



Instituto Universitário de Lisboa

Departamento de Sociologia

Ciberfeminismo em 140 caracteres:

O caso da #EuParo no Twitter

Fabíola Cunha Mousinho

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Sociologia

Orientadora:

Dra. Inês Conceição Farinha Pereira, Professora Auxiliar Convidada
Instituto Universitário de Lisboa – ISCTE-IUL

Outubro, 2017



Instituto Universitário de Lisboa

Departamento de Sociologia

Ciberfeminismo em 140 caracteres:

O caso da #EuParo no Twitter

Fabíola Cunha Mousinho

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Sociologia

Orientadora:

Dra. Inês Conceição Farinha Pereira, Professora Auxiliar Convidada

Instituto Universitário de Lisboa – ISCTE-IUL

Outubro, 2017

*"Diante do crime machista e da pedagogia da crueldade,
diante da tentativa dos meios de comunicação de nos
vitimizar e de nos aterrorizar,
fazemos do luto individual um consolo coletivo e da
raiva, uma luta compartilhada.*

Contra a crueldade, mais feminismo."

*Trecho do manifesto da
Greve Internacional de Mulheres*

Agradecimentos

Esta dissertação só foi possível com o apoio de várias pessoas e diversas trocas estabelecidas ao longo deste percurso. A presença de pessoas amigas foi essencial para tornar este momento da vida mais leve. Retribuo com muita gratidão toda a troca de afetos, palavras, carinho e amor àqueles que não mediram esforços para me apoiar quando mais precisei. Quando achei que não conseguiria, vocês foram fonte de incentivo e força.

Agradeço ao Universo e toda a boa energia que me direcionou para este momento e me ajudou a superar diversos obstáculos. Agradeço ao meu Deus interno, em todas as suas formas, que me ilumina e conduz.

Agradeço aos meus pais, por toda a compreensão e estímulo. Especialmente a minha mãe, exemplo de coragem e determinação, que sempre esteve ao meu lado e é a minha fonte de inspiração diária. Sem você eu não teria conseguido.

Agradeço à minha família que compreende a minha ausência e sei que torce por todas as minhas conquistas. E ao meu querido amigo Luiz Alberto que em tantos anos de amizade sempre se fez presente mesmo com a distância de um oceano entre nós.

Agradeço a todas as pessoas que Portugal me presenteou: Luiz, Ana Filipa, Ulisses, Ana Paula, Patrícia, Natália, Gonçalo, Débora, Niksa e, por fim, João que trouxe paz em meio ao caos. Em especial, agradeço as amigas-irmãs, Gabi e Clara, com quem partilhei tantos momentos de felicidades e angústias, e que foram companhias essenciais nesse longo caminho do mestrado e dissertação.

À todos os professores que tive, em especial aos do Mestrado em Sociologia do ISCTE, que durante os dois anos, aula a aula, contribuíram para o amadurecimento deste projeto, mesmo que indiretamente.

Agradeço à minha orientadora, Inês Pereira, pela compreensão, por ter acreditado na minha ideia e ter me tranquilizado inúmeras vezes.

Por fim, deixo um agradecimento a todas as pessoas que participaram da #EuParo e vislumbram uma sociedade mais igualitária.

Gratidão!

Om Namah Shivaya!

Resumo

O desenvolvimento da internet, dos sites de redes sociais e das suas ferramentas transformou as dinâmicas de interação entre os indivíduos, sendo estas mudanças também perceptíveis em várias outras esferas. Não estando imune às relações de poder e contrapoder, o espaço digital configura-se como mais um local de disputa e, com base nessa premissa, os movimentos sociais reconfiguram os seus repertórios de ação.

Acompanhando as transições na sociedade, os velhos, os novos e os novíssimos movimentos sociais têm as suas estruturas e dinâmicas adaptadas e vê-se o fortalecimento do ativismo digital como uma alternativa de atuação política. Neste aspecto, o movimento feminista e, em especial, o ciberfeminismo social apresenta-se como um exemplo marcante do uso das redes sociais online como meio de informação e mobilização. Através de mecanismos mais criativos, como blogs, vídeos, protestos virtuais com o uso da *hashtag*, os coletivos feministas aproveitam-se da autonomia comunicativa para propagar as suas reivindicações.

Com o objetivo de compreender como as narrativas coletivas são estabelecidas no site de rede social Twitter investigou-se a rede de conversação em torno da partilha da *hashtag* EuParo e da Greve Internacional de Mulheres, ocorrida no dia 08 de março de 2017. Para isso, fez-se uma recolha de 4078 tweets no dia 08 de março através da ferramenta Twitonomy que permitiu a identificação das vozes dominantes, dos pontos principais de preocupação, do posicionamento e comprometimento das participantes e também o alinhamento entre a #EuParo e outras temáticas, além do reconhecimento das estratégias e os principais conteúdos que circularam neste protesto.

Palavras-chave: ciberfeminismo, hashtag, Twitter, ativismo digital

Abstract

The development of the internet, social networking sites and their tools has transformed the dynamics of interaction between individuals and these changes are also noticeable in several other spheres. Not being immune to relations of power and counterpower, the digital space configures itself as another area of dispute and, based on this premise, social movements reconfigure their repertoires of action.

Accompanying the transitions in society, the old, the new and the ‘new new’ social movements have their structures and dynamics adapted and the strengthening of digital activism is seen as an alternative of political action. In this respect, the feminist movement and the social cyberfeminism is a striking example of the use of online social networks as a means of information and mobilization. Through more creative mechanisms such as blogs, videos, virtual protests with the use of hashtag, feminist collectives take advantage of communicative autonomy to propagate their claims.

In order to understand how the collective narratives are established in Twitter, the conversation network established around the sharing of the hashtag *EuParo* and the International Strike of Women, which occurred on March 8 / 2017, was analyzed. Therefore, a total of 4078 tweets were collected on March 8th through the Twitonomy tool which enabled the identification of the dominant voices, the main points of concern, the positioning and commitment of the participants and also in the alignment between *#EuParo* and others, as well as recognizing how the strategy and main contents circulated in this protest.

Keywords: cyberfeminism, hashtag, Twitter, digital activism

ÍNDICE

Agradecimentos.....	i
Resumo.....	ii
Abstract	iii
Índice de Quadros.....	v
Índice de Figuras	vi
Glossário de siglas.....	vii
Introdução.....	1
CAPÍTULO I – MOVIMENTOS SOCIAIS E O ATIVISMO NO ESPAÇO DIGITAL	3
1.1 A reconfiguração dos movimentos: entre o tangível e o intangível.....	3
1.2 Ativismo: do real para o digital	5
CAPÍTULO II - CIBERFEMINISMO(S) NO BRASIL: DO PRIVADO AO PÚBLICO	10
2.1 Do conceito à prática	10
2.2 Do virtual para o real	12
CAPÍTULO III - TWITTER, TWEET E HASHTAG NETWORKS	17
CAPÍTULO IV: DESENHO DA PESQUISA	21
4.1 Metodologia e tipo de estudo.....	21
4.2 Seleção da hashtag.....	22
4.3 Método de recolha da informação e amostragem	23
CAPÍTULO V: ESTUDO DE CASO: #EuParo.....	24
5.1 Contextualização da Greve Internacional de Mulheres	24
5.2 Análise dos dados	26
5.2.1 Voz dominante	26
5.2.2 Preocupação.....	30
5.2.3 Comprometimento.....	32
5.2.4 Posicionamento.....	33
5.2.5 Alinhamento	33
5.2.6 Perfil das ativistas.....	36
Considerações Finais.....	40
Bibliografia.....	43
Anexos.....	I
Anexo A – Modelo de Análise	I
Anexo B – Amostra da folha de cálculo.....	II
Anexo C – Carta convocatória para a Greve Internacional de Mulheres	III
Anexo D – Mapa com as cidades brasileiras participantes da Greve Internacional de Mulheres ...	V
Currículo.....	VI

Índice de Quadros

Quadro 5.1: Ranking dos perfis com mais seguidoras	26
Quadro 5.2: Ranking dos <i>retweets</i>	28
Quadro 5.3: Ranking dos favoritos.....	29
Quadro 5.4: Ranking dos perfis mais envolvidos na discussão.....	32

Índice de Figuras

Figura 5.1: Imagem de divulgação do Twitaço	25
Figura 5.2: <i>Tweets</i> de ativistas internacionais	27
Figura 5.3: Exemplos das temáticas abordadas	31
Figura 5.4: Nuvem de palavras das <i>hashtags</i> mais citadas.....	33
Figura 5.5: Exemplos da associação de <i>hashtags</i>	35
Figura 5.6: Exemplo de <i>tweet</i> em inglês	35
Figura 5.7: Classificação dupla dos perfis.....	36

Glossário de siglas

TICs – Tecnologias de Informação e Comunicação

SRS – Sites de Redes Sociais

EZLN - Exército Zapatista de Libertação Nacional

IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

GIM – Greve Internacional das Mulheres

PIM – Parada Internacional das Mulheres

PEC – Proposta de Emenda Constitucional

API – Application Programming Interface

RT - Retweet

Introdução

Vive-se em um momento de transformação. O tempo e o espaço são redimensionados por meio das tecnologias de informação e comunicação (TICs) transformando o modo como os indivíduos interagem, se organizam e se comunicam, sendo os seus efeitos sentidos em diversas esferas sociais. Parte desse fenômeno deve-se a internet e às redes sociais online.

É diante deste cenário que o movimento feminista se reconfigura e utiliza o ciberespaço como uma ferramenta de denúncia das desigualdades e violência de gênero e também como um canal de partilha e empoderamento feminino. Assumindo, muitas vezes, uma postura pedagógica os grupos ativistas utilizam as redes sociais online como forma de envolver outras mulheres e homens, instrumentalizando a militância e ampliando assim o movimento em prol da igualdade de gêneros. As táticas utilizadas vão desde a criação de *blogs*, perfis em redes sociais, petições ou a realização de protestos online, sendo o Twitter uma das plataformas mais utilizadas para este fim. De arquitetura simples, este consolidou-se como uma ferramenta de ativismo político na chamada Primavera Árabe e um dos mecanismos mais utilizados para esse fim corresponde as chamadas *hashtags*.

Servindo principalmente como marcadores de assunto, a sua criação e difusão na rede é um fenômeno *bottom-up* e um processo desterritorializado e colaborativo. A sua utilização não necessariamente está voltada a um fim político, no entanto considera-se que o ano de 2015 foi marcado pelo surgimento de várias *hashtags* feministas que evidenciam a efervescência deste debate na internet. Podendo ou não ter um entrelaçamento aos eventos na rua, estes protestos, muitas vezes de caráter espontâneo e sem um agente central, servem antes de tudo como uma forma de gerar conhecimento e despertar a atenção para as situações de violência e direito das mulheres.

Esta nova onda brasileira teve como ponto mais recente, em março de 2017, a organização da Greve Internacional de Mulheres, juntamente com outros 53 países. Com um repertório de ação vasto, para além das paralisações, bandeiras e uso de cores específicas também foi incentivado o engajamento da *hashtag* Eu Paro no Twitter como forma de evidenciar e simbolizar o apoio à causa.

Perante um contexto social em que as desigualdades de gênero ainda são tão profundas, a internet e as mídias digitais podem ser apropriadas pelos movimentos sociais e ativismo como instrumentos de preparação cultural para a mudança, criando condições para exercício de contrapoder. Dessa forma, as redes sociais online podem corresponder, então, ao primeiro degrau na escada do engajamento político.

É, então, enquanto mulher, brasileira e utilizadora dos sites de redes sociais que acompanho o panorama apresentado e que torna essa investigação tão pertinente. Do lado social permite ampliar a discussão em torno da militância feminista e das apropriações da internet enquanto espaço de disputa e de contrapoder e como meio de organização social. Já do ponto de vista sociológico possibilita não só aprofundar o estudo sobre esse novo processo cultural e político que se instala, mas também fornecer

contributos para as investigações da sociologia do ciberespaço, ajudando na legitimação do Twitter enquanto objeto de estudo, tendo como base a ferramenta *hashtag* e a Critical Analysis.

É, portanto, objetivo principal deste trabalho compreender as narrativas coletivas estabelecidas a partir da rede de conversação desenvolvida no site de rede social Twitter por meio da partilha da *hashtag* EuParo. Mais especificamente, propõe-se a: identificar as protagonistas na rede, as zonas de preocupação, assim como o comprometimento, posicionamento e alinhamento entre temáticas e ativistas; compreender como a *hashtag* foi apropriada pelas ativistas; reconhecer os diferentes papéis desempenhados pelas utilizadoras na rede estabelecida e observar se houve uma partilha do sentido da *hashtag*.

O presente estudo divide-se em quatro partes. Na primeira faz-se uma breve reconstituição sobre os movimentos sociais e o ativismo digital; o movimento feminista e o ciberfeminismo no Brasil, além de uma apresentação do site Twitter e da ferramenta *hashtag*. Na seguinte expõe-se o plano de ação para o estudo de caso desde a metodologia, a recolha dos dados, caracterização da amostra e desenho da pesquisa; enquanto a terceira corresponde ao estudo de caso propriamente dito, onde contextualiza-se e é caracterizada a *hashtag* analisada. Por fim, é feita uma reflexão geral sobre o tema e são expostas as dificuldades e limitações do estudo, assim como sugestões para novas abordagens.

Um último destaque: por uma coerência textual à temática feminista e à minha existência, fiz um esforço em escrever em gênero neutro ou, quando não conveniente, no feminino para me referir a homens e mulheres. Sendo a linguagem a base de transmissão de cultura e uma das formas mais sutis de reproduzir e reforçar desigualdades de gênero e diante de uma maioria feminina da amostra fez sentido o exercício de tentar utilizar uma linguagem menos sexista. O desafio que propus a mim mesma e agora ao leitor representa uma pequena subversão, um exercício de escrita e de leitura, e um convite a pensar em formas mais inclusivas de ver o mundo.

CAPÍTULO I – MOVIMENTOS SOCIAIS E O ATIVISMO NO ESPAÇO DIGITAL

1.1 A reconfiguração dos movimentos: entre o tangível e o intangível

Através da participação e influência de um conjunto de diferentes protagonistas sociais é que a sociedade em que vivemos estrutura-se. Institucionais ou alternativos, coletivos ou individuais, por meios tradicionais ou modernos, os indivíduos interagem e disputam poder. Uma vez que as sociedades são contraditórias e conflituosas, Castells (2012: 9) destaca que onde há poder há também contrapoder e, dessa forma, a sociedade civil e os seus integrantes (associações, organizações não governamentais, movimentos sociais e indivíduos organizados) estão na vanguarda de muitas reivindicações contribuindo para uma reconfiguração das relações de poder.

Em uma revisão sobre a obra de Touraine, Gohn (2002: 150) afirma que o processo de criação de normas, identidades, instituições e relações sociais, seja de dominação ou de resistência, surgem no interior da sociedade civil, visto que é nela que reside a capacidade de autorreflexão, sendo esta uma expressão de poder alternativo e uma esfera com capacidade de revitalização política para o Estado. A sociedade civil é, então, um espaço de excelência para dar visibilidade política e pública às contradições do sistema capitalista, sendo muitas vezes a emergência e o desenvolvimento dos movimentos sociais o desdobramento sociopolítico destas mesmas contradições. Têm-se, portanto, nestes dois elementos o espaço propício para a organização e a defesa dos interesses, a partir da elaboração e difusão de valores, cultura e ideologias e também a conscientização dos conflitos e dos contrastes sociais (Duriguetto, Souza e Silva, 2009).

Não sendo a conceituação de um movimento social algo simples, neste trabalho entende-se como um

comportamento coletivo que, em geral, envolve normalmente um grande número de indivíduos com intenção de modificar ou transformar de maneira radical a ordem social vigente ou algumas de suas principais instituições, a partir de uma determinada ideologia e com a utilização de algum tipo de organização e projeto (Mota, 2013:289).

Esta definição comporta as ideias de movimento social enquanto ação, causa e um conjunto coletivo de integrantes, elementos presentes em investigações relacionadas a esta temática, tal como Pereira (2009: 5) evidenciou. É também interessante a perspectiva de Romão (2010: 20) quanto ao sentido de utilização do termo “movimento social” em diferentes trabalhos. Em *lato sensu* o termo refere-se a toda e qualquer ação coletiva e em *stricto sensu* corresponde às mobilizações reivindicativas da sociedade civil contemporânea. Ainda de acordo com o autor, os sentidos amplo e restrito também se relacionam com as tipificações de “velhos” e “novos” movimentos sociais, em respetivo.

Os chamados “velhos” movimentos sociais correspondem às ações coletivas datadas no século XIX e início do século XX cujas pautas de reivindicações por direitos civis, políticos e sociais, estão intrinsecamente relacionadas à classe social, relações laborais e condições de produção. Durante a década de sessenta há o despontar dos chamados “novos” movimentos sociais. De demanda mais simbólica, neste grupo enquadram-se as lutas feministas, pacifistas, ambientalistas, direitos de orientação sexual, raça, etnia, informação, democracia, entre outros. Matos (2012) sugere uma terceira categoria: os novíssimos movimentos sociais. Surgidos nos finais dos anos 90 estes centram-se no misto entre questões econômicas e culturais tendo como panorama a antiglobalização, estando fortemente baseado nas TICs. Gohn (2012) acrescenta que os novíssimos movimentos sociais encontram uma nova onda na crise econômica de 2008, constituindo como foco de disputa as reivindicações de grupo relacionadas aos problemas cotidianos, como emprego, educação, saúde, dívidas, salário, etc., em resumo, a precariedade no trabalho e na vida como um todo.

A divisão entre velhos, novos e novíssimos movimentos sociais é mais ilustrativa do que real, uma vez que os diferentes tipos de movimentos convivem e muitas vezes agregam-se. No entanto, fica evidente a perda da tangibilidade dos focos de reivindicação. Enquanto inicialmente disputavam-se direitos básicos, em especial ligados ao capital e ao trabalho, no segundo momento nota-se uma transição para lutas relativas a causas emancipatórias e de igualdade social, envolvendo aqui uma forte componente identitária culminando em protestos pelo direito a própria existência. A incorporação de valores pós materialistas, do individualismo e de um período histórico de maior estabilidade econômica e menos insegurança ajudam a contextualizar esta transição. Entretanto, o surgimento dos novíssimos movimentos sociais põe em causa esta questão, uma vez que estes têm na sua base insatisfações de ordem econômica e laboral, mas também debatem formas alternativas de democracia, cidadania e participação, respeitando-se os recortes de gênero, classe, raça e etc. e, portanto, contemplando em seu interior aspectos simbólicos.

A diferença entres os variados tipos e fases dos movimentos sociais não se restringe apenas aos pontos de contestação, mas, como Gohn (2010) aponta, passa também pela relação com o público; amplitude das demandas; relacionamento com o Estado e formas de atuação e escolha de novas personagens como oponentes no jogo político. Os movimentos mais atuais diferem pois (1) passando por um processo de redefinição da sua identidade e dos tipos de ações desenvolvidas, estes movimentos focam-se menos em pressupostos ideológicos e reivindicações e mais na geração de saberes e nos vínculos de ligação com a sociedade, discutindo e problematizando a organização da esfera pública de forma criativa, pacífica e inovadora; (2) se antes os movimentos tendiam a críticas e reivindicações de caráter universalista, hoje procura-se a luta e o respeito às diferenças e a demandas próprias; (3) através de uma reconfiguração das relações com o Estado, este, através das suas estruturas, passa a exercer uma forte pressão nos movimentos sociais corrompendo muitas das suas ações e demandas; e (4) devido a causas mais gerais e o desenvolvimento tecnológico, tem-se a formação de redes associativas de

movimentos e uma mudança de oponente. Este deixa de ser apenas o Estado, sendo incorporado outros agentes econômicos.

Em consonância com a classificação acima, Castells (2012:15) afirma que os movimentos surgidos seguem uma organização menos hierárquica e mais participativa, prezando em seu interior pela interatividade e comunicação. Frutos de seu tempo, os movimentos atuais refletem formas mais descentralizadas e reúnem indivíduos bastante diversos, ultrapassando as fronteiras de gênero, idade, etnia, etc. e formando uma organização em rede, além do território nacional. Tal fato foi potencializado graças à internet, TICs e sites de redes sociais (SRS)¹, transformando radicalmente as relações a partir da comunicação mediada por computador.

Há, então, a presença de um outro elemento diferenciador entre as fases do movimento, dessa vez relativa à tangibilidade dos meios e instrumentos de militância. Se para os velhos e novos movimentos, a luta dá-se primordialmente na rua, sendo a dimensão corpo um elemento importante no relacionamento com outras ativistas e como meio de exposição das causas; nos novíssimos o espaço digital é utilizado como recurso organizativo e local de ativismo, conquistando uma centralidade ainda não vista. A internet e em especial os sites de redes sociais servem como elementos de difusão e propagação das causas, de recrutamento e plataformas alternativas de informação em tempo real.

O emprego dos meios digitais traz à tona debates sobre a volatilidade e efemeridade desse tipo de participação política; a importância do corpo na luta e até mesmo sobre a relevância desse tipo de ativismo. Estes temas serão tratados no tópico a seguir.

1.2 Ativismo: do real para o digital

Com o desenvolvimento tecnológico, a internet adquiriu um papel decisivo no cotidiano das sociedades, passando a ocupar um espaço importante de comunicação, interação e organização social e, assim, constituindo-se como o tecido das nossas vidas (Castells, 2001: 15). A centralidade adquirida por esta transformou o modo como os indivíduos exercem as atividades econômicas, sociais, políticas e culturais, sendo cada vez mais presente no espaço público a ideia de que vivemos em uma sociedade em rede. Para Castells e Cardoso (2005), esse conceito corresponde a uma estrutura social favorecida pelas TICs, permitindo a geração, o processamento e a distribuição de informação a partir das agentes dessas redes. Nesse sentido, a informação e o conhecimento passam a constituir fontes de poder e elementos centrais nessa organização.

Tratando-se de uma estrutura dinâmica, a internet e particularmente os SRS podem ser vistos como plataformas para a difusão e ampliação das vozes, tendo sido instrumentos apropriados pelos movimentos sociais e ativistas e utilizados como “uma forma não apenas de atingir o debate não

¹ Neste trabalho os termos sites/plataformas de redes sociais, mídias sociais ou digitais serão intercambiáveis. Por sites de redes sociais entende-se plataformas como o Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter e etc. Este último será discutido mais especificamente no capítulo 3.

conseguido nos media tradicionais, mas um modo de realização da participação cívica” (Cardoso e Lamy, 2011:81). Esse novo espaço é então utilizado como um canal de denúncia e um local de atuação e de exercício de contrapoder, havendo uma quebra do monopólio de emissão da informação e inaugurando uma atuação no ciberespaço.

A utilização da internet enquanto plataforma de atuação e expressão política data desde os seus primórdios, por exemplo com a versão de ativismo embrionário do grupo Community Memory. Este grupo surgido em Berkeley em 1973 tinha por base a democratização da tecnologia e da informação, a partir da utilização de computadores e comunicação eletrônica (Doub, 2016). Entretanto, o ativismo na internet é fortalecido com o desenvolvimento da microeletrônica ao permitir uma maior difusão dos computadores e da própria internet entre a população, sendo, portanto, o Exército Zapatista de Libertação Nacional (EZLN) uma melhor referência. O movimento mexicano é apontado como um dos primeiros a usar deliberadamente a internet, em plena década de 90, como instrumento para divulgar as suas causas e buscar apoio internacional, formando uma rede de solidariedade e articulação mundial com o objetivo de romper o isolamento e o boicote da mídia local. A partir da experiência do EZLN, a evolução das tecnologias digitais e a centralidade conquistada pela internet nas nossas vidas, os velhos e novos movimentos sociais passam a integrar o meio digital utilizando-o como um espaço alternativo de organização e atuação. No entanto, é nos novíssimos movimentos sociais que as ferramentas digitais atingem uma maior dimensão permitindo uma performance ainda mais interativa e em tempo real entre ativistas e a população em geral.

Essa importância adquire ainda mais relevância quando se analisa a transição da *web* 1.0 para a *web* 2.0, pois esta marca também uma mudança no perfil do ciberativismo. Saldoval-Almazan e Gil-Garcia (2014: 367) afirmam que numa primeira fase o ativismo digital envolvia o uso das ferramentas tecnológicas de forma mais tradicional como a invasão de página da internet (*website hacking*), o uso de e-mails para o recrutamento e organização de atividades presenciais, além da construção de páginas de divulgação do grupo ou de protestos. Essa utilização é marcada por uma visão mais estática da internet e de suas potencialidades ficando também perceptível a existência de alguma entidade como centralizadora ou impulsionadora das ações, sendo assim chamada pelos autores de ciberativismo 1.0. Por outro lado, o ciberativismo 2.0 está alicerçado nas redes sociais digitais e tem como pressuposto a co-criação, permitindo uma organização mais descentralizada e sem uma autoridade única. As ações das ativistas acabam por envolver custos mais baixos e também altas possibilidades de disseminação na rede, ampliando o seu campo de ação.

Acontecimentos como a Primavera Árabe, na Tunísia (2011), o Occupy Wall Street, nos Estados Unidos (2011), o movimento 15M, na Espanha (2011), o 15 de setembro, em Portugal (2012) e as Jornadas de Junho (2013), no Brasil são exemplos de manifestações desencadeadas ou fortemente baseadas na presença em SRS. A partir de convocatórias online e do debate gerado nas mídias é que estes movimentos ganharam visibilidade e aderentes às causas.

Nesse caso, Valenzuela (2014: 18) considera os sites de relacionamento dotados de três mecanismos básicos: (1) informação/fonte de notícias; (2) expressão – local de manifestação das opiniões, envolvendo um processo cognitivo e um raciocínio que facilitaria o engajamento político - e (3) ativismo. Na visão das redes sociais como potencializadoras do ativismo considera-se este espaço enquanto local para se aderir a causas e se informar sobre mobilizações, possibilitando que pessoas antes desmobilizadas engajem-se em causas políticas e sociais no meio online e ampliando as chances de uma participação no meio offline.

A potencialidade destes sites liga-se à incorporação de um novo paradigma de comunicação. Passando de um modelo essencialmente interpessoal (relação simétrica), para a comunicação de um para muitos, chegando, com o apogeu tecnológico, a comunicação de massas. O paradigma atual centra-se no modelo chamado auto comunicação de massa (Castells, 2009: 55). Este, através da rede, pode potencialmente atingir uma audiência global e concomitantemente ter uma mensagem produzida a partir da experiência e do ponto de vista pessoal, além de haver um direcionamento sobre os potenciais públicos destinatários e das respostas recebidas (*idem*). Apesar das suas diferenças, todos esses modelos conversam entre si e não são excludentes. A autocomunicação de massa associado aos três mecanismos das redes sociais online potencializam as possibilidades do ativismo no espaço digital, formando este uma nova arena política e um espaço de confluência de interesses individuais e coletivos.

Desta forma, o ativismo digital enquanto fenômeno compreende uma série de práticas que “transcendem as fronteiras espaciais das redes presenciais e criando, portanto, territórios virtuais cujas configurações se definem pelas adesões a uma causa ou por afinidades políticas, culturais ou ideológicas” (Scherer-Warren, 2005: 83).

A tecnologia passa então a ser utilizada como um vetor de agregação e intervenção social. Por meio de protestos virtuais, correio eletrônico, grupos de discussão, fóruns e manifestos online consegue-se estabelecer um diálogo entre os espaços públicos e virtual criando um terceiro espaço: “esse novo espaço público, espaço em rede, situado entre os espaços digital e urbano, é um espaço de comunicação autônoma” (Castells, 2012:16) ou, segundo Zafra (2010, *apud* Padilla, 2012: 63) a constituição de uma esfera público-privada online, funcionando como uma arena complementar de mobilização e politização (Moraes, 2001). Nesse sentido, a internet passa a ser vista como um novo espaço interacional, uma realidade híbrida, com a capacidade de organizar grupos e aproximar pessoas em contextos fraturados.

Contudo, se o espaço digital se apresenta como um local de livre debate e de organização e com grande potencialidade para atingir e envolver pessoas, há críticas quanto à volatilidade e efemeridade do ativismo digital. Consoante Sebastião e Elias (2012: 62) há três perspectivas acerca da relação entre a internet e a participação dos indivíduos: (1) na visão otimista reconhece-se a importância e a validade da rede enquanto veículo de envolvimento cívico e de debate político; (2) na vertente cética a internet é vista como um meio de comunicação, não tendo poder de aumentar ou diminuir o envolvimento político, uma vez que este é determinado a partir do contexto social e, por fim, (3) o ponto de vista pessimista

que considera a internet como um meio de reforço das relações de poder e dos padrões de participação já existentes.

Sendo assim, coloca-se a questão: será que nos sites de redes sociais e internet há realmente ativistas ou estamos diante de *slacktivists*²? O termo *slacktivism*³ passou a ser utilizado após a efervescência do ativismo digital e das redes sociais digitais. Proposto por Fred Clark e Dwight Ozard em 1995 este tinha inicialmente uma conotação positiva, sendo concebido a partir da junção das palavras “*slacker*” e “*activism*” referindo-se a atividades realizadas por jovens para afetar a sociedade em uma microescala pessoal (Christensen, 2011). Entretanto, com o passar do tempo, a expressão ganhou um sentido negativo sendo associada a práticas que são realizadas facilmente requerendo um mínimo de esforço (Morozov, 2009). Também chamado de ativismo – *like* (Sebastião e Elias, 2012: 65), ativismo de sofá (Valenzuela, 2014: 24) ou *clickativism* (Goldsborough, 2011: 13) este é considerado um ativismo passivo, preguiçoso, uma vez que não é necessário grande dispêndio de energia para realizá-lo.

Nesse sentido, mais do que o êxito do protesto virtual, do gosto das páginas ou da petição assinada o que realmente conta nessas atividades é o sentir-se bem através do clique, sendo mais uma valorização do *self* do que mudança social.

Apesar da atualidade dessa discussão, o ativismo preguiçoso não está confinado ao espaço virtual. Goldsborough (2011) afirma que a compra de adesivos, camisetas, pulseiras são práticas comuns a diversos movimentos e que servem para anunciar o apoio, promovendo uma certa satisfação pessoal, sem ter que fazer realmente alguma coisa. Outras situações podem ser o boicote a lojas/produtos, abaixo-assinados, vestir roupas de uma determinada cor, mudar a foto do perfil, utilizar uma *hashtag*, entre outros. O ponto da questão não é necessariamente a realização dessas atividades, estas podem ser úteis em determinados contextos, entretanto o que se levanta aqui é o ativismo que fica circunscrito a essas práticas não levando a uma reflexão ou a atuações com um real impacto político.

Knibbs (2013) destaca a importância de distinguir o *slacktivism* do *suckerism*. Enquanto o “*slack*” envolve atividades que suportam minimamente uma causa legítima, o “*sucker*” está relacionado às pessoas que não compreendem a internet e que atuam, por exemplo, compartilhando fotos de bebês doentes acreditando que estes serão salvos, a partir de um gosto ou ao atingir uma determinada quantidade de partilhas. Neste caso, considera-se que as atividades nas redes sociais “podem ser vistas como potencialmente prejudiciais para a qualidade da vida política e cívica já que elas distraem os cidadãos de fazer mais contribuições importantes e significativas” (Skoric, 2012: 77). Gladwell (2010) argumenta que práticas tidas como passivas diminuem a chance de um ativismo “real”. Isto posto, uma das fragilidades do ativismo em espaço digital seria a falta de laços fortes entre as ativistas de sofá que

² Optou-se por conservar o termo em inglês, uma vez que na pesquisa bibliográfica percebeu-se que as referências ao termo em português são escassas. Este será discutido apresentando possíveis traduções a seguir.

³ Segundo o dicionário para novas palavras *WordSpy* o termo *slacktivism* teve uma breve aparição em 1995, sendo recuperado em uma discussão sobre ativismo digital nos anos 2000 e utilizado pela mídia a partir de 2001.

enfraqueceria as conquistas, visto o baixo capital de confiança e interconhecimento que dificultam a continuidade das ações no tempo. Assim,

a combinação de engajar-se em atividades de baixo esforço, com ausência de uma unidade e vigor emocional, característica de ativismo tradicional, emparelhado com a motivação narcisista para a construção de identidades para impressionar os amigos online, faz com que os participantes do ativismo digital suscetível à crítica de ser *slacktivism* (Skoric, 2012: 81).

Entretanto, segundo dados do Datafolha e F/Nazca (2015), 6 em cada 10 internautas acreditam que as redes sociais contribuem para a mudança de opinião a respeito de algum problema social, sendo o principal meio para informar-se sobre os movimentos sociais (afirmação de 75% dos participantes) e mobilizações (39%). Dos 45 milhões de homens e mulheres que já participaram de movimentos sociais, a maior parte das ativistas destacam a importância de ações na rua, no entanto 26,8 milhões destas utilizam a internet ou ambos (espaço online e presencial) para se manifestarem, sendo as opções de curtir, comentar, partilhar ou *retweet* conteúdos as principais ações desenvolvidas. A internet serve então para muitos como uma forma de aproximação a discussões e como um meio de informação e, se o ativismo digital pode ser visto como uma ação individual, este também tem a potencialidade de ser um veículo de divulgação de atividades e de reunião de simpatizantes.

Deste modo, evidencia-se a existência de pelo menos dois lados: de um, as ações de ativismo na internet são lidas como irrelevantes e de importância reduzida na contestação do *status quo*, de outro, reforça-se a ideia da necessidade de se estabelecer e manter um debate aberto no ciberespaço de forma a disseminar informações e mobilizar ou envolver novas participantes no universo virtual e para além dele. Neste último o digital é visto como um meio e não um fim em si, ou seja, mais do que uma tecnologia da informação, a internet adquire contornos de uma tecnologia social promovendo socialização e sociabilidade (Cardoso, 1998). Esta abordagem também é marcada por um olhar diferenciado e uma reconfiguração dos propósitos e das estruturas de ação dos movimentos e grupos políticos. Estes redimensionam o seu foco de atuação, concentrando-se em primeiro plano ao nível da consciência trabalhando na difusão de valores, ideias e princípios do que necessariamente numa disputa pelo Estado. Assim questionamentos quanto a estabilidade ou continuidade das atividades são vistas de modo mais abrangente.

É com base nesta perspectiva que será abordada a reestruturação do movimento feminista, em especial no contexto brasileiro.

CAPÍTULO II - CIBERFEMINISMO(S) NO BRASIL: DO PRIVADO AO PÚBLICO

2.1 Do conceito à prática

Ao longo do tempo o feminismo problematiza a si mesmo, assumindo um estado de permanente (des)construção e, diante de um posicionamento tão múltiplo, adotar um determinado conceito não parece ser adequado. A pluralidade é aqui representada a partir do entendimento bastante amplo de movimento que objetiva uma sociedade sem hierarquização de gêneros, onde estes não sejam utilizados como forma de conceder privilégios ou legitimar opressões. O feminismo é uma filosofia que reconhece que homens e mulheres têm experiências diferentes e reivindica que pessoas diferentes sejam tratadas não como iguais, mas como equivalentes (Narvaz e Koller, 2006).

Manuela Tavares (2008: 10) aponta que o termo feminismo surgiu em França, entre os anos 1870-1880 e propagou-se para outros países no virar do século XIX-XX, ocorrendo em 1878, o primeiro congresso de cariz feminista e internacional. Entretanto, pode-se dizer que os ideais feministas começam a ser expressados antes do próprio termo, nomeadamente em obras e personalidades do período renascentista.

Seguindo a recorrente divisão em três vagas, estas referentes a diferentes períodos do tempo e, portanto, circunscritas pelos diferentes contextos sócio-político-históricos, é que Maria Helena Santos (2015) reconstrói a história do movimento feminista. A Primeira Vaga emerge com a queda do Antigo Regime e tem como pano de fundo a problemática gerada pela Revolução Francesa, Revolução Industrial, o sistema capitalista e as duas grandes guerras (Nogueira, 2001, *apud* Santos, 2015: 62). Nesta fase as preocupações eram a emancipação das mulheres e a reivindicação da sua incorporação ao Estado Moderno, enquanto cidadãs. Destaca-se aqui o movimento sufragista e a luta pela igualdade nas leis, principalmente o direito ao voto e à educação. A Segunda Vaga reflete à explosão de movimentos sociais de contestação surgidos no Pós-Guerra, entre os anos 60 e 80 do século XX. Nesse momento, a luta das mulheres tinha como foco a libertação das mesmas, principalmente das que se dedicavam aos cuidados domésticos, vistas como dependentes, subvalorizadas e oprimidas pelas sociedades patriarcais. A conquista da “igualdade legal” em alguns lugares tornou esse período bastante complexo trazendo dificuldades não só no reconhecimento da persistência da opressão como também na explicação da mesma (Álvarez, 2002, *apud* Santos, 2015:64). É durante este momento histórico que surge o lema “o pessoal é político”. Por fim, Santos anuncia o período mais recente como sendo a Terceira Vaga, cuja uma das principais preocupações diz respeito a crítica ao androcentrismo na ciência e também a uma requalificação da noção da categoria “mulher”, incluindo aqui a interseção do gênero com outras variáveis como a classe social, raça/etnia, orientação sexual, idades e etc., destacando a diversidade existente, inclusive nas formas de opressão, chegando até mesmo ao debate de uma desconstrução completa das categorias como forma de conquistar a libertação de todas as pessoas.

É importante salientar que para além da divisão em vagas e da generalização das reivindicações apresentadas anteriormente, dentro do movimento feminista coexistem múltiplas correntes (liberal,

socialista/marxista, maternalista, radical, interseccional/pós-moderno, entre outras) não se admitindo a concepção de um movimento unívoco ou singular. Com objetivos e pressupostos próprios que formam um grande mosaico, a utilização do plural é também pertinente a fim de se representar as diferentes linhas de pensamento e ação existentes. Mesmo com discursos múltiplos e de variadas tendências, mantêm-se como base comum a busca por equidade de direitos, a libertação dos padrões de opressão baseados principalmente em normas de gênero e a conquista de autonomia e empoderamento feminino. É por promover uma ruptura paradigmática da ideologia dominante – machista e patriarcal – que a movimentação em torno da causa feminista pode ser considerada como possivelmente o “fenômeno subversivo mais significativo do século XX” (Valente *apud* Santos e Barros, 2015).

Seguindo as movimentações na Europa e nos Estados Unidos, Ribeiro (2016: 9-10) afirma que no Brasil a primeira onda feminista teve início no século XIX com reivindicações voltadas para questões como o direito ao voto e à vida pública, destacando o nascimento da Federação Brasileira pelo Progresso Feminino, em 1922. É na década de 70, durante a crise na democracia, que a segunda onda começa. Com temas pela valorização do trabalho da mulher, direito ao prazer e contra a violência sexual e o combate à ditadura militar, sendo a militância formada principalmente por estudantes universitárias. Enquanto na terceira onda, de início da década de 1990, discutiu-se os paradigmas propostos pelas ondas anteriores, destacando-se, então, a importância dos recortes de classe social e raça, pois as opressões atingem as mulheres de modos diferentes e, em um país marcado pela miscigenação e desigualdade social, estas especificidades são ainda mais sobressalentes. Neste período a discussão sobre os direitos à saúde, à sexualidade e à reprodução são importantes, assim como a da violência contra as mulheres.

Com a popularização da internet nos anos 80 e 90 há a construção de um espaço de ativismo feminista possibilitando uma maior propulsão e catalisação das ideias junto aos diferentes públicos. É neste contexto que o ciberfeminismo dá os seus primeiros passos no mundo. Este fenômeno político e social pode ser definido como um conjunto de estratégias estético-políticas-comunicacionais orientadas à cultura eletrônica, sobretudo à internet e à tecnologia digital (Ferreira, 2015; Miguel e Boix, 2015), vê no desenvolvimento das TICs novas possibilidades de participação feminina e na possibilidade de apropriação destes instrumentos e seus processos para uma redistribuição do poder, ainda que esta continue assimétrica. Essa noção foi bastante influenciada pela obra de Donna Haraway⁴, do ciberpunk, e pelos contextos artísticos e ativistas em torno da internet (Ferreira, 2015).

O movimento ciberfeminista teve diferentes origens pelo mundo, em alguns países europeus, na América do Norte e principalmente na Austrália com a atuação do grupo VNS Matrix⁵ em 1991. Nestes contextos as problematizações das questões de gênero envolveram diferentes estratégias como a

⁴ Manifesto ciborgue - ciência, tecnologia e feminismo socialista no final do século XX (1985).

⁵ O grupo composto por mulheres que através de práticas subversivas questionava os discursos de dominação e controle no ciberespaço.

produção audiovisual, experiências de midiarte, fotografia, etc., sendo a desconstrução estética-artística-política o foco.

Se no início da atuação em meio digital, o ciberfeminismo era enquadrado como radical ou conservador, a atuação no século XXI caracteriza-se como ciberfeminismo social (Miguel e Boix, 2013:57). Neste modelo o pressuposto é a união das mulheres como forma de atingir o empoderamento e mudar as estruturas do patriarcado, sendo a internet e as mídias sociais locais não só de difusão da ideologia feminista, mas também de (re)criação de práticas e de problematização da vida social. Nesse modelo mais do que chocar, o objetivo do comportamento político é promover o diálogo numa perspectiva pedagógica de atuação, a partir do cotidiano das mulheres.

Esta prática feminista em rede pode ser vista tanto como uma nova corrente quanto uma nova vaga. Se a multiplicação de diferentes correntes ocorreu por sucessivas cisões internas, resultando em grupos com variadas propostas identitárias, Lemos (2009: 9) afirma que os distintos coletivos ciberfeministas seguiram uma lógica contrária ao buscarem a internet como forma de aproximação para trocas e ações de diferentes fundos culturais em conjunto. Por outro lado, pode ser interessante pensar que a massificação e democratização do feminismo, proporcionada pelas tecnologias digitais, levou a uma nova onda de feministas conectadas *na* rede e *em* rede, podendo este ser o início de uma chamada “quarta vaga” (Queiroz, 2016: 29). No entanto, esta pode ser nada mais do que uma reconfiguração das estratégias ciberfeministas nos modos de ser e estar no espaço digital repensando a sua atuação e discurso e problematizando as questões de gênero, para além da questão estética.

Ocorrendo de maneira desterritorializada, as práticas ciberfeministas adaptam-se às questões temporais e culturais de cada contexto onde surge de modo que “no contexto brasileiro fazem-se necessários outros modos de enfrentamento devido às questões e diferenças econômicas, educacionais e culturais do país” (Lemos, 2009: 87). Portanto,

o ciberfeminismo em sua multiplicidade permite tanto o questionamento político através da atuação de redes ativistas (como no caso do Brasil) bem como a manifestação e construção de novos símbolos, linguagens e representações do feminino perante essas redes tecnológicas através da atuação de mulheres artistas em diferentes partes do mundo (*idem*).

Este fenômeno encontra novo fôlego com o acentuado desenvolvimento da web 2.0. Por suas características inerentes (facilidade na utilização, produção de conteúdo autônomo e a construção de plataformas em que a troca de informação é facilitada) há a possibilidade de articulação de um conteúdo feminista mais próximo e direto, sem precisar da avaliação prévia de veículos jornalísticos tradicionais, como rádio, televisão, jornal e revista, gerando uma auto – inclusão.

2.2 Do virtual para o real

Embora o acesso à internet ainda não esteja completamente difundido na sociedade brasileira é inegável a rapidez com que esta invade os domicílios. Se em 2000 apenas 2,9% da população tinha acesso à

internet, em 2017 este número sobe para 65,9% (Internet Usage Statistics, 2017). Os dados mais recentes indicam que o país atingiu em 2014 aproximadamente 94,2 milhões (correspondendo a 55% da população com 10 anos ou mais de idade) e desses estima-se que 71,6 milhões de pessoas estejam presentes nas redes sociais online, em especial a categoria dos 16 a 24 anos (Relatório do Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2015).

No entanto, se a velocidade de penetração da internet pode ser vista como um indicativo de modernidade, em paralelo tem-se uma realidade contrastante em que uma em cada cinco mulheres reconhece ter sido vítima de violência familiar ou doméstica (Data Senado, 2013) e estimativas do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) apontam que no mínimo 500 mil mulheres são vítimas de estupro a cada ano no país, sendo dessas 70% crianças e adolescentes e 51% menores de 13 anos (BBC Brasil, 2015). A violência física, seguida de psicológica e sexual são os tipos mais frequentes (Waiselfidz, 2015).

Diante desse cenário alarmante em 2006 foi promulgada a Lei 11.340, conhecida como Lei Maria da Penha, e em 2014 a Lei 13.104, de 9 de março de 2015, que torna o feminicídio⁶ crime hediondo, um marco político na luta pelos direitos das mulheres no Brasil. Mesmo assim, dados mais recentes do Atlas da Violência mostram que aproximadamente treze mulheres são assassinadas por dia no Brasil (IPEA & FBSP, 2016). Para Waiselfisz (2015), a violência contra a mulher está naturalizada na sociedade brasileira e esta vem como uma maneira de punição ou correção para aquelas que fogem dos padrões machistas ou patriarcais.

No campo econômico e político a desvantagem feminina também é preocupante. Ocupando o 79º lugar de 144 países no ranking total do Global Gender Gap do World Economic Forum (2016), os indicadores relativos a paridade de rendimentos nas mesmas funções (posição 129/144) e presença de mulheres no parlamento ou similar (120/144) são os que revelam maior assimetria de gênero. Esta discrepância acaba por ser ilustrativa da reduzida autonomia econômica e da pouca representatividade na política, sendo este um fator preocupante, pois sem o poder econômico ou político (institucional e formal), a garantia dos direitos das mulheres fica ainda mais incerta.

Nesta realidade tão contratante e problemática o movimento feminista se reconfigura e invade o ciberespaço. As táticas utilizadas vão desde a criação de *blogs*, perfis em sites de redes sociais, petições, a promoção de campanhas, protestos online e etc.

De realçar que Haje (2003) identificou 19 sites brasileiros ligados a organizações e/ou práticas feministas entre 2001 e 2002 e também o levantamento realizado por Negrão (2006) dos sites feministas nos quais destaca: Rede Feminista de Saúde (www.redesaude.org.br), Cfemea (www.cfemea.org.br), Agende - Ações de Gênero, Cidadania e Desenvolvimento (www.agende.org.br), Geledés (www.geledes.org.br), Rede Mulher de Educação (www.redemulher.org.br) e SOF - Sempre Viva

⁶ Feminicídios correspondem aos assassinatos de mulheres decorrente de violência doméstica ou de discriminação de gênero

Organização Feminista (www.sof.org.br). Acrescenta-se à esta lista iniciativas mais recentes como Think Olga (<http://thinkolga.com/>), Não me Kahlo (<http://www.naomekahlo.com/>), Blogueiras Negras (<http://blogueirasnegras.org/>) e Escreva Lola Escreva (<http://escrevalolaescreva.blogspot.pt/>). Estes e tantos outros grupos atuam em diferentes frentes, isto é, possuem um canal mais estático como sites ou blogs ao mesmo tempo em que estão presentes no Twitter, Facebook, YouTube, Instagram, etc., a cada dia surgindo novos nós feministas na rede, seja para promover a organização ativista; reflexão; conteúdo irônico; provocativo; prática institucional; movimentos mundiais; e entre várias possibilidades (Tomazetti e Brignol, 2015).

Aliado a uma crescente participação e visibilidade na internet, o movimento feminista brasileiro sai do seu estado de latência e retorna às ruas. Alvarez (2014) atribui esta partida e a complexa formação política do feminismo atual às chamadas Jornadas de Junho em 2013. Estas corresponderam a um conjunto de manifestações populares ocorridas em mais de 12 cidades do Brasil e que reuniu mais de 1 milhão de pessoas. Iniciou-se a partir do Movimento Passe Livre, uma demanda pontual voltada à democratização dos transportes públicos, e diante de casos de extrema violência veiculados em diversas mídias, especialmente redes sociais online, a população indignada foi às ruas em solidariedade e expondo as mais diversas insatisfações, desde a pauta original dos transportes, a educação, violência de gênero, saúde, entre muitas outras. Este movimento espontâneo teve por base o Facebook e o Twitter como espaços de organização e fonte de notícias. Apesar do inegável impacto das Jornadas de Junho na reorganização do ativismo brasileiro e de ter sido um momento de forte indignação como há muito tempo não se via a atual efervescência feminista foi um fenômeno progressivamente construído.

O marco histórico do florescimento feminista foi o ano de 2011 com a organização da Marcha das Vadias. Tendo sua origem a partir da “SlutWalk” ocorrida no Canadá⁷, a marcha teve (e tem) como principal objetivo a denúncia sobre as formas de repressão e violência contra o corpo feminino, alastrando-se na rede, reunindo mulheres de vários lugares e sendo organizada e reproduzida em vários países e estados brasileiros todos os anos desde então. Ferreira (2015: 221) considerou a *Marcha das Vadias* “um dos acontecimentos mais importantes nos últimos cinco anos neste cenário, surgido da articulação entre redes digitais e ocupação do espaço público que também criou nódulos relevantes em meio a essa teia político-comunicacional”.

Outro momento importante foi o protesto, criado em 2014, a partir da *hashtag* NaoMerecoSerEstuprada em resposta a uma pesquisa intitulada “Tolerância social à violência contra as mulheres”⁸ do IPEA. Em consonância com os intuítos da Marcha das Vadias, este protesto denunciava

⁷ A SlutWalk corresponde a protestos transnacionais que tiveram início em 2011 em Toronto (Canadá) a partir do comentário feito por um policial de que as mulheres não deveriam usar um determinado estilo de roupa como precaução para agressões sexuais. Através da internet o movimento espalhou-se e vários outros protestos foram organizados no mundo, tendo como referência os direitos das mulheres.

⁸ Nesse estudo, 65% dos entrevistados (de um total de quase 4 mil pessoas) concordavam com a afirmação “Mulheres que usam roupas que mostram o corpo merecem ser atacadas”. Uma semana depois, foi

o machismo e a cultura do estupro que responsabiliza as mulheres pelas agressões e incentivava a publicação de fotos com a *hashtag*.

Vê-se no espaço público o ressurgimento da reivindicação pelo direito ao próprio corpo. O ciberespaço atua como local de denúncia das desigualdades e violência de gênero e também como um canal de partilha e empoderamento feminino. Assumindo, muitas vezes, uma postura pedagógica os grupos ativistas utilizam as redes sociais online como forma de envolver outras mulheres e homens, instrumentalizando a militância e ampliando assim o movimento em prol da igualdade de gêneros.

A organização feminista na internet encontra, então, o seu ápice em 2015 com a veiculação de vários protestos, principalmente, no Twitter, a partir da ferramenta *hashtag*, sendo alguns exemplos: #meuamigosecreto; #primeiroassedio; #vamosfazerumescândalo e #vamosjuntas. Toda esta ebulição provocada pelo debate feminista na internet foi chamada de Primavera das Mulheres (Revista Época, 2015).

Estes protestos servem antes de tudo como uma forma de gerar conhecimento e permitem que relatos de abuso emocional, físico ou sexual ou agressão venham à tona auxiliando, muitas vezes, no processo de aceitação e superação do trauma. Os depoimentos pessoais expostos pelas próprias personagens explicitam uma situação pessoal, possivelmente considerada normal, como um problema social e o quarto, antes lugar de isolamento, transforma-se em um espaço de luta. A mudança do discurso e a aproximação com o cotidiano de meninas e mulheres, por meio da partilha de experiências, viabiliza construir uma visão mais ampla do próprio movimento e o debate que antes estava localizado nas universidades ou espaços restritos expande-se agregando aquelas e aqueles que se encontram na periferia das discussões e facilitando que o descobrir-se feminista aconteça para muitas pessoas.

Muitas vezes de caráter espontâneo e sem uma centralidade, estes protestos, constituem-se enquanto um ciberacontecimento, seguindo “lógicas específicas das plataformas instituídas no ambiente digital tanto no que diz respeito à sua produção quanto à sua disseminação” (Henn, Hoehr e Berwanger, 2012: 104-105) e, apesar de ser produzido no ciberespaço, os protestos podem se referir a uma realidade exterior ou transcender à conversação online.

Estas discussões ganham proporção e num exercício de retroalimentação, as discussões feministas invadem telenovelas, jornais, programas de televisão, a Academia e os relatos e as experiências extrapolam os limites do quarto, tendo sido diversos protestos materializados em livros como “Meu Corpo Não É Seu” (Think Olga) em 2014, “Vamos juntas?” de Babi Souza (idealizadora do #movimentovamosjuntas), “Você já é feminista!” (organização de Nana Queiroz, iniciadora do #nãomereçoserestuprada) em 2016, “#meuamigosecreto – Feminismo além das redes” do coletivo Não me Kahlo em 2016 com os resultados do protesto.

constatado um erro na divulgação dos dados e os 65%, na verdade, discordavam da afirmação o que não invalidou o protesto, mas trouxe muitas críticas. Disponível em: http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=21971

Vê-se, portanto, que as discussões ocorridas no ciberespaço não ocorrem numa realidade descolada, mas sim são uma extensão do social que conquista cada vez mais visibilidade nos meios tradicionais de comunicação que antes excluía este tipo de debate. Mesmo com uma atuação forte nas redes digitais, a presença da luta corporificada ainda se mantém e, se a princípio o ativismo na internet parece encerrar ou diminuir a sua importância, isto, na verdade, não se concretiza. Muitos dos protestos online traduzem-se nas ruas, se não em forma de passeatas, mas na forma de conversas, de pequenas manifestações que vão crescendo e tomando forma.

Estas conversas que podem ser iniciadas em salas de aula, corredores também ganham espaço e são estimuladas nos sites de redes sociais. Uma das principais plataformas utilizadas pelos coletivos e ativistas é o Twitter. Dessa forma e, antes de partir para o caso prático, convém melhor explicitar as potencialidades e especificidades desta plataforma.

CAPÍTULO III - TWITTER, TWEET E HASHTAG NETWORKS

Fundado em 2006 por Jack Dorsey, Biz Stone e Evan Williams, o Twitter é uma plataforma digital de *microblogging*⁹. Estima-se a existência de 328 milhões de participantes mensais em atividade (Twitter, 2016), 100 milhões destas ativas diariamente e emitindo aproximadamente 500 milhões de mensagens/dia (Aslam, 2017). Em um estudo realizado pela agência de publicidade 360i, em 2014, o Twitter estava em terceiro lugar entre as plataformas de redes sociais de mais acesso, registrando uma das maiores taxas de crescimento no mundo em relação ao uso da ferramenta. Com o surgimento e crescimento de outros sites, o Twitter já perdeu este lugar de destaque, entretanto ainda mantém uma base constante de crescimento anual e o Brasil é atualmente o segundo país com maior população nesta plataforma (E-Marketer, 2016).

A partir de mensagens públicas com o máximo de 140¹⁰ caracteres (conhecidos como *tweets*) os indivíduos enviam e recebem atualizações dos seus contatos. Com uma arquitetura diferenciada, no Twitter as pessoas podem seguir e serem seguidas, não sendo necessária uma reciprocidade, e assim os laços formados nesta plataforma são de caráter unidirecional.

Desta forma, no mural, é possível visualizar, replicar (*retweet - RT*) e trocar mensagens públicas (através do uso do “@” antes do nome do perfil, chamado de *mentioning*) ou privadas (*direct message*) com outras pessoas.

Inicialmente o Twitter tinha como questão de partida “O que você está fazendo?” com o objetivo de estimular os indivíduos neste site a partilhar informações acerca do seu cotidiano, sendo este serviço concebido pelos seus criadores como um sistema de atualização de status móvel comparável ao *Short Message Service*¹¹ (SMS) numa espécie de diário virtual. No entanto, ao longo do tempo, os indivíduos deram um caráter diferenciado à rede, sendo frequentemente aplicado como uma fonte de compartilhamento de notícias e informações públicas e um canal de denúncia, alterando a sua estrutura e funcionalidades. Assim, em 2009, foi percebido que “o modelo fundamentalmente aberto do Twitter criou um novo tipo de rede de informação e que há muito tempo superou o conceito de atualizações de status pessoais”. (Stone, 2009), alterando-se a pergunta inicial para “o que está acontecendo?” o que marcou uma nova fase para o site. Essa alteração também é permeada pela discussão acerca do Twitter enquanto rede social ou rede de informação, uma vez que o caráter pessoal da rede dá lugar a uma agência de notícias. Fiamma Zarife, diretora geral do Twitter no Brasil, conclui que o papel do Twitter no ecossistema digital é como uma rede de interesses e que a sua principal característica é a possibilidade

⁹ Semelhante ao blog, este é um serviço em que os indivíduos, através de textos e imagens, fazem publicações com um número limitado de caracteres.

¹⁰ Os criadores do Twitter estudam a possibilidade de ampliar o número de caracteres na tentativa de aumentar o interesse de mais pessoas pelo serviço.

¹¹ Serviço de mensagens curtas enviadas a partir de dispositivos móveis.

de buscar um conteúdo específico e em tempo real e é isto que difere este site de tantos outros (Paiva, 2017).

Kwak *et al.* (2010) concluem que, além da unidirecionalidade, a topologia da relação entre pessoa seguida-seguidora foge de todas as características conhecidas das redes sociais humanas dado a baixa interação. Primo (2003, *apud* Recuero, 2009: 32) estabelece que na comunicação mediada por computador há interações mútua e reativa, sendo a

(...) interação mútua aquela caracterizada por relações interdependentes e processos de negociação, em que cada interagente participa da construção inventiva e cooperada da relação, afetando-se mutuamente; já a interação reativa é limitada por relações determinísticas de estímulo e resposta.

Pode-se cruzar ainda este modelo de interação com os laços do tipo associativo e dialógico (Recuero, 2009: 40). No associativo, o relacionamento e a interação tende a ser reativa, forma-se ou associa-se àquele grupo por uma questão identitária e de pertencimento. Enquanto os laços dialógicos são formados a partir de uma interação mútua que envolve a participação das agentes de forma mais engajada. Estas formas não são excludentes podendo transformar-se ao longo do tempo. Os laços sociais ainda podem ser classificados entre fortes ou fracos (Granovetter, 1973: 1361), sendo os fortes baseados na proximidade e os fracos em trocas mais esparsas. Estes últimos têm um importante papel na manutenção da rede e na sua ampliação, visto que quanto mais indivíduos conectados maior a densidade.

Seguindo esta lógica, acresce-se a ideia de que a estrutura do Twitter permite a constituição de audiências ilimitadas, sendo as narrativas dos usuários espalhadas a partir de uma autocomunicação de massa (Castells, 2009). A ressignificação do paradigma comunicacional evidencia a autonomia conquistada pelos indivíduos na emissão, seleção e organização das mensagens que veicula e que recebe.

Tais características aliadas a versatilidade na constituição das conexões transformaram o Twitter em uma plataforma bastante utilizadas pelas ativistas feministas, em especial, na promoção de protestos a partir das *hashtags*.

As *hashtags* são palavras-chaves indicadoras de assunto e que são precedidas do símbolo #. Inicialmente, em 2006, o Twitter não apresentava esta funcionalidade e foi incorporada à plataforma em 2007, a partir da sugestão de uma pessoa usuária do site (Chang, 2010) com o objetivo de organizar o conteúdo circulado na plataforma. Os termos mais populares em um certo período são dispostos numa lista chamada *trending topics* (assuntos do momento).

Bruns e Burgess (2011) indicam as *hashtags* como ferramentas essenciais para a utilização do Twitter enquanto meio político. Em um exemplo de *social tagging* ou *folksonomy*, as *hashtags* podem ser criadas por qualquer pessoa e o seu compartilhamento independe da relação entre perfis, sendo, portanto, a sua emergência um fenômeno *bottom-up*, pois é um movimento orgânico que vem de baixo para cima a partir de comportamentos coletivos.

As *hashtags* surgiram inicialmente como proposta de classificação das mensagens em temáticas (boyd, Golder e Lotan, 2010). Entretanto, Yang *et al.* (2012) identificam uma dupla função no uso das *tags*. Estas reúnem tanto o papel de marcadores de conteúdo, possibilitando, assim, uma organização e recuperação das informações, mas também podem servir como um indicativo ou símbolo de pertença a uma comunidade. O uso de *tags* como sistematizadores de assunto não é recente, no entanto a nova funcionalidade encontrada como identificação, formação e participação de uma comunidade é um papel que foge do uso tradicional. A sua adoção representa o interesse do indivíduo naquele assunto ou a sua intenção em fazer parte daquela comunidade. Nesse sentido, Zappavigna (2015) destaca a versatilidade linguística das *tags* para construir sentidos mais estruturais e interativos, enquanto Huang, Thornton, Efthimiadis (2010) apontam para o seu uso como elemento integrante da própria mensagem, sendo chamada de “*conversational tagging*”.

As linhas de conversação criadas em torno da utilização das *hashtags* também são relacionadas à emergência e formação de determinados grupos e comunidades voltados à um tema (Bruns & Burgess, 2011). Os públicos *ad hoc*, como são chamados pelos autores, formam uma comunidade específica para aquele fim, sendo assim limitadas, a princípio, pelo uso da *hashtag* ou no caso pela duração de um protesto. Entretanto nem todas as comunidades formadas em torno de uma *hashtag* seguem este padrão, uma vez que algumas comunidades podem se formar em antecipação a algum evento previsível formando públicos *praeter hoc* (Bruns & Burgess, 2015). Entretanto, independente de ser um fenômeno planejado ou não, os autores identificam a existência de diferentes papéis dentro dos públicos, como¹²: fonte de informação, líder comunitário, comentador, conversador e *lurker*¹³ (*idem*:15).

As *hashtags networks* são baseadas na ação e inteligência coletiva (Amaral e Sousa, 2010) e, mesmo que o fluxo de mensagens produzidas no Twitter não necessite de uma relação direta entre as pessoas e envolva uma organização mais periférica, a conversação que daí se estabelece ocorre a partir da partilha de contexto e interação, sendo predominantemente os indivíduos interligados a partir de laços dialógicos.

Considera-se, então, que as comunidades formadas a partir da *hashtag* são emergentes, uma vez que surgem a partir da conversação em rede e da interação dialógica entre indivíduos, sendo o sentimento de pertencimento de grupo decorrente do elemento relacional da interação. Se a princípio a comunidade ali formada emerge a partir da *hashtag* e, portanto, tem-se uma efemeridade específica dessa ferramenta, a rede pode transformar-se ao longo do tempo. Os indivíduos passam a se ligar não em um evento esporádico, mas sim através de laços de filiação. Essas redes forjadas a partir de relações reativas também são importantes para o ativismo, uma vez que permite o contato e a ligação entre protagonistas independente de protestos ou ações na rede, permitindo que a conversação continue e sendo esta uma mais valia para o movimento. Entretanto, por mais importante que a partilha de contexto

¹² *information sources, community leaders, commenters, conversationalists e lurkers.*

¹³ Optei por deixar o termo na língua original por falta de uma tradução apropriada.

seja, pois o ciberativismo não acontece isolado, mas sim ligado as tendências sociais, não é apenas isso que garante o sucesso da *hashtag*.

O capital social correspondendo a um conjunto de recursos presentes nas relações sociais dos indivíduos, é um conceito amplo e diverso. Entretanto, é consenso de que “como uma forma de capital, o capital social é um produto dos investimentos de cada ator na sua rede social” (Recuero, 2011: 2) e que, no caso do Twitter, este é traduzido por um número alto de seguidoras em vista de se ter uma maior audiência para ler as informações ali veiculadas e, talvez, interagir. Mesmo que diante de um público pouco engajado, a base de contatos a partir de laços fracos tem a sua importância em favorecer o recebimento de informações e oportunidades que de outra maneira seria inviável. Dessa forma, o sucesso de uma *hashtag* relaciona-se também com o capital social de quem compartilha, sendo a propagação desta mais veloz ou eficaz a partir da aderência de um perfil influente e relevante na rede.

Sendo este um fenômeno relativamente recente e produtor de novas dinâmicas ressalta-se a importância de se aprofundar os estudos sobre a mobilização e o ativismo político através das redes, do Twitter e das *hashtags*, pois como Recuero *et al.* (2015: 12) afirmam “ao compreender como os usuários usam estes marcadores como parte de sua mensagem, podemos compreender o papel que o Twitter desempenha em casos de instabilidade política e as estratégias que usuários criam para difundir sua mensagem”.

Tendo como base toda a discussão anterior apresentamos o modelo de análise e estudo de caso da #EuParo.

CAPÍTULO IV: DESENHO DA PESQUISA

Diante dos vários estudos apontados na seção anterior, pode-se afirmar que o desenvolvimento tecnológico provocou alterações na forma como os grupos ou indivíduos se organizam e promovem as suas atividades. A partir de uma reconfiguração das formas de comunicar e de se relacionar, a internet e, mais especificamente, as plataformas de redes sociais online afetam um número significativo de pessoas.

Tais impactos são percebidos no ativismo político e cívico, uma vez que as estratégias empregadas para o contato e aproximação com a população passam pela utilização de mecanismo digitais, sendo as ciberfeministas um exemplo relativo a apropriação do Twitter enquanto espaço de disputa de consciência, utilizando para isso principalmente a ferramenta, já anteriormente referida, chamada *hashtag*.

4.1 Metodologia e tipo de estudo

Esta investigação enquadra-se na categoria de “*hashtag studies*” (Bruns e Burgees, 2016: 23), ou seja, iniciativas que procuram capturar um conjunto abrangente de *tweets* contendo *hashtags* proeminentes para compreender um determinado tema ou evento. Neste caso, trata-se do método de estudo de caso, visto que pretende-se, a partir *hashtag* escolhida, reconstruir o contexto da rede de conversação estabelecida, não sendo objetivo promover uma generalização dos resultados, mas sim fornecer em profundidade reflexões sobre o fenômeno.

Buscamos aqui combinar uma perspectiva macro, mas também uma visão refinada e micro, de forma a ser possível apreender todo o panorama. Num primeiro momento utiliza-se uma abordagem mais descritiva, focando análise numa visão mais ampla das características da amostra selecionada, para depois incorporar uma componente qualitativa da análise, observando-se as mensagens e as pessoas envolvidas. Essa abordagem permitirá um olhar sobre a rede de conversação estabelecida, mas também sobre os conteúdos circulados nessa mesma rede.

Para tal ter-se-á como unidade de análise o *tweet* em si, cuja a proposta é elencar as palavras ou temáticas mais propagadas de forma a verificar a formação ou partilha de contexto. Ao olhar para as protagonistas da rede e suas mensagens será possível compreender não só o teor (conteúdo) e as estratégias de partilha das mensagens, mas também identificar o perfil de atuação das mesmas.

Rogers (2016) propõe a Critical Analysis como estratégia mais adequada ao estudo dos meios digitais. Nesse tipo de análise os sites de redes sociais são vistos como um local para a ação e engajamento e não apenas como um espaço para a autoapresentação/performance. Assim, o autor propõe as métricas de engajamento que se baseiam na identificação das vozes dominantes naquela questão,

assim como os elementos de preocupação, comprometimento ao longo do tempo, possíveis posicionamento e alinhamento entre as pessoas e os tópicos¹⁴.

- Voz dominante: qual é a voz que atinge a maior audiência? Quais são os *tweets* mais replicados e favoritos?
- Preocupação: quais são as principais temáticas envolvidas no debate?
- Comprometimento: quem são as pessoas e temas mais presentes ao longo do tempo?
- Posicionamento: quais os principais posicionamentos?
- Alinhamento: que discussões ocorrem em paralelo?

Como forma de complementar a análise, também será observado a forma de atuação de acordo com caracterização dos tipos de usuários, bem como os papéis desempenhados na difusão do conteúdo propostos por Bruns e Burgess (2015)¹⁵:

- Fontes de informação: perfis que partilham fontes de informação, dados sobre a problemática.
- Líderes comunitários: perfis que estimulam a participação e o uso da *hashtag*.
- Comentadores: perfis que comentam sobre a própria *hashtag*, greve ou dia das mulheres, sem necessariamente assumir uma posição.
- Conversadores: perfis que conversam com outros utilizando a *hashtag* ou que contribuem para a discussão.

Acrescentamos ainda uma outra categoria:

- Disruptores: perfis que utilizam a *hashtag* em um sentido diferente do contexto partilhado pela maioria.

Assim como o conteúdo das mensagens: subdividido em o caráter do conteúdo e estratégias de partilha do mesmo (formato, idioma, *hashtags* associadas).

Em anexo A está o quadro de análise com a relação de dimensões, indicadores e objetivos.

4.2 Seleção da *hashtag*

O surgimento de uma *hashtag* é frequentemente espontâneo e a sua utilização é algo que dificilmente pode ser previsto não sendo possível determinar a partida muitas das condições de recolha. No entanto, manteve-se como critério de seleção que esta correspondesse a uma temática feminista e, por uma proximidade pessoal, que tivesse relevância em contexto brasileiro.

Nessa perspectiva selecionou-se a #EuParo. Esta *hashtag* foi proposta em uma ação conjunta por vários coletivos feministas em virtude da celebração do “Dia Internacional da Mulher” (8 de março).

¹⁴ *dominant voice, concern, commitment, positioning e alignment.*

¹⁵ Os *lurkers* não foram considerados, pois estes, correspondem as pessoas que acompanham as discussões sem se envolver de nenhuma forma e, neste caso, não é possível identifica-los.

Apesar de já existir previamente a este dia, o seu uso em massa foi impulsionado, a partir de uma convocatória, para às 12h (UTC -3) do dia 08 de março.

4.3 Método de recolha da informação e amostragem

Foi utilizada como técnica de amostragem a topic based sampling (Gerlitz & Rieder, 2013). Essa abordagem é bastante recorrente no estudo de fenômenos emergentes e também chama a atenção para esta prática de uso específico da *hashtag* (*idem*). Neste caso, foram realizadas 9 entradas de busca com o termo “#EuParo”, entre 11:55h e 13:48h no fuso horário¹⁶ do Brasil, UTC -3, englobando o período antes, durante e depois do previsto para o chamado twitaço.

Para a extração dos dados recorreu-se ao programa online Twitonomy¹⁷ que se conecta diretamente à Interface de Programação de Aplicação¹⁸ (API - *Application Programming Interface*) do Twitter e retém os dados produzindo outputs específicos. Por uma limitação imposta pela API do Twitter, cada ficheiro de Excel gerado continha até 3 mil tweets com as seguintes informações: data, hora, *handle* (semelhante ao *nickname*), nome de usuário, mensagem (*tweet*), hiperlink para a mensagem, a quantidade de seguidoras do perfil, número de vezes que o *tweet* foi favoritado e *retweeted* (amostra do ficheiro em anexo B).

As nove séries de dados totalizaram 27118 tweets. Foi percebido que vários dados estavam duplicados ou a existência de *tweets* de dias anteriores. Bruns e Burgess (2016:21) afirmam a existência de um conjunto de limitações impostas pela API do Twitter à sua utilização, desde ao número de usuários até os termos de busca que podem ser rastreados por um comando e ainda o volume de dados obtidos. Numa tentativa de manter um retrato mais aproximado da *hashtag*, preservou-se os dados não duplicados obtidos de 28 a 08 para ter uma amostra que demonstrasse a preparação para o twitaço e este em si, sendo utilizado um total de 4078 tweets.

Gerlitz e Rieder (2013) destacam que os procedimentos de amostragem no contexto das mídias sociais ainda não são completamente consensuais. Questões sobre a representatividade que uma amostra tão pequena, neste caso 4078 tweets, pode ter diante de totalidade de tweets produzidos são bastantes pertinentes. Entretanto, utilizo como resguardo a afirmação de boyd e Crawford (2012) de valorizar a oportunidade de trabalhar em profundidade amostras menores numa relação entre “*big data*” e “*better data*”.

¹⁶ Em Portugal (GMT0) equivale a das 14:55 até às 16:48 horas.

¹⁷ Disponível em: <https://www.twitonomy.com>, último acesso em 18 de out. de 17.

¹⁸ AS APIs são as “portas de entrada” (ou seja, um conjunto de padrões de programação) estabelecidos, neste caso pelo Twitter, que permitem o acesso e a utilização das suas funcionalidades por aplicações terceiras. Geralmente há um limite imposto pelas próprias ferramentas para o acesso e recolha dos dados.

CAPÍTULO V: ESTUDO DE CASO: #EuParo

5.1 Contextualização da Greve Internacional de Mulheres

O dia 08 de março de 2017 foi marcado pela Greve Internacional de Mulheres (GIM) ou a também chamada Parada Internacional de Mulheres (PIM). Construída de forma orgânica, este evento foi impulsionado pelo coletivo feminista argentino Ni Una Menos e através de uma teia de ativistas foi propagado para aproximadamente 52 países de acordo com o mapa de eventos divulgado pelo site oficial internacional (Parodemujeres, 2017).

A ideia surgiu a partir dos protestos realizados majoritariamente por mulheres em outubro de 2016 na Argentina em denúncia dos casos de feminicídios e exploração econômica, especialmente durante o governo do presidente Mauricio Macri, e também na Polônia contra uma proposta de criminalização do aborto (Craide, 2017) apresentada no parlamento. Ambos os protestos ecoaram por vários países da América Latina e Europa e tiveram como tática a paralisação das atividades como forma de visibilizar a importância do trabalho feminino. Estas iniciativas inspiraram-se na greve de 1975 na Islândia, onde as mulheres cessaram as suas atividades de trabalho, remunerado ou não, para reivindicar atenção para as desigualdades.

Outro evento que contribuiu para a realização da greve foi a realização da Marcha em Washington, ocorrida em 21 de janeiro de 2017, com a presença de mais de 500.000 pessoas e manifestações ao redor do mundo, com estimativas total de 2,5 milhões de pessoas, com a intenção de evidenciar a luta pelos direitos das mulheres (Fenton, Dearden e Garcia, 2017).

Reconhecendo a partilha das condições de disparidade de gênero presentes em todos os países e a partir da “reflexão política e teórica sobre as formas concretas do trabalho feminino nas sociedades capitalistas” (Arruzza & Bhattachary, 2017) e da necessidade de ressignificar o Dia Internacional da Mulher é que a ideia da Greve Internacional de Mulheres é proposta e forma-se o movimento “8M”. A escolha pela tática da greve vem na tentativa de tornar visível todas as formas de trabalho das mulheres seja ele, formal ou informal, remunerado ou não, reprodutivo e/ou emocional. Com base no mote “se as nossas vidas não valem, produzam sem nós” buscou-se problematizar as situações de violência e restrições de liberdade sofrida pelas mulheres, a partir da ênfase na produção laboral ou doméstica.

Foi com base nessa premissa que coletivos feministas brasileiros foram mobilizados para a organização da greve. A partir da criação de perfil no Twitter (<https://twitter.com/GrevedeMulheres>), página no Facebook (<https://www.facebook.com/GrevedeMulheres/>), e site (<https://www.8mbrasil.com>) houve uma maior difusão do movimento intitulado “8MBrasil” e a criação de um espaço de articulação entre diversas ativistas a realização de marchas em todo o país. A convocatória¹⁹ deixa evidente o intuito do movimento sendo focada na denúncia das diferenças salariais entre homens e mulheres, da invisibilidade das tarefas domésticas e de cuidado, das restrições de

¹⁹ Anexo C

liberdades, seja relativa ao direito ao aborto ou casos de maternidade compulsória, dos inúmeros casos de feminicídios, crimes de ódio e etc.

No Brasil houve a adesão de aproximadamente 78 cidades²⁰ que realizaram eventos, promoveram discussões, marchas, paralisações, entre outros. Cecília Palmeiro, uma das organizadoras do coletivo Ni Una Menos e da Parada, destaca que esta greve de mulheres é fundamentalmente diferente de uma greve geral, uma vez que o trabalho destas acontece não só fora de casa, mas também dentro e frequentemente em contextos de precarização, em setores informais e não sindicalizados. Neste caso a greve antes de tudo precisa ser criativa para incluir as mulheres que podem e não podem parar suas atividades. Foram, portanto, divulgadas outras formas de manifestar, para além da suspensão da jornada de trabalho daquele dia, como: usar a cor lilás como símbolo de adesão ao movimento, suspender todas as atividades domésticas do dia (para que os homens façam), parar durante a “hora M” (decidida localmente) e aproveitar esse tempo para conversar sobre as desigualdades de gênero com as colegas.

Foi também convocado um protesto virtual no Twitter (chamado de Twitaço) para o dia 08 de março às 12h (fuso horário do Brasil) onde as pessoas eram incentivadas a utilizar as *hashtags* #8MBrasil e #EuParo e dizer o porquê paravam. São, portanto, essas mensagens que serão analisadas a seguir.

Figura 5.1: Imagem de divulgação do Twitaço



Fonte: 8M Brasil

²⁰ Anexo D

5.2 Análise dos dados

A *hashtag* EuParo teve o ápice do seu uso no dia 08 de março de 2017 às 12h, horário divulgado para o protesto no Brasil. No entanto, todo o movimento em torno da GIM foi criado e estimulado bem antes disso, especialmente pelo Facebook e Twitter. Na amostra de 4078 mensagens extraídas do Twitter há *tweets* de 28 de fevereiro até o dia 08 de março, sendo possível acompanhar o processo de mobilização para o uso da *hashtag* e a criação de uma comunidade de partilha de sentido em torno da mesma. Como forma de apreender este sentido, engajamento das ativistas e a identificação de narrativas coletivas utilizou-se as métricas da Critical Analysis proposta por Rogers.

5.2.1 Voz dominante

Como voz dominante considerou-se os perfis com o maior número de seguidoras e também as mensagens que foram mais *retweeted* e favoritadas, assim foi possível não só perceber os perfis protagonistas que atingiram uma maior audiência, mas também as mensagens cujo o conteúdo foram mais distribuídos dentro da amostra dando indícios sobre a comunidade de contexto e de sentido em torno da *hashtag*.

Abaixo os 20 perfis com mais seguidoras da amostra:

Quadro 5.1 Ranking dos perfis com mais seguidoras

	perfil	descrição	nº seguidoras
1	@ptbrasil	Partido dos Trabalhadores	639k
2	@OliveiraSarah	atriz / apresentadora	475k
3	@zdooficial	cantora	316k
4	@MidiaNINJA	coletivo de mídia alternativa	228k
5	@mellisboaalves	atriz	182k
6	@zehdeabreu	ator	136k
7	@cartamaior	portal da esquerda brasileira e latino-americana	133k
8	@DeputadoFederal	deputado federal Paulo Pimenta (PT)	130k
9	@PSOLOficial	Partido Socialismo e Liberdade	128k
10	@Leoni_a_jato	cantor	107k
11	@emirsader	sociólogo e cientista político	87k
12	@AnaMariaGazmuri	atriz e ativista política do Chile	86k
13	@Brasil_de_Fato	portal de notícias de esquerda	82k
14	@NAOKAHLO	coletivo feminista	81k
15	@jandira_feghali	deputada federal (Partido Comunista do Brasil)	80k
16	@fatimabezerra	senadora (PT)	77k
17	@MST_Oficial	Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra	73k
18	@noticiasdosvales	portal de notícias	65k
19	@claraaverbuck	escritora feminista	63k
20	@hekglez	ativista mexicano	58k

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados recolhidos

Nota-se a evidente predominância de figuras públicas brasileiras, no âmbito artístico, político ou jornalístico, não havendo grande surpresa. É de destacar que destes a grande maioria apresenta-se publicamente como de tendência política de esquerda e, no caso de Sarah Oliveira, Mel Lisboa (@mellisboaalves), do coletivo Não Me Kahlo (@NAOKAHLO) e Clara Averbuck (@claraaverbuck) como feministas. Tem-se como exceção o jornal Aconteceu no Vale (@noticiasdosvales) visto que este posiciona-se como imparcial, porém a favor do interesse público.

A presença de ativistas internacionais é curiosa. Se ao início poder-se-ia achar que o surgimento no top 20 ou que a utilização da #EuParo fosse uma coincidência, ao analisar os *tweets* viu-se que estes são de fato referentes à greve do Brasil, sendo mensagens de apoio e que ajudaram a reverberar o movimento para além dos perfis brasileiros.

Figura 5.2: Tweets de ativistas internacionais



Fonte: Elaboração própria a partir dos dados recolhidos

Ressalta-se aqui a ausência do perfil organizador do protesto no ranking dos perfis com maior audiência. O perfil 8M Brasil (@GrevedeMulheres), na altura do protesto, tinha apenas 170 seguidoras ocupando a 1514ª posição no ranking. Entretanto o baixo número de seguidoras não invalidou o sucesso da *hashtag*, uma vez que o seu uso foi impulsionado por diversos outros perfis de maior alcance e também pelo fato da *hashtag* em si criar uma *timeline* própria, independente dos perfis, sendo possível que qualquer pessoa visualize as mensagens não importando quem se segue. Neste caso, o sucesso dependeu mais do conteúdo das mensagens e das audiências envolvidas ao longo do tempo do que o perfil que propôs a ação em si. Esta afirmação corrobora com o já evidenciado por Recuero (2011) quanto a importância dos laços fracos e do peso de perfis com capital social elevado que permitem a difusão em maior velocidade de uma mensagem e também como elo entre diferentes grupos.

Outro elemento importante na identificação da voz dominante foram os conteúdos que tiveram melhor resposta na rede, seja por terem sido *retweeted* ou por serem marcados como favoritos. De forma geral, as mensagens dividiram-se em temas acerca da própria greve, seja como contagem regressiva para o protesto, incentivos ou instruções à participação; e também com referências mais diretas à situação política, econômica ou de criminalidade que afeta as mulheres.

No ranking dos *retweets* houve novamente a presença do Deputado Paulo Pimenta (@DeputadoFederal) e do Coletivo Mídia Ninja (@MidiaNINJA), no entanto destaca-se o fato de que todos os outros perfis não estarem no top seguidoras o que nos permite concluir que o conteúdo em si da mensagem tem um grande valor na partilha, mas também sugere a relevância do público/comunidade a que se dirige. O perfil Ativismo de Sofá (@ativismodesofa) e Blogueiras Feministas (@blogfeministas) foram grandes apoiadores do 8M Brasil e do uso da #EuParo e, por uma própria característica das seguidoras destes perfis, infere-se uma maior aproximação com o feminismo e, portanto, um público mais capaz de participar e estar envolvido nos protestos.

Quadro 5.2: Ranking dos retweets

	perfil	descrição	tweet	nº retweets
1	@ReginaSalomo	professora, pró-Dilma, PT	#EuParo#8M Não nos dê flores. Devolvam nossa democracia	138
2	@MidiaNINJA	Coletivo de Mídia Alternativa	Use as tags #EuParo #8MBrasil e participe do twitaço no dia 8 de março! #ParadaBrasileiradeMulheres	115
3	@ativismodesofa	blog coletivo sobre feminismo	#EuParo pq feminicídios ainda são noticiados com chamadas que dizem "por amor", "por ciúme" ou "crime passional". O certo é "por misoginia".	104
4	@GrevedeMulheres	coletivo feminista, org. doTwitaço	Se nossas vidas não importam, produzam sem nós. Greve internacional de Mulheres no Brasil #8M #GIM #PIM #IWS #euparo #grevedemulheres #basta	79
5	@GrevedeMulheres	coletivo feminista, org. doTwitaço	Mais de 50 cidades brasileiras já aderiram à Greve Internacional de Mulheres #8M #euparo	78
6	@DeputadoFederal	deputado federal Paulo Pimenta (PT)	#8M #8deMarço #EuParo Dia de luta e resistência #ForaTemer #DiaDeLuta	70
7	@erikakokay	deputada federal Erika Kokay (PT)	Golpistas tendo que assumir que o golpe jogou o país no abismo da recessão econômica #8M #EuParo	56
8	@blogfeministas	blog coletivo sobre feminismo	8 de Março! Vamos Juntas! #ParadaBrasileiraDeMulheres #8MBrasil #EuParo	54
9	@MidiaNINJA	coletivo de mídia alternativa	E amanhã! Participe da Parada Brasileira de Mulheres #8MBR #EuParo #NenhumDireitoAMenos #NemUmaAMenos	54
10	@ReginaSalomo	professora, pró-Dilma, PT	#EuParo #8M Minha provocação predileta:) E salvem a mandioca,pq o PIB já despencou	50
11	@IsmaliaAfonso	PNUD Brasil	Dúvida sobre o q fazer 8 de março? Vista lilás, junte-se ao apitaço e à postagem coletiva, pare o trabalho. #8M #euparo #nenhumdireitoamenos	38
12	@AnnaLuGama	sem descrição	Bom dia, p todas e todos! Amanhã, é luta nas ruas, por direitos! #8M #EuParo#ForaTemer	35

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados recolhidos

Na amostra, percebe-se que o RT foi a forma de excelência escolhida como meio de participação no protesto. Apesar da pouca interação direta entre os perfis e da baixa produção de conteúdo original, vê-se a construção de laços dialógicos, uma vez que envolve a partilha de um mesmo contexto, sendo assim, a proximidade contruída é de forma mais subjetiva – através do conteúdo comum – do que de fato. Estes laços, formados de forma espontânea, podem transformar-se ao longo do tempo em laços de filiação, possibilitando um contato a longo prazo e a manutenção da relação.

Kwak, Chun e Moon (2011) afirmam que tanto o ato de *retweet* quanto favoritar representam meios de expressar a apreciação com ênfase diferente. Enquanto, o RT envolve a demonstração para uma maior audiência, ou seja, é uma ação pública, favoritar é uma ação mais restrita e pessoal.

A relação de *tweets* favoritados não apresenta grande discrepância dos *retweets* indicando uma congruência e a construção de uma comunidade de contexto forte. Em verde estão os *tweets* novos que continuaram a seguir o padrão de informações relativos aos protestos nas ruas, incentivos ao uso da *hashtag* e críticas ao contexto político do Brasil, nomeadamente ao Conselho de Ministros constituído apenas por homens instituído pelo atual presidente Michel Temer, após o *impeachment* da titular, Dilma Rousseff. Em vermelho estão mensagens cujo os textos foram repetidos, mas que em anexo apresentaram imagens diferentes para complementar o seu sentido. Dentre as 20 mensagens selecionadas houve apenas duas pessoas que não estavam nem no top de mensagens mais partilhadas e nem no de seguidoras, são elas: Margarida Salomão (@JFMargarida), deputada federal do PT, e Claudia Dutra (@ClaudiapDutra), assessora na Secretaria de Educação Básica do Ministério da Educação. Perfis individuais, mas de relevância no cenário político.

Quadro 5.3: Ranking dos favoritos

	perfil	tweet	favoritos
1	@ReginaSalomo	#EuParo#8M Não nos dê flores. Devolvam nossa democracia.	144
2	@GrevedeMulheres	Se nossas vidas não importam, produzam sem nós. Greve internacional de Mulheres no Brasil #8M #GIM #PIM #IWS #euparo #grevedemulheres #basta	135
3	@MidiaNINJA	Use as tags #EuParo #8MBrasil e participe do twitaço no dia 8 de março! #ParadaBrasileiradeMulheres	124
4	@GrevedeMulheres	Mais de 50 cidades brasileiras já aderiram à Greve Internacional de Mulheres #8M #euparo	94
5	@MidiaNINJA	É amanhã! Participe da Parada Brasileira de Mulheres #8MBR #EuParo #NenhumDireitoAMenos #NemUmaAMenos	93
6	@MidiaNinja	As mulheres camponesa do MST pararam Porto Alegre nessa manhã. #EuParo #8MBR Foto: MST	82
7	@blogfeministas	8 de Março! Vamos Juntas! #ParadaBrasileiraDeMulheres #8MBrasil #EuParo	72
8	@DeputadoFederal	#8M #8deMarço #EuParo Dia de luta e resistência #ForaTemer #DiaDeLuta	71

9	@ReginaSalomo	#EuParo#8M Minha provocação predileta :) E salvem a mandioca,pq o PIB já despencou	61
10	@AnnaLuGama	Bom dia, p todas e todos! Amanhã, é luta nas ruas, por direitos! #8M #EuParo #ForaTemer	58
11	@erikakokay	Golpistas tendo que assumir que o golpe jogou o país no abismo da recessão econômica #8M #EuParo	57
12	@JFMargarida	Desafio do dia! Encontre uma mulher no "Conselhão" de Michel #ForaTemer. Um governo deve dar espaço e voz para todos e todas! #EuParo	48
13	@JFMargarida	Se nossas vidas não importam, produzam sem nós. Saiba como participar da @GrevedeMulheres #euparo #grevedemulheres	43
14	@DeputadoFederal	#8M #8deMarço #EuParo Dia de luta e resistência #ForaTemer #DiaDeLuta	41
15	@blogfeministas	É amanhã! 8 de Março. Dia da Mulher. Dia de Luta! #8MBrasil #EuParo http://blogueirasfeministas.com/2017/03/8-de-marco-as-mulheres-vaoparar-vamos-juntas/	37
16	@MidiaNINJA	#Maranhão - Mulheres despertando o Maranhão. As 10 principais rodovias do Estado amanheceram bloqueadas #EuParo #8MBR	35
17	@blogfeministas	#8M #8MBrasil #EuParo As Mulheres vão parar! Vamos juntas! http://blogueirasfeministas.com/2017/03/8-de-marco-as-mulheres-vaoparar-vamos-juntas/	34
18	@ReginaSalomo	#EuParo #8M Nunca senti tanto orgulho de ser mulher nesse país	34
19	@ClaudiapDutra	#8M #8deMarço #EuParo Dia de luta e resistência #ForaTemer #DiaDeLuta	34
20	@IsmaliaAfonso	Dúvida sobre o q fazer 8 de março? Vista lilás, junte-se ao apitaco e à postagem coletiva, pare o trabalho. #8M #euparo #nenhumdireitoamenos	33

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados recolhidos

Gorrell e Bontcheva (2016:19), em seu estudo sobre motivações que as pessoas têm para favoritar um *tweet*, sugerem cinco categorias²¹: conversacional, autopromoção, agradecimento, gosto e marcador. Enquanto os três primeiros são decorrentes da interação entre utilizadoras; adotar o mecanismo de favoritar com a intenção de “gosto” ou como “marcador” envolve uma ação mais individual, sendo um gesto de apreciação de conteúdo. Apesar de não ser possível a confirmação disto sem se questionar diretamente a protagonista da ação, infere-se aqui, em decorrência do conteúdo comum e do padrão apresentado nos *retweets*, que as mensagens mais favoritadas neste caso correspondem a uma afirmação e reforço do conteúdo.

5.2.2 Preocupação

Por ser um protesto cuja a organização foi planejada e cujo o propósito foi constantemente reforçado através da convocatória e de outros materiais produzidos, houve também a formação de públicos em antecipado. Apesar de uma possível partilha de sentido já prevista, tal fato não anula a organicidade e a espontaneidade no uso e na apropriação de uma *hashtag*, visto que estes dependem do entendimento de cada indivíduo.

²¹ Like, conversational, self-promotion, bookmark e thanks.

Neste caso, como forma de tentar reduzir o ruído e manter um sentido único coerente foi estabelecido como termo a #EuParo. Esta é um exemplo de *conversational tagging* (Huang, Thornton, Efthimiadis 2010), cumprindo o seu papel tanto de marcador de conteúdo quanto elemento integrante da frase, sendo mais eficiente na propagação e no impacto na rede.

Sendo assim, no conjunto de *tweets* da amostra, não se observou a presença relevante de *tweets* que fugissem do sentido proposto e, apesar da pluralidade de temas abordados, houve bastante afinidade entre o proposto pela organização e o resultado. Dividiu-se os tópicos em quatro pontos:

- Sobre a própria greve: neste tópico apresenta-se desde mensagens explicativas acerca das intenções; organização e teor da greve como também mensagens de incentivo e afirmação de participação; questões ligadas à logística dos eventos realizados nas cidades (disponibilidade de transportes e horários, por exemplo).
- Violência: outro tópico bastante mencionado diz respeito as situações de violência vivenciadas pelas mulheres em seu cotidiano com mensagens relativas à cultura do estupro, feminicídio e assédio, assim como outros elementos de opressão como a lgbtphobia e o racismo.
- Trabalho: sobre o contexto laboral, os temas mais mencionados foram a reforma da previdência, a invisibilidade do trabalho doméstico e a disparidade salarial entre mulheres e homens.
- Outros: em menor escala diversos outros tópicos foram mencionados, como os direitos ao próprio corpo, a participação das mulheres em espaços de poder, respeito e igualdade, mensagens de apoio aos ex-presidentes Lula e Dilma e de rejeição ao atual presidente Michel Temer.

Seguem alguns exemplos:

Figura 5.3: Exemplos das temáticas abordadas



Fonte: Elaboração própria a partir dos dados recolhidos

5.2.3 Comprometimento

Neste quesito foi observado os perfis que mais colaboraram para a discussão e propagação da *hashtag* em termos de tempo presente no debate e o volume de *tweets* durante o protesto e assim, ver a longevidade e persistência na participação. Devido as características da extração dos dados não podemos ver com clareza, mas sim fornecer pistas relativas a amostra estudada.

No quadro a seguir vê-se a diferença de estratégias entre os perfis: enquanto @blogfeministas e @ativismodesofa, destaques nos rankings de favoritos e nos *retweets*, priorizaram a produção de conteúdo próprio, outros perfis atuaram como replicadores de conteúdo. O ato de partilhar os *tweets* é algo que exige menos esforço o que justifica o alto fluxo de mensagens emitido por estes perfis. Neste caso, os dois coletivos feministas citados anteriormente, assim como os perfis presentes no top *retweets*, são os que tiveram o conteúdo mais replicado pelos perfis pessoais destacados.

Os perfis mais comprometidos ao longo do tempo foram:

Quadro 5.4: Ranking dos perfis mais envolvidos na discussão

perfil	temática	participação
@RadianceBAM	Incentivo à participação, reforma da previdência, violência contra a mulher, diferença salarial e assédio nas ruas	104
@ativismodesofa	A grande maioria das mensagens exaltam os motivos para parar, especialmente relacionados à violência contra mulher com a partilha de dados e notícias sobre os temas.	32
@EDUARDOSOPHOS	Informações sobre a realização da greve e incentivo à participação	31
@Adrianadeso2	Feminicídio, trabalho doméstico, assédio e aborto	29
@lidianecas	Incentivo à participação, comentários sobre a realização da greve	25
@luciafwx	Direito ao aborto, violência contra a mulher e incentivo à participação	24
@blogfeministas	Incentivo à participação e de contagem regressiva para o protesto	23

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados recolhidos

À exceção do perfil das Blogueiras Feministas (@blogfeministas), todos os outros tiveram a sua presença no debate essencialmente no dia do protesto, sendo o único perfil que utilizou como método a contagem regressiva e logicamente iniciando a atuação online antes da data prevista para o protesto.

Quanto ao conteúdo, este não diferiu das temáticas já apontadas em outras métricas, sendo mais forte aqui a presença do direito e legalização ao aborto do que no panorama geral.

5.2.4 Posicionamento

A grande maioria dos *tweets* da amostra demonstraram posicionamentos favoráveis à realização da greve ou à temática discutida. No conjunto da amostra foram identificados alguns perfis que declaradamente visavam desconstruir²² o sentido proposto da greve ou não relacionado com a temática feminista da *hashtag* #Euparo.

5.2.5 Alinhamento

A análise das *tags* associadas à #EuParo ajuda não só a contextualizar e situar os debates que ocorreram em paralelo à Greve de Mulheres, mas também a entender a estratégia de difusão de conteúdo, dado que a utilização de termos com menor projeção, apesar do menor alcance, tende a permanecer mais tempo na respectiva *timeline* (Felten, 2015: 53).

No total de 4078 *tweets* da amostra foram identificadas 119²³ *tags* utilizadas, sendo as principais:

Figura 5.4: Nuvem de palavras das *hashtags* mais citadas



Fonte: Elaboração própria a partir dos dados recolhidos

Neste top 13, vê-se que as *tags* utilizadas corresponderam claramente a proposta inicial do *twitaço* (#8m, #8mbrasil, #8mbr, #diadamulher, #diadeluta, #paradabrasileirademulheres, #nenhumdireitoamenos, #GIM, #PIM, #nenhumamenos), sendo muitas vezes utilizadas várias destas no mesmo *tweets*. Algumas *tags* ajudaram na localização geográfica do protesto como a #8m #8mbr, #paradabrasileirademulheres e também na integração dos *tweets* brasileiros na *timeline* internacional, como o #8m, uma vez que esta foi a *hashtag* utilizada para caracterizar a greve internacional.

²² Estes perfis chamados de disruptores serão abordados no tópico 5.2.6.

²³ O quadro com as 119 *tags* está disponível em anexo.

Neste protesto em específico várias *tags* tiveram o seu uso incentivado pelos perfis mais ativos, ou seja, conclui-se que a maior frequência do uso de uma *tag*, para além do seu sentido, está ligada também ao impacto do perfil que a veicula, uma vez que o número de *retweets* e o número de seguidoras interferem diretamente com a amplitude da audiência na propagação daquele conteúdo. Assim, teve-se como impulsionadores das principais *tags* associadas os seguintes perfis:

- #8m: @Brasil_de_Fato, @ativismo_de_sofá) e @DeputadoFederal
- #8mbrasil: @MST_Oficial, @blogfeministas, @IsmaliaAfonso
- #8mbr: @blogfeministas, @MídiaNINJA e perfis individuais

Por ter sido um protesto que se expressou através de uma greve, evidenciando uma base de reivindicação ligada ao trabalho, as #foratemer e #aposentadoriaficatemersai também foram utilizadas como forma de denuncia a instável situação política do Brasil relacionando a greve às discussões voltadas a Proposta de Emenda à Constituição (PEC) 287/2016 chamada de reforma da Previdência. A PEC, que na altura da realização da greve estava em processo de discussão e votação na Câmara dos Deputados, tem como objetivo a alteração do modelo de aposentadoria igualando a idade mínima para homens e mulheres de 65 anos de idade e 25 anos de contribuição, sendo alvo de muitas críticas pelo movimento feminista²⁴.

A atual proposta ignora as diferentes condições que impactam diariamente as mulheres no mundo do trabalho, seja em termos de ascensão profissional, desigualdade salarial ou da dupla/tripla jornada de trabalho em que muitas são obrigadas a dividir o seu tempo nas atividades de cuidado familiar e atividades domésticas, ou seja, tarefas que não implicam remuneração, com uma diferença semanal de 15h a mais que os homens (IBGE, 2015). Além disso, acresce-se as trajetórias de trabalhos descontínuas devido à maternidade, as sobrecargas de trabalho (enquanto cuidadora da família) e a má remuneração levando a uma menor contribuição em termos de tempo e valor, sendo tal proposta um aprofundamento das desigualdades de gênero no trabalho.

Nota-se portanto, uma consonância entre as temáticas abordadas nos *tweets* apresentadas no tópico anterior e as *hashtags* utilizadas. Seguem-se alguns exemplos:

²⁴ Em maio, foi realizada uma alteração na PEC relativamente a idade mínima para requerer a aposentadoria para as mulheres. A mudança sugere a idade de 62 anos, porém até a data, esta proposta não foi aprovada.

Figura 5.5: Exemplos da associação de hashtags



Fonte: Elaboração própria a partir dos dados recolhidos

A grande maioria das *tags* na amostra foram escritas em português, entretanto também foram identificadas outras em inglês e espanhol, como, por exemplo: #beholdforchange, #Istrike, #IWD2017, #international womens day, #stopviolenceagainstwomen, #8m, #queremosnosvivas, #niunamenos, #Yoparo, #diainternacionaldelamujer, entre outras.

A utilização de outras línguas, seja no *tweet* ou nas *tags*, indicam a tentativa de convergir com outras paralisações e também de internacionalizar o twitaço brasileiro, inclusive chamando a atenção para jornalistas da grande mídia, no exemplo a seguir The Guardian:

Figura 5.6: Exemplo de tweet em inglês



Fonte: Elaboração própria a partir dos dados recolhidos

Relativamente ao conteúdo em espanhol e em galego já não é possível afirmar com clareza. Na amostra foram identificados um conjunto de *tweets* que também remetem à greve, porém em contexto espanhol. Portanto infere-se duas alternativas: 1) a associação entre a *tag* #EuParo e outras em espanhol, seguiu-se a lógica contrária da apresentada para os *tweets* em inglês, ou seja, as ativistas de Espanha utilizaram a *tag* em português como forma de aumentar a visibilidade do seu protesto ou 2) ambos os

protestos utilizaram a #EuParo, devido a proximidade linguística entre o galego, o castelhano e o português indicando uma sobreposição dos dados. Entretanto, exclui-se aqui a #niunamenos uma vez que esta é uma frase já conhecida, inicialmente atribuída ao movimento de mulheres argentinas (e um dos organizadores da greve), mas que se difundiu entre os grupos feministas, servindo também como indicadora de uma internacionalização, assim como a #8m.

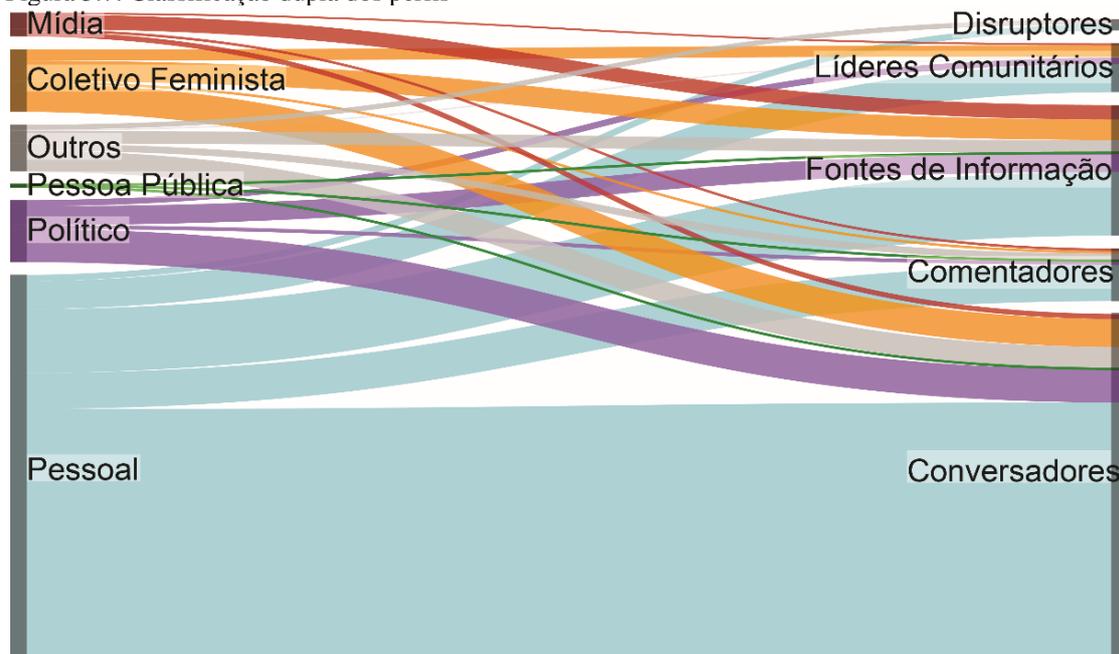
As outras *tags*, apesar da menor projeção, também foram incorporadas as mensagens como indicador de localização geográfica, por exemplo #Crato ou #Ceará; #RadioArapuan para indicar um veículo de produção de conteúdo e também um conjunto de *tags* que funcionam não necessariamente como marcador de conteúdo, mas sim como elementos do próprio texto como: #umbanda, #igualdade, #respeito, entre outras.

5.2.6 Perfil das ativistas

Ao se analisar os *tweets* foram identificados uma pluralidade de abordagens relativamente ao conteúdo e do uso da *hashtags*. Neste caso e em um exercício de aplicação dos perfis destacados por Bruns e Burgess (2015), fez-se uma classificação dupla. Por um lado, classificou os perfis de acordo com a sua natureza, ou seja, mídia (jornais, revistas, etc.), pessoal, coletivo feminista, pessoa pública e outros. Em contrapartida, quanto ao conteúdo, seguiu-se os papéis propostos por Bruns e Burgess (*idem*) em líderes comunitários, fontes de informação, comentadores e propomos em adição a categoria disruptores.

Para esta análise, teve-se em conta apenas os *tweets* originais, ou seja, excluiu-se os *retweets*, reduzindo a amostra para 943 mensagens. Observa-se na imagem abaixo o cruzamento entre as duas classificações:

Figura 5.7: Classificação dupla dos perfis



Fonte: Elaboração própria a partir dos dados recolhidos

Como esperado a maior parte das mensagens foram publicadas por perfis pessoais e diziam respeito aos motivos pelo qual aderiram à greve ou ao twitaço. Eles foram, portanto, grandes influenciadores e responsáveis pela manutenção da conversação em rede em torno do tema, seja por meio da marcação de outros perfis (*mentions*) ou por mensagens de confirmação de participação. Entendendo o uso das *hashtags* como uma performance pública (Bruns e Burgess, 2015: 23) neste conjunto também foram inseridas as mensagens em que se utilizaram apenas as *hashtags*, pois, apesar de ser questionável em termos do nível de envolvimento ou de energia despendida nesta atividade, ainda assim são elementos que contribuiriam para a discussão e frequentemente os *tweets* foram acompanhados por imagens que complementaram o seu sentido. Para além disso, os perfis pessoais também atuaram como difusores de informação, seja de notícia sobre a realização da greve ou com dados e estatísticas relativas à situação das mulheres. E também no estímulo de participação (líderes comunitários) e como comentadores mais generalistas sobre o dia da mulher ou a própria greve. A seguir os exemplos de comentários sobre a greve:

Para quem disse que mulheres não são unidas: #8M #EuParo Nada melhor que um 8 de Março mobilizador!

@iracyrema_psi, 07/03/2017 18:50:29

A melhor coisa do dia de hoje é ver quantas mulheres estão na mesma luta que eu! Nós somos capazes de tudo!!! #DiaDaMulher #8M #EuParo

@porraydias, 08/03/2017 14:17:33

Eu paro pela descriminalização e legalização do aborto. #abortoLegal #euparo #8m #8mbrasil #paradabrasileirademulheres

@VadiasRecife, 08/03/2017 15:23:24

Os perfis ligados à área da comunicação atuaram primordialmente como fontes de informação e comentadores, ou seja, assumiram uma postura mais informativa sobre o tema correspondendo às expectativas relativa à sua área de atuação.

Em Fortaleza (CE) 2000 mulheres nas ruas, em ato unificado neste #8M #EuParo #AposentadoriaFicaTemerSai

@Brasil_de_Fato, 08/03/2017 14:14:36

"A cada 11 minutos uma mulher é estuprada no Brasil. Os estupros coletivos e "corretivos" têm se intensificado". #8M #EuParo #DiadaMulher

@TheInterceptBr, 08/03/2017 15:53:20

A baixa presença de mensagens de pessoas públicas na amostra, à priori pode parecer insignificante, porém como são perfis em que há uma grande audiência, potencialmente há a possibilidade de mobilizar mais pessoas para o impulsionamento da *hashtags*. Neste caso, as pessoas

públicas produziram conteúdos voltados a manter a conversação ou comentando o protesto e assim reforçando a participação ou a importância da greve.

No grupo político enquadraram-se tanto os perfis institucionais dos partidos políticos quanto os perfis de pessoas envolvidas em política formal. Aqui, o conteúdo das mensagens foi mais diversificado atuando principalmente como fontes de informação e impulsionadores da conversação com o uso da #EuParo e minimamente como líderes e comentadores em geral. Por outro lado, os coletivos feministas atuaram mais fortemente como líderes comunitários tentando estimular e envolver mais pessoas no protesto e utilizaram também a estratégia de divulgação de dados e notícias, sendo fontes de informação. Esta última foi vista como uma forma de envolver e mostrar a abrangência e a força da greve, servindo não só para fortalecer o debate com estatísticas, mas também para despertar a atenção para as desigualdades de gênero e conseqüentemente incentivar a participação.

Você pode usar roupas roxas/lilás, pendurar na janela panos dessas cores, usar a hashtag #euparo.

@ativismodesofa, 06/03/2017 17:11:56

8 de Março! Vamos juntas! Dê RT dizendo por que você para? #8MBrasil #8MBR #EuParo

@blogfeministas, 08/03/2017 15:15:01

Na categoria outros estão um conjunto de perfis que não se encaixaram nas categorias propostas como: organizações não governamentais, perfis de entidades comerciais, grupos de pesquisa (não ligados à mulher), etc. Mais diverso, este grupo produziu um conteúdo que se distribui entre todas a classificação.

Destaca-se aqui a categoria proposta de disruptores²⁵. A intenção ao inserir este grupo foi destacar que não é apenas o uso da hashtag que determina a associação ou consonância com o sentido proposto, pois esta pode ser utilizada também como elemento de subversão e ruptura, visando a desconstrução do sentido ou aproveitamento do grande fluxo de mensagens para divulgar uma outra ideia. Temos como exemplo os seguintes *tweets*:

#EuParo de fofocar e ir arrumar uma ocupação #8MParo

@luiscoaguiar 08/03/2017 14:48:38

Se eu arrumar um homem rico #EuParo com a vadiagem hoje.

@luiscoaguiar, 08/03/2017 14:52:15

Indivíduos com cromossomos XY também vão parar de dizer que são mulheres? #EuParo

@Alluado, 08/03/2017 16:31:03

No caso acima, vê-se claramente a inexistência de conexão entre o sentido proposto e compartilhado largamente entre os perfis. Estes não se posicionaram contra e tampouco a favor. Neste caso, por meio

²⁵ Destaca-se o plural masculino como forma de evidenciar a presença predominantemente de perfis masculinos, o que neste contexto é revelador e sugere questionamentos.

da ironia, os perfis citados ajudaram a enfraquecer e colaboraram para a desconstrução do sentido de forma deliberada. No exemplo a seguir, tal afirmação já não pode ser feita, uma vez que, apesar da já existente proposta de greve, esta ainda não estava plenamente difundida, sendo possível a utilização da mesma hashtag para sentidos diferentes.

- Tô Bebendo, Normal né?! #DepoisDoCarnaval #EuParo
@IsraelOUnico, 27/02/2017 17:47:25

Ao mesmo tempo que os *tweets* disruptores são uma minoria e podem ficar apagados no fluxo intenso de mensagens na *timeline* das *hashtags* a sua presença é importante e serve, mesmo que minimamente neste caso, como indicativo do desrespeito e da pouca compreensão/aceitação das reivindicações feministas.

Considerações Finais

Servindo como amplificadores da esfera pública, a internet, os sites de redes sociais e as suas ferramentas proporcionam aos movimentos sociais e ao ativismo um espaço que, para além da interação e da sociabilidade ali gerada, permite também a expressão de opiniões políticas, contribuindo para a discussão pública e fornecendo os meios necessários para envolver e instrumentalizar a atual e potencial militância. Dessa forma, as ativistas criam condições para explorar as propriedades da tecnologia digital como declaração política, sendo as TICs ferramentas adicionais na luta e conscientização e um meio pelo qual há uma maior propagação do discurso feminista e igualitário.

A partir de uma revisão sobre os movimentos sociais e o ativismo procurei contextualizar e reconstituir os passos para uma atuação política *na* rede e *em* rede, acompanhando a evolução e mudança da sociedade, das reivindicações, das formas de organização e dos repertórios de ação. Se inicialmente, os movimentos sociais focavam-se na disputa de direitos básicos e como fundamento de reivindicação o capital e trabalho, a partir dos anos sessenta percebeu-se uma transição para lutas voltadas a causas emancipatórias e igualdade social. Em 2008 houve o despontar de um novo perfil - que não inviabiliza os outros, mas sim agrega - contemplando questões voltadas a precariedade no trabalho, mas também na vida como um todo. Os novíssimos movimentos se destacaram pela sua forma de organização horizontal e um forte uso das redes sociais online como meio de informação e mobilização em todo o mundo. Após isso, apresentou-se o movimento feminista e, em especial, o ciberfeminismo social, como um exemplo marcante na atuação e presença na internet, utilizando como referência as iniciativas feministas no Brasil. Estas, após a chamada Primavera das mulheres (Revista Época, 2015), fortalecem-se e aproveitam as potencialidades das tecnologias para promover uma discussão e problematização das desigualdades de gênero intensificando, assim, o discurso feminista na rede. Dotado de uma atuação mais criativa e diversos mecanismos, entre eles, a *hashtag*, os grupos feministas aproveitam da autonomia comunicativa nas plataformas de redes sociais online para expor reivindicações e também se aproximar de um novo público.

Por meio de uma metodologia que visou conciliar tanto aspectos quantitativos quanto qualitativos, apresentou-se o estudo de caso sobre a #EuParo. Fruto de uma iniciativa em rede por diversos coletivos feministas mundiais, este movimento teve como propósito a realização de uma greve internacional de mulheres, no dia 08 de março de 2017, como forma de dar visibilidade ao trabalho e as vidas femininas. Além de paralisações, greves e passeatas, no Brasil foi incentivado que as mulheres publicassem mensagens no Twitter apontando os motivos pelo qual paravam de trabalhar utilizando a #EuParo.

Para entender o movimento analisou-se 4078 tweets onde foram identificadas as vozes dominantes neste debate, assim como as principais problemáticas apontadas, o posicionamento dos participantes, os perfis mais comprometidos ao longo do tempo e também os debates associados e que ocorreram em paralelo. Neste caso, os perfis mais influentes foram os pertencentes a figuras públicas,

políticas ou jornalísticas envolvendo uma grande audiência, enquanto as problemáticas mais abordadas foram divididas entre: informações sobre a própria greve; a violência contra a mulher; questões ligadas ao mundo do trabalho e também diversos, como os direitos sobre o próprio corpo, participação das mulheres em espaços de poder, declarações em apoio aos ex-presidentes Lula e Dilma e de rejeição ao atual presidente Michel Temer. Para além disso, viu-se também a importância de perfis pessoais e menores na difusão das mensagens ao longo do tempo e de perfis mais conectados à temática feminista como incentivadores da participação e comprometidos com a discussão ao longo do protesto. Por fim, foi interessante notar a associação entre as diferentes *hashtags* feitas pelas ativistas. Com um sentido bastante próximo, as *tags* escolhidas em maior caso estavam conectadas com a proposta da greve. Além disso, por ser um fenômeno situado e conectado com o espaço offline, houve muitas referências ao controverso contexto político brasileiro, seja pela presença do atual presidente Michel Temer ou de suas medidas como a chamada Reforma da Previdência.

Para além destas métricas também procurou-se dividir os perfis de acordo com o conteúdo que produziram. Neste caso, as estratégias foram várias e dividiu-se entre comentários sobre a greve ou ao dia das mulheres de forma mais geral; a circulação de dados, notícias e relatos em terreno da greve; assim como incentivos à participação agindo como líderes e também *tweets* que visavam continuar a comunicação em rede por meio dos relatos do porquê afiliavam-se à greve. Se dentro da amostra estudada parecia haver um posicionamento comum e convergente, foi identificado um grupo disruptivo, em menor escala, de comportamento dissonante e que claramente não correspondia ao chamado da greve.

Se os resultados, a nível de políticas, dessas práticas são incertos, uma vez que as ações originadas na rede são mais de caráter simbólico, é certo que o uso do Twitter e de outros sites de rede social marcam a emergência de um novo tipo de cultura política e que esta prática no campo digital colabora para uma maior aproximação à temática feminista contribuindo para a libertação de todas as mulheres, sendo esse por si só um passo em direção a ação. Assim o sucesso do ativismo não se resume apenas ao resultado final. Aqui o processo de tomada de consciência e construção de cidadania são mais importantes e também são formas de poder. Este poder constrói-se a partir da mobilização e organização das pessoas e não da tecnologia em si, esta ajuda na difusão de vozes e na visualização desse poder.

Por fim, como toda a investigação esta não ficou imune às limitações naturais de tempo e recursos. Para além destas, a ligação entre os movimentos sociais, ativismo e os sites de redes sociais marcam uma nova modalidade de mobilização social que pode reunir diversos mecanismos ou ações e, por ser um fenômeno relativamente novo e em constante mudança, encontrar literatura específica sobre o uso das *hashtags* para este fim foi um desafio. Partiu-se, então de uma perspectiva mais ampla como forma de contextualizar e situar as discussões relativas à temática. Por outro lado, a abundância de dados, o grande fluxo de informação no Twitter e a equipe reduzida colocaram obstáculos quanto a extração, classificação e análise dos mesmos.

Diante da produção gigantesca de conteúdo no Twitter, este estudo não teve como objetivo ser um retrato fiel ou representativo em termos estatísticos das discussões em torno da #EuParo, mas sim fornecer pistas sobre a rede de conversação estabelecida, assim como propor uma nova forma de se trabalhar os dados, a partir da Critical Analysis e dos perfis/papéis apresentados. Sugere-se, portanto, a continuidade de estudos dessa natureza como forma de evidenciar e aprofundar as dinâmicas sociais que ocorrem dentro das plataformas de redes sociais e por meio da tecnologia, utilizando para isso os seus próprios mecanismos e ferramentas – aqui as *hashtags* – e contribuindo para o estudo do digital através do digital em si e não pela reprodução de modelos já estabelecidos. Outro ponto de interesse para estudos futuros é o enfoque não só no conteúdo circulante, mas nas relações estabelecidas entre as participantes, ou seja, priorizar também os laços entre os perfis e entre as *hashtags*, tendo em conta a Análise Formal de Redes Sociais e também a representação gráfica de tais ligações.

Bibliografia

- 360i (2014), "Global Twitter Trends: Brazil" (online), consultado em janeiro de 2016. Disponível em: <https://360i.com/pov/global-twitter-trends-brazil/>
- Álvarez, A.M. (2002), "O Feminismo de Ontem e de Hoje", Lisboa, Ela por Ela, citado por Maria Helena Santos (2015), "Da Origem do Feminismo ao Feminismo Plural, do Mundo a Portugal", em Carlos Seixas (org), *O Que é Feminismo?*, Lisboa: Escolar Editora
- Alvarez, Sônia (2014), "Para Além da Sociedade Civil: Reflexões Sobre o Campo Feminista", *cadernos pagu* (43) jan/jun
- Amaral, Inês Helena Sousa (2010), "Redes Sociais no Twitter: a Emergência de uma Nova Sociabilidade num Novo Ecosistema de Comunicação?" *Revista Interações*, 19
- Arruzza, Cinzia e Tithi Bhattacharya (2017), "O Significado da Greve das Mulheres Neste 8 de março" (online), consultado em setembro de 2017. Disponível em: <http://www.esquerda.net/artigo/o-significado-da-greve-das-mulheres-neste-8-de-marco/47366>
- Aslam, Salman (2017), "Twitter by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts" (online), consultado em setembro de 2017. Disponível em: <https://www.omnicoreagency.com/twitter-statistics/>
- BBC Brasil (2015), "#PrimeiroAssédio: Maioria de Participantes de Campanha Sofreu 1º abuso entre 9 e 10 anos", consultado em janeiro de 2016. Disponível em: http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/10/151028_idade_primeiro_assedio_salasocial_lab
- boyd, dannah e Kate Crawford (2012), "Critical Questions for Big Data: Provocations for a Cultural, Technological, and Scholarly Phenomenon", *Information, Communication & Society*, 15(5)
- boyd, dannah; Scott Golder e Gilad Lotan (2010), "Tweet, Tweet, Retweet: Conversational Aspects of Retweeting on Twitter", *Proceedings of the 43rd Hawaii International Conference on System Sciences*, Honolulu, 05 Jan - 08 de janeiro
- Bruns, Axel e Jean E. Burgess (2011), "The Usage of Twitter Hashtags in the Formation of ad hoc Publics", *Proceedings of the 6th European Consortium for Political Research*, Reykjavik
- Bruns, Axel e Jean E. Burgess (2015), "Twitter Hashtags From ad hoc to Calculated Publics", em Nathan Rambukkana (org.), *Hashtag Publics: The Power and Politics of Discursive Networks*. New York: Peter Lang Pub. Inc.
- Bruns, Axel e Jean E. Burgess (2016), "Methodological Innovation in Precarious Spaces: The Case of Twitter", em Helene Snee et al (orgs), *Digital Methods for Social Sciences*, Reino Unido, Palgrave Macmillan
- Cardoso, Gustavo (1998), *Para uma Sociologia do Ciberespaço*, Lisboa: Celta
- Cardoso, Gustavo e Cláudia Lamy (2011), "Redes Sociais: Comunicação e Mudança", *JANUS.NET e-journal of International Relations*, 2, (1)
- Castells, Manuel (2001), *La Galaxia Internet*, Madrid, Areté
- Castells, Manuel (2009), *Communication Power*, Oxford, Oxford University Press
- Castells, Manuel (2012), *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*, Cambridge, Polity Press
- Castells, Manuel e Gustavo Cardoso (2005). *A Sociedade em Rede: do Conhecimento à Ação Política*, Belém, Imprensa Nacional-Casa da Moeda
- Chang, Hsia-Ching (2010), "A New Perspective on Twitter Hashtag Use: Diffusion of Innovation Theory", *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 47, (1)
- Christensen, Henrik (2011), "Political Activities on the Internet: Slacktivism or Political Participation by Other Means?", *First Monday*, 16
- Comitê Gestor da Internet no Brasil (2015), "Pesquisa Sobre o Uso das Tecnologias da Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros: TIC Domicílios 2014" (online), consultado em janeiro de 2016. Disponível em: www.cetic.br
- Craide, Sabrina (2017), "Dia Internacional da Mulher Terá Greve Feminina em Diversos Países" (online), consultado em setembro de 2017. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2017-03/dia-internacional-da-mulher-tera-greve-feminina-em-diversos-paises>
- Data Senado (2013), "Violência doméstica e familiar contra a mulher" (online), consultado em janeiro de 2016. Disponível em: www.senado.gov.br/senado/datasenado/pdf/datasenado/DataSenado-Pesquisa-Violencia_Domestica_contra_a_Mulher_2013.pdf+%cd=2&hl=pt-PT&ct=clnk&gl=pt
- Doub, Bo (2016), "Community Memory: Precedents in Social Media and Movements" (online), consultado em setembro de 2017. Disponível em: <http://www.computerhistory.org/atcm/community-memory-precedents-in-social-media-and-movements/>
- Durigetto, Maria; Alessandra Souza e Karina Silva (2009), "Sociedade Civil e Movimentos Sociais: Debate Teórico e Ação Prático-Política", *Revista Katálisis*, 12(1)

- E-Marketer (2016), "Twitter's User Base to Grow by Double Digits This Year" (online), consultado em setembro de 2017, de <https://www.emarketer.com/Article/Twitter-User-Base-Grow-by-Double-Digits-This-Year/1014243>
- F/Radar (2015), "Democracia e Consumo 15º Edição" (online), consultado em outubro de 2017. Disponível em: <http://www.fnazca.com.br/index.php/2015/10/20/fradar-15%C2%AA-edicao/>.
- Felten, Pol (2015), "Everyone in the Realm has a Voice": Game of Thrones, Twitter and Television Fan Engagement, Dissertação de Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação, Lisboa, ISCTE
- Fenton, Siobhan; Lizzie Dearden e Feliks Garcia (2017), "Women's March: 500,000 people take to the streets of Washington amid global Trump protests - as it happened"(online), consultado em setembro de 2017. Disponível em: <http://www.independent.co.uk/news/world/americas/donald-trump-president-womens-march-london-edinburgh-uk-world-live-latest-updates-protest-a7538611.html>
- Ferreira, Carolina (2015), "Feminismos Web: Linhas de Ação e Maneiras de Atuação no Debate Feminista Contemporâneo", *cadernos pagu*, 44 jan/jun
- Gerlitz, Carolin e Bernhard Rieder (2013), "Mining One Percent of Twitter: Collections, Baselines, Sampling", *M/C Journal*,16(2).
- Gladwell, Malcolm (2010), "Small Change: Why the Revolution Will Not be Twetted" (online), consultado em janeiro de 2016. Disponível em: de <http://www.newyorker.com/magazine/2010/10/04/small-change-malcolm-gladwell>
- Gohn, Maria da Glória (2002), "O Paradigma dos Novos Movimentos Sociais", em Maria da Glória Gohn, *Teoria dos Novos Movimentos Sociais*, São Paulo, Edições Loyola
- Gohn, Maria da Glória (2010), *Movimentos Sociais e Redes de Mobilizações Cívicas no Brasil Contemporâneo*, Petrópolis, Vozes
- Gohn, Maria da Glória (2012), "A Revolução Será Tuitada" (online), consultado em janeiro de 2016. Disponível em: <http://revistacult.uol.com.br/home/2013/01/a-revolucao-sera-tuitada/>
- Goldsborough, R. (2011). "'Slacktivism' is Becoming the New Activism" (online), consultado em janeiro de 2016. Disponível em: <http://ccweek.com/article-2208-technology-today:-%E2%80%98slacktivism%E2%80%99-is-becoming-the-new-activism.html>
- Correll, Genevieve e Kalina Bontcheva (2016), "Classifying Twitter Favorites: Like, Bookmark or Thanks?", *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67 (1)
- Granovetter, Mark (1973), "The strength of weak ties", *The American Journal of Sociology*, 6, (78)
- Haje, Lara (2003), "Esferas Públicas Feministas na internet", *Logos*, 19
- Henn, Ronaldo Cesar; Kellen Hoehr e Gabriela Berwanger (2012), "Transformações do Acontecimento nas Redes Sociais: das Mobilizações Contra a Homofobia à Crise de Dupla Sertaneja", *Brazilian Journal Research*, 8(1)
- Huang, Jeff; Katherine M. Thornton e Efthimis N. Efthimiadis (2010), "Conversational Tagging in Twitter", Proceedings of the 21st ACM conference on Hypertext and hypermedia Hypertext and hypermedia, Toronto, 13–16 de junho
- IBGE (2015), "Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - 2015" (online), consultado em outubro de 2017, disponível em: <https://ww2.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2015/default.shtm>
- Internet Usage Statistics (2017), "International telecommunications unit: World internet users" (online), consultado em setembro de 2017. Disponível em: <http://www.internetworldstats.com/sa/br.htm>
- IPEA & FBSP (2016), "Atlas da Violência de 2016" (online), consultado em setembro de 2017. Disponível em: http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/nota_tecnica/160322_nt_17_atlas_da_violencia_2016_fin_alizado.pdf
- Knibbs, Kate (2013). "Slacktivists, Unite! Social Media Campaigns aren't Just Feel - Good Back Patting" (online), consultado em janeiro de 2016. Disponível em: <http://www.digitaltrends.com/opinion/slacktivists-unite-social-media-campaigns-arent-just-feel-good-back-patting/>
- Kwak, Haewoon et al. (2010), "What is Twitter, a Social Network or a News Nedia?", Proceedings of the 19th international conference on World wide web, Raleigh, 26-30 de abril
- Kwak, Haewoon; Hyunwoo Chun e Sue Moon (2011), "Fragile Online Relationship: a First Look at Unfollow Dynamics in Twitter", Proceedings of the SIGCHI Conference on human Factors in Computing Systems, Vancouver, 07 - 12 de maio
- Lemos, Marina (2009), *Ciberfeminismo: Novos Discursos do Feminino em Redes Eletrônicas*, Dissertação de Mestrado em Comunicação e Semiótica. São Paulo, PUC-SP
- Matos, Ana Raquel (2012), "Democracia, participação cidadã e políticas públicas: uma avaliação a partir das ações de protesto", *Configurações*, 10
- Miguel, Ana de e Montserri Boix (2015), "Os gêneros da rede: os ciberfeminismos", Em Graciela Natansohn (org.), *Internet em código feminino: teorias e práticas*, Buenos Aires: La Crujía Ediciones
- Moraes, Dênis (2001). "O Ativismo Digital" (online), consultado em janeiro de 2016. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/moraes-denis-ativismo-digital.html>

- Morozov, Evgeny (2009), "From Slacktivism to Activism" (online), consultado em janeiro de 2016. Disponível em: <http://foreignpolicy.com/2009/09/05/from-slacktivism-to-activism/>
- Mota, Leonardo (2013), "Os Movimentos Sociais na Crise Financeira Global: Questões e Polêmicas", *Ciências Sociais Unisinos*, 49 (3)
- Narvaz, Martha e Sílvia Koller (2006), "Metodologias Feministas e Estudos de Gênero: Articulando Pesquisa, Clínica e Política", *Psicologia em Estudo*, 11(3) set/dez
- Negrão, Telia (2006), *Ciberespaço, via de Empoderamento de Gênero e Formação de Capital Social*. Dissertação de Mestrado em Ciência Política, Porto Alegre, UFRGS
- Nogueira, C. (2001), "Um Novo Olhar Sobre as Relações Sociais de Gênero: Feminismo e Perspectivas Críticas na Psicologia Social", Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian e Fundação para a Ciência e a Tecnologia, citado por Maria Helena Santos (2015), "Da Origem do Feminismo ao Feminismo Plural, do Mundo a Portugal", em Carlos Seixas (org), *O Que é Feminismo?*, Lisboa: Escolar Editora
- Paiva, Fernando (2017), "Base de Usuários do Twitter no Brasil Cresceu 18% em 2016" (online), consultado em setembro de 2017. Disponível em: <http://www.mobiletime.com.br/23/02/2017/base-de-usuarios-do-twitter-no-brasil-cresceu-18-em-2016/466822/news.aspx>
- ParodeMujeres (2017). "Countries and Cities Adhered to Strike on March 8th, 2018, International Women's Strike"(online), consultado em setembro de 2017. Disponível em: www.parodemujeres.com
- Pereira, Inês (2009), *Movimento em Rede: Biografias de Envolvimentos e Contextos de Interação*, Tese de Doutorado em Antropologia Urbana, Lisboa, ISCTE
- Primo, A. (2003), *Interação Mediada por Computador: A comunicação e a Educação a Distância Segundo uma Perspectiva Sistêmico-Relacional*, Tese de Doutorado em Informática na Educação, Porto Alegre, UFRGS, citado por Raquel Recuero (2009), *Redes Sociais na Internet*, Porto Alegre, Sulina
- Queiroz, Nana (2016), "O Feminismo, Esse Filho Bastardo", em Nana Queiroz (org), *Você já é Feminista!*, São Paulo, Pólen
- Recuero, Raquel (2009), *Redes Sociais na Internet*, Porto Alegre, Sulina
- Recuero, Raquel et al. (2015), "Hashtags Functions in the Protests Across Brazil", *SAGE open*, April-June 2015
- Recuero, Raquel, Ricardo Araújo e Gabriela Zago (2011), "How Does Social Capital Affects Retweets?", *Proceedings of the Fifth International Conference on Weblogs and Social Media*, Barcelona, 17 – 21 de julho
- Revista Época (2015), "A Primavera das Mulheres" (online), consultado em junho de 2016. Disponível em: <http://epoca.globo.com/vida/noticia/2015/11/primavera-das-mulheres.html>
- Ribeiro, Djamilia (2016). Prefácio em Coletivo Não Me Kahlo (org), *#MeuAmigoSecreto - Feminismo Além das Redes*, Rio de Janeiro: Edições de Janeiro
- Rogers, Richard (2016), "Otherwise Engaged: Critical Analytics and the Meanings of Engagement" (online), consultado em setembro de 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=sNwl-qGrK7M&>
- Romão, José (2010), "Movimentos Sociais, Ongs e Terceiro Setor", *Educação & Linguagem*, 13 (21)
- Sandoval-Almazan, Rodrigo e J. Ramon Gil-Garcia (2014), "Towards Cyberactivism 2.0? Understanding the Use of Social Media and Other Information Technologies for Political Activism and Social Movements" *Government Information Quarterly*, 31
- Santos, Maria Helena (2015), "Da Origem do Feminismo ao Feminismo Plural, do Mundo a Portugal", em Carlos Seixas (org), *O Que é Feminismo?*, Lisboa: Escolar Editora
- Scherer-Warren, Ilse (2005), "Redes Sociales y de Movimientos em la Sociedad de la Información", *Nueva Sociedad*, 196
- Sebastião, Sônia e Ana Catarina Elias (2012), "O Ativismo Like: as Redes Sociais e a Mobilização de Causas", *Sociedade e Cultura*, 15 (1)
- Skoric, M. M. (2012). "What is Slack about Slacktivism?", *Methodological and Conceptual Issues in Cyber Activism Research*, 77
- Stone, Biz (2009), "What's Happening?" (online), consultado em jan de 2016. Disponível em: <https://blog.twitter.com/2009/whats-happening>
- Tavares, Manuela (2008), *Feminismos em Portugal (1947-2007)*, Tese de Doutorado em Estudos sobre as Mulheres. Lisboa, Universidade Aberta
- Tomazetti, Tainan e Liliane Brignol (2015), "O Feminismo Contemporâneo a (re)Configuração de um Terreno Comunicativo para as Políticas de Gênero na Era Digital", 10º Encontro Nacional de História da Mídia, Porto Alegre, 3-5 de junho
- Twitter (2016), consultado em setembro de 2017. Disponível em: www.twitter.com
- Valente, V. (2004), "Presupuestos Sensibles al Género: Las Experiencias en América Latina" citado por Nícia Santos e Jordana Barros (2015), "O Movimento Feminista no Facebook: uma Análise das Páginas Moça, você é machista e Feminismo sem Demagogia - Original", I Simpósio Internacional de Tecnologias e Narrativas Digitais, São Luís, 17 -18 de novembro
- Valenzuela, Sebastián (2014), "Analisando o Uso de Redes Sociais para o Comportamento de Protesto: o Papel da Informação, da Expressão de Opiniões", *Revista ComPolítica*, 4

- Waiselfisz, Julio (2015), "Mapa da Violência 2015: Homicídios de Mulheres no Brasil" (online), consultado em janeiro de 2016. Disponível em: http://www.mapadaviolencia.org.br/pdf2015/MapaViolencia_2015_mulheres.pdf
- World Economic Forum (2016), "Global Gender Gap Report" (online), consultado em setembro de 2017. Disponível em: <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2016/economies/#economy=BRA>
- Yang, Lei et al. (2012), "We Know What @You #tag: Does the Dual Role Affect Hashtag Adoption?" Proceedings of the 21th international conference on World wide web, Lyon, 16 - 20 de abril
- Zafra, R. (2010), "Un cuarto propio conectado", Madrid, Fórcola Ediciones citado por Margarita Padilla (2012), *El kit de la lucha na internet*, Madrid, Traficante de sueños
- Zappavigna, Michele (2015), "Searchable Talk: the Linguistics Functions of Hashtags", *Social semiotics*, 25(3)

Anexos

Anexo A – Modelo de Análise

		indicador	objetivo	
#EuParo	DESCRITIVO	data e hora das postagens	caracterização da amostra	
		número total de tweets	caracterização da amostra	
		número total de participantes	caracterização da amostra	
		dimensão	indicador	objetivo
#EuParo	CRITICAL ANALYSIS (Rogers, 2016)	Voz dominante	top perfis: favoritos; retweets; followers	identificar as vozes e mensagens que atingem maior audiência
		Preocupação	tópicos mais mencionados	identificar os tópicos de debate
		Comprometimento	usuários repetidos presentes na discussão	ver a longevidade e persistência na partilha
		Posicionamento	palavras que indicam "a favor", "contra", neutro	indicar os lados existentes no debate
		Alinhamento	ver outras tags associadas à discussão	ver quais temáticas estão alinhadas ao debate
		dimensão	indicador	objetivo
#EuParo	CONTEÚDO DA MENSAGEM	Caráter do conteúdo	conteúdo pessoal mensagens mais ativistas trabalho, relações íntimas/privadas, família, espaço público	Ver como os utilizadores apropriam a hashtag
			Temática mais abordada	
		Estratégia de partilha do conteúdo	texto/url/imagens/gifs	ver se o conteúdo é mais informativo, pedagógico, lúdico
			repetição ou mensagens únicas	comprometimento com uma temática
			idioma	ver se há uma internacionalização da # por perfis estrangeiros ou uma tentativa de maior propagação da mensagem utilizando outras línguas
		hashtags utilizadas em conjunto (co-word analysis)	ver o nível de conectividade entre as temáticas das hashtags	
		dimensão	indicador	objetivo
#EuParo	PERFIL DOS ATIVISTAS	Caracterização	repetição de usuários unique users	conhecer os tipos de participantes
			individual ou coletivo personalidade pública, organização midiática	
		Papeis desempenhados (Bruns e Burgess, 2013)	utilizam fontes de informação (Fontes de Informação)	conhecer as diferentes abordagens da participação
			estimulam a participação (Líderes Comunitários)	
			comentam sobre a hashtag, mas sem participar do debate (Commentadores/as)	
conversam com outros utilizando a hashtag (Conversadores/as)				
* proposta pela autora	descaracterizam o uso da hashtag (Disruptores/as)			

Anexo B – Amostra da folha de cálculo

Date (GMT)	Handle	Name	Text	URL	Platform	Followers	Retweets	Favorites
06/03/2017 00:19:17	@ptbrasil	PT Brasil	RT @JFMargarida: Se nossas vidas não importam nem uma a menos #euparo pela igualdade de	https://twitter.com/ptbrasil	Twitter for iPhone	639755	31	0
08/03/2017 01:45:14	@OliveiraSarah	Sarah Oliveira	RT @blogfeministas: É amanhã 18 de Março. Use as tags #EUParo #8MBrasil e participe do	https://twitter.com/OliveiraSarah	Twitter for iPhone	475536	5	27
08/03/2017 10:33:33	@zodoficial	Zélia Duncan	É amanhã. #EUParo pela igualdade de direitos	https://twitter.com/zodoficial	Twitter for iPhone	316641	31	0
06/03/2017 18:21:00	@MidiaNINJA	Mídia NINJA	RT @DeputadoFederal: #8M #8deMarço #EUP	https://twitter.com/MidiaNINJA	Twitter Web Client	228666	123	124
07/03/2017 22:13:59	@mellisboaalves	Mel Lisboa		https://twitter.com/mellisboaalves	Instagram	182178	4	16
08/03/2017 13:54:14	@zehdeabreu	Jose de Abreu		https://twitter.com/zehdeabreu	Tweetbot for iOS	136836	48	0

Anexo C – Carta convocatória para a Greve Internacional de Mulheres

Neste 08 de março, a terra treme. As mulheres do mundo nos unimos e organizamos uma medida de força e um grito comum: Greve Internacional de Mulheres.

Nós paramos. Fazemos greve, nos organizamos e nos encontramos entre nós. Colocamos em prática o mundo no qual queremos viver.

#NósParamos

Paramos para denunciar:

Que o capital explora nossas economias informais, precárias e intermitentes.

Que os Estados nacionais e o mercado nos exploram quando nos endividam.

Que os Estados criminalizam nossos movimentos migratórios.

Que recebemos menos que os homens e que a diferença salarial chega, em média, a 26% na América Latina.

Que não é reconhecido que as tarefas domésticas e de cuidado são trabalhos não remunerados e adicionam três horas a nossas jornadas laborais.

Que estas violências econômicas aumentam nossa vulnerabilidade diante da violência machista, cujo extremo mais brutal são os feminicídios.

Paramos para reivindicar o direito ao aborto livre e para que não se obrigue nenhuma menina a enfrentar a maternidade.

Paramos para visibilizar o fato de que, enquanto tarefas de cuidado não sejam uma responsabilidade de toda a sociedade, nos vemos obrigadas a reproduzir a exploração classista e colonial entre mulheres. Para ir ao trabalho, dependemos de outras mulheres. Para migrar, dependemos de outras mulheres.

Paramos para valorizar o trabalho invisível que fazemos, que constrói redes de apoio e estratégias vitais em contextos difíceis e de crise.

#NãoEstamosTodas

Paramos porque estão ausentes as vítimas de feminicídio, vozes apagadas violentamente ao ritmo assustador de treze (13) por dia só no Brasil.

Estão ausentes lésbicas e travestis assassinadas por crimes de ódio.

Estão ausentes as presas políticas, as perseguidas e as assassinadas em nosso território latino-americano para defender a terra e seus recursos.

Estão ausentes as mulheres presas devido a delitos menores que criminalizam as formas de sobrevivência, enquanto os crimes corporativos e o tráfico de drogas permanecem impunes porque beneficiam o capital.

Estão ausentes as mortas e as presas por abortos inseguros.

Diante de lares que se tornam um verdadeiro inferno, nós nos organizamos para nos defendermos e cuidarmos umas das outras.

Diante do crime machista e da pedagogia da crueldade, diante da tentativa dos meios de comunicação de nos vitimizar e de nos aterrorizar, fazemos do luto individual um consolo coletivo e da raiva, uma luta compartilhada. Contra a crueldade, mais feminismo.

#NósNosOrganizamos

Nós usamos a estratégia da greve porque nossas demandas são urgentes. Fazemos da greve de mulheres uma medida ampla e atualizada, capaz de abrigar empregadas e desempregadas, a assalariadas e as que cobram subsídios, a autônomas e estudantes, porque todas somos trabalhadoras. Nós paramos.

Nós nos organizamos contra o confinamento doméstico, contra a maternidade compulsória e contra a competição entre as mulheres, práticas impulsionadas pelo mercado e pelo modelo de família patriarcal.

Nós nos organizamos em todas as partes: nas casas, nas ruas, no trabalho, nas escolas, nas feiras, nos bairros. A força do nosso movimento está nos laços que criamos entre nós. Nós nos organizamos para mudar tudo isso.

#InternacionalFeminista

Nós tecemos um novo internacionalismo. A partir das situações concretas em que estamos, nós interpretamos a conjuntura.

Vemos que, diante do avanço neo-conservador na região e no mundo, o movimento das mulheres emerge como potência de alternativa.

Que a nova "caça às bruxas", que agora persegue o que nomeia como "ideologia de gênero", tenta justamente combater e neutralizar nossa força e quebrar nossa vontade.

Diante das múltiplas desapropriações, das expropriações e das guerras contemporâneas que têm a terra e os corpos das mulheres como territórios favoritos de conquista, nós nos incorporamos política e espiritualmente.

#ODesejoNosMove

Porque #VivasELivresNosQueremos, nos arriscamos em alianças incomuns.

Porque nos apropriamos do tempo e construímos juntas a disponibilidade. Fazemos da nossa reunião um alívio e uma conversa entre aliadas; das assembleias, manifestações; das manifestações, uma festa; e da festa, um futuro em comum.

Porque #EstamosJuntas, este 8 de março é o primeiro dia de nossa nova vida.

Porque #ODesejoNosMove, 2017 é o momento da nossa revolução.

#NemUmaAMenos

#VivaNosQueremos

Anexo D – Mapa com as cidades brasileiras participantes da Greve Internacional de Mulheres



Currículo

FABÍOLA MOUSINHO



📍 Lisboa (Portugal) ✉️ fabiolamousinho@gmail.com

EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO

	Mestrado em Sociologia
2015–Presente	ISCTE-IUL (Instituto Universitário de Lisboa), Lisboa (Portugal) Prêmio de excelência acadêmica – honra concedida aos estudantes ingressos com melhor colocação.
	Licenciatura em Sociologia
2011–2015	Universidade de Coimbra, Coimbra (Portugal) Classificação final: 16/20
	Graduação em Comunicação Social
2008–2014	Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa (Brasil) Média final: 9/10 Especialização em Relações Públicas Láurea Académica - Honra concedida aos concluintes com melhor desempenho acadêmico no curso.

EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

	Estágio Extracurricular
01/2017– 06/2017	IES-Social Business School (Projeto GEOfundos), Cascais (Portugal) Produção de conteúdo e de material gráfico para o Facebook, site e newsletter; Relatórios de performance em sites de redes sociais; Assistência na organização e realização de eventos; Apoio à equipa em atividades de secretariado e outros.
	Estágio de verão
07/2015– 08/2015	Associação Portuguesa de Apoio à Vítima, Coimbra (Portugal) Observação de atendimentos telefônicos e presenciais às vítimas; Apoio aos técnicos nas atividades diárias do Gabinete; Dinamização de campanhas de rua junto da população para sensibilização e informação sobre a temática.
	Estágio de Integração à Investigação
02/2015– 06/2015	Centro de Estudos Sociais (Projeto INTIMATE), Coimbra (Portugal) Elaboração de newsletter e folder de divulgação do projeto; Recolha de material jornalístico relacionado à temática do projeto; Apoio aos investigadores em sessões públicas; Transcrição de entrevistas.
	Bancária Assistente
11/2009– 05/2010	Banco do Brasil S.A., João Pessoa (Brasil) Trabalho administrativo; assistência aos clientes e contatos telefônicos.

COMPETÊNCIAS E INTERESSES

Inglês: Avançado
Espanhol: Intermediário

Interesse em novas tendências online

Microsoft Office: avançado

Familiaridade com sites de redes sociais (Facebook, Twitter)

Aptidão e gosto por uma aprendizagem contínua

Senso de responsabilidade e organização

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

Apresentação Pública	Divulgando a Intimidade: uma experiência entre Comunicação e Sociologia” no Seminário – Investigar no CES: viver experiências (VI).
Publicações	<p data-bbox="411 344 1433 456">Duarte, N. T. O.; Nascimento, A. C. V.; Mousinho, F. C.; & Pinho Neto, J. A. S. Programa de Relações Públicas para o Centro Cultural Piollin. In: XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste/XXII Prêmio Expocom - Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação, 2015, Natal. Comunicação e Espetáculo, 2015. v. 17.</p> <p data-bbox="411 465 1433 544">Nascimento, A. C. V.; Mousinho, F. C.; Duarte, N. T. O.; & Pinho Neto, J. A. S.(2014). Programa de Relações Públicas para o Centro Cultural Piollin (Trabalho de Conclusão de Curso). João Pessoa: UFPB.</p> <p data-bbox="411 553 1433 665">Alves, R.R.N.; & Mousinho, F. C. O uso e Comércio de Animais para Fins Medicinais na Cidade de João Pessoa, Estado da Paraíba. In: IV Encontro Nordestino de Etnoecologia e Etnobiologia, 2008, Feira de Santana - BA. Anais do IV Encontro Nordestino de Etnoecologia e Etnobiologia e IX Encontro de Biologia da Universidade Estadual de Feira de Santana, 2008. p. 53.</p> <p data-bbox="411 674 1433 779">Mousinho, F. C.; Eloi, F.J.; & Alves, R.R.N. O uso e Comércio de Animais para Fins Medicinais na Cidade de Maceió, Estado de Alagoas. In: IV Encontro Nordestino de Etnoecologia e Etnobiologia, 2008, Feira de Santana - BA. Anais do IV Encontro Nordestino de Etnoecologia e Etnobiologia e IX Encontro de Biologia da Universidade Estadual de Feira de Santana, 2008. p. 52.</p>

