estratégico e central das marchas feministas. Nunca as táticas e a militância das mulheres foram tão potencializadas e produziram reações e alianças na escala que se vê hoje. (Costa, 2018, p. 43)

É exatamente em meio a toda essa efervescência de protestos organizados em rede e campanhas que deixaram o movimento feminista em evidência que a ONG feminista *Think Olga* surge, inicialmente como um *blog*. Criada pela jornalista paulista Juliana de Faria, em 2013, o espaço tinha como objetivo publicar textos e promover o debate sobre assédio em lugares públicos.

2. #ChegadeFiuFiu: múltiplas ações e linguagens

Dossiê Guerras Culturais – <https://revistaecopos.eco.ufrj.br/>

ISSN 2175-8689 –v. 24, n. 2, 2021

DOI: 10.29146/ecopos.v24i2.27597

A primeira campanha da *Think Olga* foi a “Chega de Fiu Fiu”, criada com o objetivo de denunciar e debater o assédio em espaços públicos. A primeira ação da campanha foi a divulgação de uma série de ilustrações, feitas por mulheres, contestando a visão objetificada da mulher e a naturalização do assédio no Brasil. As imagens foram compartilhadas por milhares de pessoas nas redes sociais, viralizaram e marcaram o início de um grande movimento social contra o assédio no País.

O *post* da ONG *Think Olga* (cf. figura 1) que destaca o depoimento da apresentadora Maria Santa Helena marca o começo da campanha “Chega de Fiu Fiu” em julho de 2013. Em um dos trechos do *post*, Maria conta que: “um dia eu estava voltando da escola, quando um cara de bicicleta passou a mão na minha bunda. E não foi só uma simples passadinha de mão, ele encheu a mão mesmo, sem nenhuma vergonha”. A maioria das mulheres já passou pela experiência de se sentir um corpo exposto e vulnerável no espaço público. “Andar no espaço público não torna meu corpo público” (Olga, 2014). Silenciamos. E assim vamos acumulando episódios de assédio desde muito jovens.

Figura 1: *Print screen* de postagem da *Think Olga* no *Twitter*



Fonte: *Think Olga*

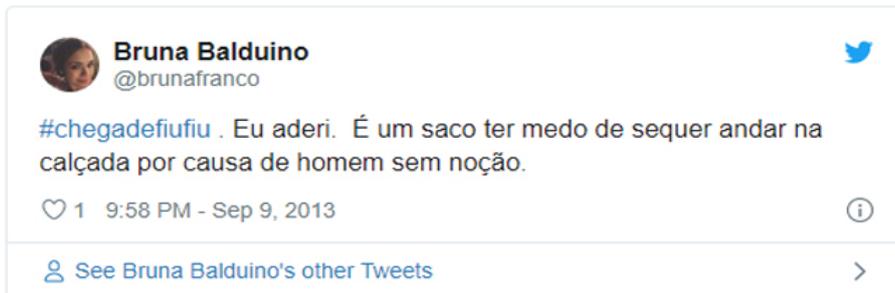
Quando a vítima reage, o assediador costuma dizer que foi um elogio, uma brincadeira ou que ela está exagerando. Quando confrontado, o assediador pode reagir de maneira agressiva ou violenta. A naturalização de determinadas posturas machistas e o silenciamento das mulheres são extremamente incômodos. Quando as vítimas falam ou escrevem sobre as situações de assédio e percebem que não estão sozinhas, formam uma rede de apoio que vai contaminando mais e mais pessoas, até que aquela experiência negativa – traumática em alguns casos – possa ser ressignificada (cf. figuras 2, 3 e 4). Isso sem falar que a denúncia também provoca o debate, problematiza a questão e desconstrói padrões engessados e nocivos da sociedade.

Figura 2: *Print screen* de postagem de Ana Beatriz Camargo no *Twitter*.



Fonte: perfil @_anabeatriz

Figura 3: *Print screen* de postagem de Bruna Balduino no *Twitter*.



Fonte: perfil @brunafranco

Figura 4: *Print screen* de postagem de Livia Aguiar no *Twitter*.



Fonte: perfil @eusouatoa

Os *tweets* da Ana Beatriz, da Bruna e da Livia evidenciam o incômodo do assédio em lugares públicos, a falta de liberdade para usar a roupa que quiser e o medo de andar na rua. Uma pesquisa do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), órgão do governo, que mostra que 58,5% dos entrevistados concordam – 35,3%, totalmente; 23,2%, parcialmente – com a frase “Se as mulheres soubessem como se comportar, haveria menos estupros” (Ipea, 2014).

O estudo também demonstrou que 26% concordam inteiramente (13,2%) ou parcialmente (12,8%) com a frase “Mulheres que usam roupas que mostram o corpo merecem ser atacadas”, enquanto 58,4% discordam totalmente, 11,6% discordam parcialmente e 3,4% se declaram neutros. Esses são exemplos claros de culpabilização da vítima.

Quando os coletivos chamam atenção para toda a violência por trás dessa atitude, fica evidente a necessidade de desconstrução desse padrão de comportamento. Esses textos afetam e contaminam mais mulheres com a necessidade de quebra desse sentimento opressor de poder masculino. Por fim, o compartilhamento de histórias, denúncias e relatos de indignação diante de situações de assédio contribuem para essa transformação. São ações micropolíticas que desfazem o “teatro machista” e geram novas insurgências, na definição de Suely Rolnik, por meio das redes sociais.

Figura 5: *Print screen* de postagem do movimento Marcha das Vadias no *Twitter*.



Fonte: perfil da @MarchadasVadias

A postagem na página da Marcha das Vadias é mais um exemplo de formação de redes feministas. Possivelmente é assim que elas se formam e atuam. Ganham força ao compartilhar e viralizar as ações e campanhas de outros coletivos e ONGs. “Você acha que ouvir cantada na rua é algo legal: Sim 17% Não 83%. E aí?”, questiona a postagem.

Oito meses após esse *post*, em 24 de maio de 2014, a Marcha das Vadias na cidade de São Paulo⁴ propôs uma reflexão sobre a cultura do estupro, que costuma responsabilizar a mulher pela violência cometida contra ela. O lema “Quem cala não consente!” fazia referência principalmente aos abusos sexuais. “Nos calamos por medo, vergonha, dor, estado alterado de consciência, doença ou enfermidade, dúvida, baixa autoestima, nos calamos por estarmos sob ameaça ou chantagem”, explica o coletivo em sua página no *Facebook*.

Naquela caminhada, frases como “Meu corpo não é seu!”, “Nem santa, nem puta; sou mulher” e *hashtags* como #EuNãoMereçoSerEstuprada e #ChegadeFiuFiu fizeram parte do coro contra a opressão da mentalidade machista que ainda insiste em se perpetuar e, infelizmente, também é reforçada por muitas mulheres.

A postagem do coletivo *Hysteria* destaca o lançamento do documentário *Chega de Fiu Fiu*, em maio de 2018, e questiona o que mudou no feminismo brasileiro desde 2013, ano do lançamento da campanha (cf. figura 6). A *Hysteria – Mulheres de Conteúdo* é uma plataforma criada por mulheres, que surgiu dentro da Conspiração Filmes.

Figura 6: *Print screen* de postagem de plataforma de conteúdo *Hysteria* no *Twitter*.

⁴ A Marcha das Vadias de São Paulo, assim como a Marchas das Vadias no mundo, marcha para que a sociedade entenda que as mulheres não são responsáveis pela violência que sofrem. A sobrevivente nunca é culpada. Culpado é o agressor. Mais informações disponíveis em: <<https://www.facebook.com/MarchaDasVadiasSP/>>. Acesso em: 16 maio 2020.



Fonte: perfil da @hysteria_etc

Vemos aí as redes feministas agindo e reagindo novamente. Em maio de 2019, a *Hysteria* também começou a oferecer consultoria para marcas na concepção de campanhas, produtos e eventos. É o capitalismo engolindo o movimento? Muitas dirão que sim. Mas também pode ser um grupo de profissionais fomentando o desmonte de padrões estagnados na sua área de atuação.

A plataforma informa ainda que o núcleo criou uma divisão de projetos com o lançamento de uma campanha de Dia das Mães para a Del Valle. A série de vídeos teve como objetivo desromantizar a maternidade. A desconstrução de padrões também passa pela publicidade e pelas narrativas que são construídas ou desconstruídas no imaginário coletivo. Se o grupo de mulheres for diverso, pode representar um exemplo positivo de mudança real.

3. #PrimeiroAssédio: uma verdade inconveniente

Dossiê Guerras Culturais – <https://revistaecopos.eco.ufrj.br/>

ISSN 2175-8689 –v. 24, n. 2, 2021

DOI: 10.29146/ecopos.v24i2.27597

A problematização e o debate promovidos por coletivos e ONGS feministas permitiram que episódios de assédio fossem identificados, questionados e retirados do contexto de “normal”. Em outubro de 2015, em São Paulo, a menina Valentina Schulz, de 12 anos, foi alvo de comentários de cunho sexual durante sua participação no *reality show* MasterChef Júnior Brasil. Atenta à repercussão do caso, a *Think Olga* criou a *hashtag* #PrimeiroAssédio, replicada mais de 82 mil vezes em apenas cinco dias no *Twitter*, promovendo o debate sobre assédio e pedofilia.

Com a campanha, na qual as mulheres foram convidadas a usar a *hashtag* para contar as histórias do seu primeiro assédio, a *Think Olga* denunciou que a idade média para o primeiro assédio é de 9,7 anos. “O corpo da mulher não é público. Qual o limite entre cantada e assédio?”.

Figura 7: *Print screen* de postagem de Sol Coelho no *Twitter*.



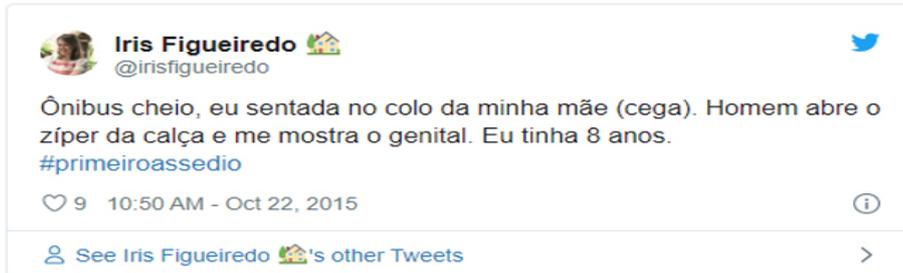
Fonte: perfil da @_solcoelho

Figura 8: *Print screen* de postagem de Carla Averbuck no *Twitter*.



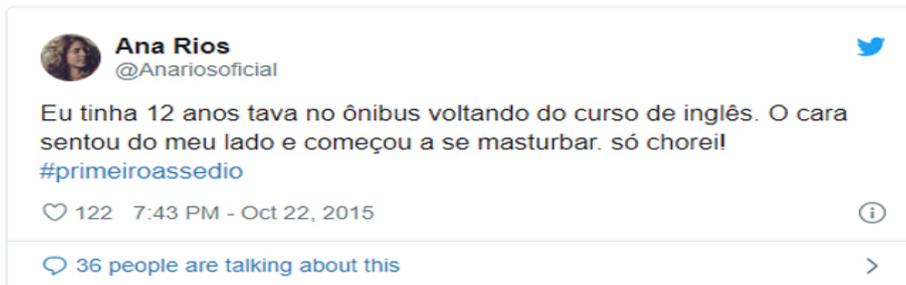
Fonte: perfil da @claraaverbuck

Figura 9: *Print screen* de postagem de Iris Figueiredo no *Twitter*.



Fonte: perfil da @irisfigueiredo

Figura 10: *Print screen* de postagem de Ana Rios no *Twitter*.



Fonte: perfil @Anariosoficial

Sol Coelho, Clara Averbuck, Iris Figueiredo e Ana Rios, uma jornalista, duas escritoras e uma atriz compartilhando situações íntimas e incômodas sobre o primeiro assédio sofrido. Sol e Clara, aos 10 anos; Iris, aos 8 anos; Ana, aos 12 anos. Nos quatro casos, o assédio foi praticado por homens bem mais velhos e sempre com esse ímpeto de poder e dominação em espaços privados e públicos. A primeira e a quarta silenciaram, a segunda reagiu e a terceira apenas chorou, também uma forma de silenciar.

O assédio não pode ser naturalizado. Esse desabafo das mulheres gera um grande movimento de ressignificação e potencializa, por meio dos compartilhamentos da *hashtag* #PrimeiroAssédio, a força das redes feministas como um vetor de desconstrução do machismo e do patriarcado. Se o medo da

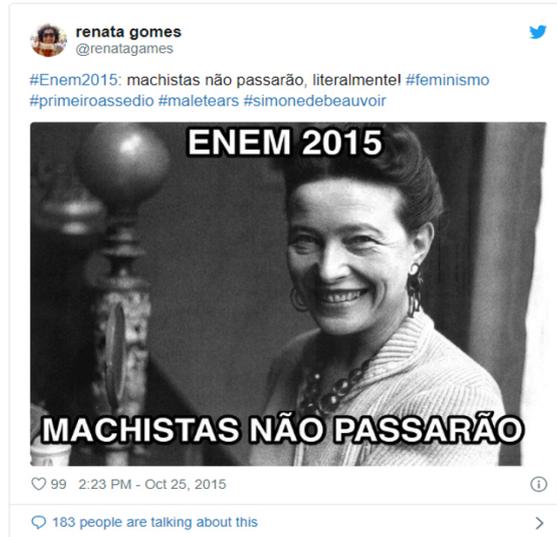
vítima cessar, a denúncia fará o assediador parar? Além disso, é ouvindo e lendo as experiências de outras mulheres que conseguimos identificar os nossos próprios traumas.

Além de citar a *hashtag* #PrimeiroAssédio, a frase “Enem 2015: machistas não passarão, literalmente!” (cf. figura 11), é o destaque do texto do *tweet* da professora Renata Gomes, em 25 de outubro de 2015, um dia após a prova de Ciências Humanas do Enem, que trouxe uma questão que chamou bastante a atenção de grupos feministas e ativistas nas redes sociais. A pergunta cita a frase de Simone de Beauvoir “Não se nasce mulher, torna-se mulher” em uma questão sobre as lutas feministas da metade do século XX.

Já o tema da redação daquela edição do Enem foi “A persistência da violência contra a mulher na sociedade brasileira”. A escolha do tema foi bastante comentada nas redes sociais⁵, considerado atual e relevante para os jovens, devido aos altos índices de violência contra a mulher no Brasil. As redes feministas estavam atuantes, participativas, promovendo o debate público, tanto que o tema não passou despercebido para o Ministério da Educação naquele ano.

Figura 11: *Print screen* de postagem de Renata Gomes no *Twitter*.

⁵ Disponível em: <<http://g1.globo.com/educacao/enem/2015/noticia/2015/10/questao-sobre-feminismo-no-enem-2015-e-lembrada-nas-redes-sociais.html>>. Acesso em: 22 maio 2020.



Fonte: perfil da @renatagames

Figura 12: Print screen de postagem do Portal Brasil no Twitter.



Fonte: perfil @portalbrasil

A postagem do *Portal Brasil* fez parte de uma campanha contra abuso sexual infantil publicada em outubro de 2015, na época identificado com um canal de notícias e prestação de serviços do governo federal. A primeira foto do *tweet* alerta: “O abuso sexual pode estar mais perto do que você imagina. Ouça o que as crianças têm a dizer”, e evidencia que meninos também podem ser vítimas de abusos. Já a segunda foto orienta: “Não tenha medo de denunciar. Você pode salvar o futuro de uma criança”, dizia o *tweet*.

O balanço anual do Disque 100⁶, divulgado pelo Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos (MMFDH) em junho de 2019, mostra que em 2018 foram 76.216 registros de denúncias de violações contra crianças e adolescentes. Chama atenção o fato da *hashtag* #PrimeiroAssédio circular também via campanha pública nacional. O Disque Direitos Humanos, ou Disque 100, é um serviço de proteção de crianças e adolescentes com foco em violência sexual, vinculado ao Programa Nacional de Enfrentamento da Violência Sexual contra Crianças e Adolescentes.

4. #EleNão: a força do agenciamento coletivo

Ao longo dos anos 2010, governos populistas e conservadores e de extrema direita ganharam força no mundo, explorando medos da população e o descontentamento com as instituições e com a política. A eleição de Donald Trump nos Estados Unidos, o avanço do conservadorismo na Europa e o Brexit – a saída do Reino Unido da União Europeia – são alguns exemplos. Na América do Sul, o cenário não foi diferente. Em 2018, Chile, Argentina, Peru, Colômbia e Paraguai passaram a ser governados por presidentes classificados como de direita.

⁶ Disponível em: <<https://www.gov.br/mdh/pt-br/assuntos/noticias/2019/junho/criancas-e-adolescentes-balanco-do-disque-100-aponta-mais-de-76-mil-vitimas>>. Acesso em: 22 maio de 2020.

No Brasil, a mais polarizada eleição presidencial da história tinha Fernando Haddad, do PT, e Jair Bolsonaro, do PSL, como grandes favoritos nas pesquisas eleitorais. A possibilidade de vitória do candidato Jair Bolsonaro, deputado federal e capitão do exército reformado, conhecido por declarações machistas, racistas e homofóbicas, despertou revolta e mobilização nas redes sociais, especialmente por parte das mulheres.

Tudo começou com o grupo Mulheres Unidas Contra Bolsonaro, criado no *Facebook* em 30 de agosto de 2018 pela ativista Ludimilla Teixeira. A *hashtag* #EleNão surgiu e ganhou força no grupo, que chegou a ser atacado e *hackeado* pelos defensores do então candidato. Mulheres anônimas e famosas começaram a compartilhar a *hashtag* #EleNão nas redes sociais, e o grupo chegou a ter 3,8 milhões de participantes. Alguns homens também aderiram ao movimento.

Em março de 2020, entrevistamos a Ludimilla e ela contou que criou o grupo no *Facebook* após uma conversa no *Messenger* com uma amiga sobre a necessidade de organizar uma manifestação de rua, ou algum tipo de mobilização de mulheres, para demonstrar a nossa insatisfação em relação à ascensão nas pesquisas de opinião da candidatura do Bolsonaro à presidência da República.

Ludimilla enviou as mensagens *inbox* (privadas) para cada uma delas avisando da criação do grupo, dos objetivos e pedindo desculpas por incluí-las sem autorização, mas facultando a todas a permanência. “Para minha surpresa, a maioria delas topou o convite e convidou suas próprias amigas, que passaram também a convidar outras e mais outras. Em 48 horas, já éramos mais de seis mil mulheres, número crescendo em progressão geométrica; em uma semana, chegamos à marca de um milhão de forma espontânea e orgânica”. A rede estava formada.

A *hashtag* #EleNão surgiu nos comentários da página e como estratégia para driblar os algoritmos, já que não citava o nome do candidato. Alguns *posts* diziam que elas deveriam apanhar ou até serem estupradas. Uma pesquisa da

Fundação Getúlio Vargas (FGV)⁷ calculou as referências ao político durante 13 dias, de 12 a 24 de setembro de 2018. Dentre as *hashtags* analisadas estavam a #EleNão, com 1 milhão de menções, #EleNunca, com 390 mil, e a #EleSim, mobilizando cerca de 284 mil *tweets*. Se observadas só as referências contrárias a Bolsonaro, o que inclui as variáveis #EleJamais, #EleNãoEleNunca, entre outras, as *hashtags* atingiram a marca de 1,2 milhão de *tweets*.

Ludimilla conta que, no início, a *hashtag* #EleNão parecia um *spam*, e o *Facebook* notificava o grupo com frequência quanto à proibição do uso de *spams* na rede, inclusive com ameaças de punições. Mas, após romper as barreiras do *Facebook* e invadir o *Twitter*, o que parecia um *spam* virou uma arma poderosa. Foi quando elas organizaram vários “twittaços” com o objetivo de subir a *hashtag* com sucesso, e assim atingiram os *trend topics*.

A manifestação em repúdio ao então candidato a presidente Jair Bolsonaro saiu das redes sociais digitais para as ruas em 29 de setembro de 2018, dia da grande mobilização que se espalhou por 114 cidades brasileiras, sendo considerada uma das maiores manifestações de mulheres na história do Brasil. Estimativas (empíricas) referentes ao fenômeno indicam a participação de cerca de 100 mil pessoas no Largo da Batata, em São Paulo, e 25 mil na Cinelândia, no Rio de Janeiro.

Também ocorreram atos em diferentes cidades do mundo, como Nova York, Lisboa, Paris, Berlim e Londres. As fotos e textos dos participantes das manifestações passaram a disputar espaço com postagens agressivas que usavam montagens grosseiras para contestar o número de participantes e a legitimidade das bandeiras de luta e, conseqüentemente, desqualificar o movimento. A ação das mulheres provocou uma reação violenta dos defensores de Jair Bolsonaro, provavelmente os mesmos que haviam *hackeado* o grupo Mulheres Unidas contra

⁷ Disponível em: <<https://observa2018.com.br/posts/movimento-elenao-impulsiona-mais-de-16-milhao-de-mencoes-no-twitter-contra-e-a-favor-de-bolsonaro/>>. Acesso em: 23 maio 2020.

Bolsonaro no *Facebook* e ameaçado as responsáveis pela criação e mediação da página. Inquisição digital.

Figura 13: *Print screen* de postagem de Sra. Amorim no *Twitter*.



Fonte: perfil @visla_A

A postagem de Sra. Amorim, em 12 de setembro de 2018, mostra o rápido crescimento da página Mulheres Unidas contra Bolsonaro, criada em 30 de agosto de 2018. Além das *hashtags* #MulheresContraBolsonaro e #EleNão, ambas diretamente ligadas ao movimento contrário ao então candidato Jair Bolsonaro, a autora reforça a importância da união, solidariedade e respeito entre as mulheres com a *hashtag* #JuntasSomosMaisFortes.

Já a *hashtag* #NãoSouUmaFraquejada faz referência a uma das tantas declarações polêmicas de Jair Bolsonaro. Em abril de 2017, o então deputado

federal participava de um evento na sede do Clube Hebraica, no Rio de Janeiro, quando declarou em tom de piada: “Eu tenho cinco filhos. Foram quatro homens, aí no quinto eu dei uma fraquejada e veio uma mulher”. A postura de Bolsonaro foi bastante criticada nas redes sociais, tanto que a *hashtag* foi lembrada na campanha presidencial em 2018. A “brincadeira” do parlamentar gerou revolta nas redes sociais, sobretudo do público feminino, que considerou suas palavras machistas e misóginas.

Figura 14: *Print screen* de postagem de Pocahontas no Twitter.



Fonte: perfil @Emanuellymb

O *post* de Pocahontas, em 13 de setembro de 2018, traz uma foto em preto e branco de uma antiga passeata feminista. Não é possível identificar o ano exato do registro, mas a mensagem fala da união das mulheres e é um reconhecimento da luta das mulheres responsável pelas conquistas de hoje, muitas delas novamente

Dossiê Guerras Culturais – <https://revistaecopos.eco.ufrj.br/>

ISSN 2175-8689 –v. 24, n. 2, 2021

DOI: 10.29146/ecopos.v24i2.27597

ameaçadas, e uma convocação para ir às ruas demonstrar insatisfação e reivindicar direitos.

Destaque para o fato da postagem ter 516 *likes* (curtidas) e 272 compartilhamentos. Esse não foi um critério de seleção do *corpus* da pesquisa, porém chamou atenção na hora da análise, pois foi responsável por reforçar as redes feministas que estavam conectadas em torno do movimento #EleNão.

Figura 15: Print screen de postagem de Renata Nolasco no Twitter.



Fonte: perfil @atxnolasco

O *post* da ilustradora Renata Nolasco fala de pluralidade e resistência. A ilustração mostra mulheres diversas unidas. O sapato masculino representa o discurso populista e autoritário que instrumentaliza o medo e o ódio, elogia torturadores, ofende e ataca mulheres, pessoas negras, LGBTQI+, quilombolas, indígenas e imigrantes.

Acreditamos que, pelo fato da imagem ser diversa, gerou mais afecções e contaminou um número maior de mulheres. Além disso, a postagem, que foi

Dossiê Guerras Culturais – <https://revistaecopos.eco.ufrj.br/>

ISSN 2175-8689 –v. 24, n. 2, 2021

DOI: 10.29146/ecopos.v24i2.27597

compartilhada 733 vezes e recebeu 2,5 mil curtidas, é um enfrentamento. Tem movimento, tem o grito “Juntas, resistimos”, que é reforçado pelas *hashtags* #EleNão e #EleNunca. A rede é tensionada e reage: juntas somos mais fortes.

O *post* de Jana Vasconcellos, em 17 de setembro de 2018 (cf. figura 16), traz a famosa personagem de histórias em quadrinhos traduzida e imortalizada pelo cartunista argentino Quino: Mafalda, que animou as tiras publicadas entre 1964 a 1973. A personagem, porém, foi criada em 1962 pelo cubano David Viñas.

Mafalda é uma garota inquieta, rebelde e inconformada. Apesar de ser uma personagem que nasceu há mais de 50 anos, suas reflexões seguem atuais. Desde sua concepção, Mafalda tem sido reflexiva e combativa em questões como maternidade, guerra e infância. Não por acaso, em 2019, foi lançada a *Mafalda: feminino singular*, uma nova compilação das tirinhas de Quino da editora espanhola Lumen, que pretende mostrar o que faz da personagem um ícone da luta das mulheres.

Figura 16: *Print screen* de postagem de Jana Vasconcellos no *Twitter*.



Fonte: perfil @janavrs.

Em entrevista ao *El País*⁸, Lola Albornoz, editora da Lumen e responsável pela antologia, explica que a ideia dessa seleção surgiu com a imagem de Mafalda em faixas durante a manifestação feminista de 2018 na Espanha. “No trabalho de Quino, há muita reflexão que pode contribuir para o movimento feminista”, comenta. As figuras de Mafalda também foram compartilhadas em diversas postagens e cartazes contrários ao então candidato Jair Bolsonaro.

Figura 17: Print screen de postagem de Eliane Brum no Twitter.

⁸ Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/12/28/cultura/1546019502_949886.html>. Acesso em: 30 maio 2020.



Fonte: perfil da @brumelianebrum

A jornalista Eliane Brum, em 17 de setembro de 2018, destaca a reportagem “Campanha de Bolsonaro mente sobre mobilização de mulheres contra o candidato no Facebook”⁹, publicada no *El País*, que denuncia as ameaças que as mulheres à frente da página Mulheres Unidas contra Bolsonaro e da organização do movimento #EleNão estavam sofrendo. A reportagem também fala das *fake news* disseminadas por Eduardo Bolsonaro, um dos filhos de Jair Bolsonaro.

Naquela semana, o parlamentar divulgou um texto acusando o jornal britânico *The Guardian* de espalhar *fake news* sobre a mobilização digital contra o presidencialismo. Segundo ele, “Uma página qualquer do Facebook tinha 1 milhão de seguidores quando foi vendida para a esquerda. Então, sem qualquer vergonha,

⁹ Disponível em:

<https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/17/politica/1537142202_233134.html>. Acesso em: 23 maio 2020.

eles mudaram o nome dela para Mulheres Unidas Contra Bolsonaro e saiu alardeando por aí que havia uma onda de mulheres contra o presidenciável”.

A referência fica ainda mais clara em outro trecho do texto do parlamentar: “Resultado: a página contra Bolsonaro está em queda vertiginosa, tanto que passou a ser página privada e em resposta foi criada a página Mulheres com Bolsonaro #17 (oficial), que já conta com mais de 1.100.000 seguidoras”. A publicação gerou mais de 15 mil reações, 20 mil comentários e 3,2 mil compartilhamentos. O conteúdo também foi publicado na conta oficial de Eduardo Bolsonaro no *Twitter*, onde recebeu 1.888 *retweets*, 6.405 curtidas e 718 comentários. Isso nos faz ter uma ideia do poder de fogo da máquina montada pela extrema direita para atacar a insurgência feminista representada pelo movimento #EleNão.

A postagem de Eduarda Gomes retuita um *post* de Artur (cf. figura 18), que por sua vez compartilhou a postagem da blogueira Lola com fotos dos protestos em Belém, Brasília, Curitiba, Florianópolis, Fortaleza, Rio de Janeiro, Salvador, São Luiz e São Paulo, realizados em 29 de setembro de 2018. Isso evidencia a rede de compartilhamentos formada a partir da *hashtag* e dos protestos.

A manifestação #EleNão saiu das redes sociais digitais para as ruas em 29 de setembro de 2018 e se espalhou por 114 cidades brasileiras, sendo considerada uma das maiores manifestações de mulheres na história do Brasil. Estimativas indicam a participação de cerca de 100 mil pessoas no Largo da Batata, em São Paulo, e 25 mil na Cinelândia, no Rio de Janeiro.

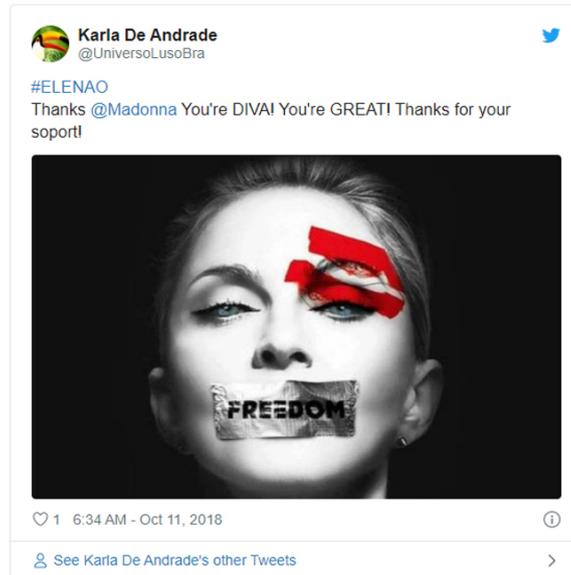
O *post* de Karla Andrade, em 11 de outubro de 2018, agradece à Madonna pelo apoio ao movimento #EleNão (cf. figura 19). No dia 28 de setembro de 2018, véspera das manifestações contra Bolsonaro, a cantora apoiou publicamente o movimento. Madonna compartilhou em seu Instagram Stories uma imagem criada por um fã, o brasileiro Aldo Diaz, e compartilhada por ele 12 dias antes. A imagem traz o rosto de Madonna marcado por sangue e com uma fita na boca trazendo a palavra em inglês *freedom*, que significa liberdade em português.

Figura 18: *Print screen* de postagem de Eduarda Gomes no *Twitter*.



Fonte: perfil @eduardagomes787

Figura 19: *Print screen* de postagem de Karla de Andrade no *Twitter*.



Fonte: perfil @UniversoLusoBra

Madonna, na época, contava com 12,1 milhões de seguidores. No Brasil, a campanha do #EleNão já havia sido apoiada publicamente por figuras como a cantora Daniela Mercury, a apresentadora Fernanda Lima, o ator Chay Suede e a atriz Deborah Secco, entre tantas outras. A cantora Marília Mendonça chegou a postar um vídeo de apoio à campanha e depois o apagou, explicando que foi ameaçada.

Figura 20: *Print screen* de postagem de Gabi no Twitter



Fonte: perfil @estranhaefoda

A postagem da Gabi mostra que Madonna não foi a única personalidade mundial a apoiar o #EleNãO. Roger Waters, um dos fundadores da banda inglesa Pink Floyd, deixou claro seu posicionamento político antifascista e foi alvo de vaias durante a turnê *Us + Them* realizada no Brasil em outubro de 2018. A música é poderosa, e como questionou Nina Simone, “como ser artista e não refletir a época?”.

O mais surpreendente de tudo, como mostra a crítica “Análise: Quem vaiia Roger Waters por crítica a Bolsonaro não entende o Pink Floyd”, publicada no portal *Uol*¹⁰, é que Waters apenas foi coerente em sua mensagem, reafirmando pontos que ele defende há décadas, principalmente de oposição ao sistema. A obra

¹⁰ Disponível em: <<https://entretenimento.uol.com.br/noticias/redacao/2018/10/10/por-que-quem-vaiou-elenao-de-roger-waters-mostrou-que-nao-entendeu-de-pink-floyd.htm>>. Acesso em: 17 jun. 2020.

de maior sucesso do Pink Floyd, *The Wall*, é um grande símbolo do ativismo político de Waters. Como alguns fãs brincaram no *Twitter* na época dos shows, *The Wall* não é um disco sobre um muro, ou sobre construção civil. O álbum fala sobre abandono e isolamento e foi baseado no ex-guitarrista da banda Syd Barrett e no fato de Waters ter sido criado sem o pai, morto durante a Segunda Guerra Mundial em 1944. Roger Waters sempre defendeu um caminho democrático, de não violência e de defesa das minorias. O discurso pró-armamento, as declarações racistas, homofóbicas e favoráveis à ditadura militar do então candidato Jair Bolsonaro, eleito presidente do Brasil em 28 outubro de 2018, estão completamente distantes dos ideais do roqueiro. A mensagem foi clara: resista.

O cenário de 2013 está mais próximo de Manuel Castells em *Redes de indignação e esperança*, face à dimensão do constructo de rede e do constructo dos movimentos sociais na rede. Já em 2018, ano das eleições presidenciais, a conjuntura estava mais próxima da crítica de Byung-Chul Han em *Sociedade da transparência*. De acordo com Han, o partido dos piratas, como partido da transparência, faz avançar a pós-política, que, por sua vez, equipara-se à despolitização. Isso é apontado pelo autor como um antipartido ou o primeiro partido sem cor. A transparência não tem cor. Nela, as cores não são admitidas como ideologias, mas apenas como “opiniões” desprovidas de ideologia. E “opiniões” não têm consequências, não são mordentes e penetrantes como as ideologias, faltando-lhes a negatividade repercutiva (Han, 2017, p. 23).

Han vai além e diz que a atual sociedade da opinião deixa intocado aquilo que já existe. E que flexibilidade de uma democracia líquida, como ele define, consiste em trocar as cores, dependendo da situação, e o partido dos piratas é um partido de opinião sem cores. Dessa forma, a política dá lugar à violência das necessidades sociais, que deixa completamente intocados os quadros das relações socioeconômicas existentes. Enquanto antipartidário, o partido dos piratas não

está em condições de articular uma vontade política ou produzir novas coordenadas sociais.

Sobre transparência e verdade, Han alerta que elas não são idênticas. Segundo ele, a verdade é uma negatividade na medida em que se põe e impõe, declarando tudo mais como falso.

Mais informação ou um acúmulo de informações, por si sós, não produzem qualquer verdade; faltam-lhes direção, saber e o sentido. É precisamente em virtude da falta de negatividade do verdadeiro que se dá a proliferação e massificação do positivo. A hiperinformação e hipercomunicação geram precisamente a falta de verdade, sim, a falta de ser. Mais informação e mais comunicação não afastam a fundamental falta de precisão do todo. Pelo contrário, intensifica-a ainda mais. (Han, 2017, p. 24-25)

Considerações finais

Para o que apontam os feminismos em rede a partir dos anos 2020? O século XXI abriu uma macroesfera de como pensar os feminismos nas redes sociais a partir de fenômenos como os apresentados neste estudo. Navegamos por esse lugar de defesa em torno da formação e conexão dos feminismos em rede. No entanto, esse devir é muito difícil, pois agora conta com um Estado conservador e ultranacionalista, de forças extremamente opressoras. Como vencer o medo, o silenciamento e a violência dos corpos? Observamos uma sociedade em rede, o protagonismo dos movimentos de mulheres e, paradoxalmente, o aumento dos casos de feminicídio.

Observando a definição de Manuel Castells, na contemporaneidade o espaço público dos movimentos sociais é construído como um espaço híbrido entre as redes sociais da internet e o espaço urbano ocupado. Precisamos, mais do que nunca, seguir alertas. A vigilância eletrônica e o controle social mediante a tecnologia aumentaram a capacidade do Estado autoritário de utilizá-la para contrariar as mobilizações democráticas e a demanda por transparência, ou seja,

para reforçar o domínio e limitar a democracia. A máquina de *fake news* precisa ser interdita.

Ao analisar as 20 postagens no *Twitter* das campanhas #ChegadeFiuFiu e #PrimeiroAssédio, ambas da ONG *Think Olga*, e do movimento #EleNão, concluímos que essas campanhas e *hashtags* constroem novas experiências e narrativas a partir do feminismo, pois promovem o debate e desconstruem e ressignificam o lugar da mulher na sociedade contemporânea. O movimento #EleNão é uma grande força insurgente porque nasce *on-line* e chega às ruas como resultado da potência das redes feministas que conseguem ancorar essa grande convocação.

O que sustenta a força de propagação do conteúdo produzido por coletivos e ONGs feministas e das narrativas pessoais de muitas mulheres são os afetos mobilizados por meio do compartilhamento em rede. No entanto, assim como observamos uma complexa teia de mobilização tecida de afetos via meios de comunicação digitais, diversidade de feminismos, adoção da interseccionalidade e organização em forma de coletivos e ONGs, também chama atenção o avanço do lado sombrio do linchamento virtual, da cultura do cancelamento e o avanço do antifeminismo. Essa nova onda irá sucumbir aos ataques?

Os desafios do movimento feminista na sociedade contemporânea possuem dimensões globais que necessitam do reconhecimento da diversidade cultural e das singularidades. Sendo ainda central a luta pela igualdade de direitos civis em praticamente todo o mundo, tais questões passam por identificar e superar heranças coloniais que ainda são entraves aos avanços, principalmente em países de terceiro mundo como o Brasil.

Para quem se propõe a investigar sobre o tema, penso que as melhores problematizações e as mais pertinentes perguntas só podem surgir a partir de uma perspectiva transdisciplinar. Nesse sentido, as redes feministas precisam resistir bravamente para seguir conectando os movimentos das mulheres no século XXI e

buscando a intensidade de novas insurgências sempre emergentes nas redes e nas ruas.

Referências bibliográficas

AKOTIRENE, Carla. *O que é interseccionalidade?* Coleção feminismos plurais. São Paulo: Letramento, 2019.

BENTES, Ivana. *Feminismo global*. Cult, São Paulo, 24 jan. 2017. Disponível em: <<https://revistacult.uol.com.br/home/feminismo-global/>>. Acesso em: 1 jun. 2020.

BLAY, Eva Alterman. Como as mulheres se construíram como agentes políticas e democráticas: o caso brasileiro. In: BLAY, Eva Alterman; AVELAR, Lúcia. (Orgs.). *50 anos de feminismo: Argentina, Brasil e Chile*. São Paulo: Edusp, 2017, p. 65-97.

BRASIL. Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos. *Crianças e adolescentes: balanço do Disque 100 aponta mais de 76 mil vítimas*. Brasília, 2019. Disponível em: <<https://www.gov.br/mdh/pt-br/assuntos/noticias/2019/junho/criancas-e-adolescentes-balanco-do-disque-100-aponta-mais-de-76-mil-vitimas>>. Acesso em: 22 maio 2020.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. Tradução de Roneide Venancio Mager. 8ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999, v. 1.

_____. *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

_____. *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

KAMANCHEK, Amanda; FRAZÃO, Fernanda. *CHEGA de fiu fiu*. Direção: Amanda Kamanchek e Fernanda Frazão. São Paulo: Brodagem Filmes, 2018, digital, 73 min. Disponível para assinantes em: <globo.com/gnt/v/6824833/>. Acesso: 6 jun. 2020.

COSTA, Cristiane. Rede. In: HOLLANDA, Heloisa Buarque de. *Explosão feminista: arte, cultura, política e universidade*. 2ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2018, p. 43-60.

HAN, Byung-chul. *Sociedade da transparência*. Petrópolis: Vozes, 2017.

HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. *Multidão: guerra e democracia na era do Império*. Rio de Janeiro/São Paulo: Record, 2005.

_____; _____. *Bem-estar comum*. Rio de Janeiro/São Paulo: Record, 2016.

Dossiê Guerras Culturais – <https://revistaecopos.eco.ufrj.br/>

ISSN 2175-8689 – v. 24, n. 2, 2021

DOI: 10.29146/ecopos.v24i2.27597

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. *Errata da pesquisa tolerância social à violência contra as mulheres*. Ipea, São Paulo, 4 abr. 2014. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=21971>. Acesso em: 31 maio 2020.

MAMU. *Mapa de coletivos de mulheres*. São Paulo, 23 de nov. 2017. Disponível em: <<https://www.facebook.com/mapaMAMU/>>. Acesso em: 8 maio 2020.

MARCHA DAS VADIAS SAMPA. Facebook, São Paulo, 21 maio 2014. Disponível em: <<https://www.facebook.com/MarchaDasVaciasSP/>>. Acesso em: 16 maio 2020.

MELLO, Christine. *Extremidades do vídeo*. São Paulo: Senac, 2008.

_____. (Org.) *Extremidades: experimentos críticos – redes audiovisuais, cinema, performance, arte contemporânea*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.

OBSERVA2018. Movimento #elenão impulsiona mais de 1,6 milhão de menções no Twitter contra e a favor de Bolsonaro. FGV DAPP, São Paulo, 27 set. 2018. Disponível em: <<https://observa2018.com.br/posts/movimento-elenao-impulsiona-mais-de-16-milhao-de-mencoes-no-twitter-contr-a-e-a-favor-de-bolsonaro/>>. Acesso em: 23 maio 2020.

OLGA, Think. *Meu corpo não é seu: desvendando a violência contra a mulher*. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

ROLNIK, Suely. *Esferas da insurreição: notas para uma vida não cafetinada*. São Paulo: n-1 edições, 2018.

SANTAELLA, Lucia; LEMOS, Renata. *Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter*. São Paulo: Paulus, 2010.