

CIBERFEMINISMO: UMA ANÁLISE DA CAMPANHA

#NÃO MEREÇOSERESTUPRADA¹

Bárbara Leticia Matoso da SILVA²

Karoline de Nazaré Pacheco COELHO³

Rita Maria Costa SOARES⁴

RESUMO

Este artigo traz uma reflexão acerca do ciberfeminismo, a troca de informações nas plataformas digitais que por meio da web trouxe um alcance maior às lutas das mulheres refletindo a respeito de como o Movimento Feminista se impulsionou com a chegada das novas tecnologias e as redes sociais. O objeto de estudo foi a campanha “Eu não mereço ser estuprada”, iniciada após a publicação de uma pesquisa realizada pelo Ipea, no ano de 2014, onde 65% dos brasileiros concordavam com a afirmação de que “Mulheres Com Roupas Curtas Merecem Ser Atacadas”. Analisamos o conflito que se estabeleceu a partir dessa campanha, concluindo que a era digital trouxe à luta dos direitos das mulheres uma nova forma de ampliar e potencializar as ações dos indivíduos, de forma que possa ser debatido e discutido por meio de ferramentas das redes. Foi verificado como a campanha ganhou força na web e sua importância para o movimento feminista.

PALAVRAS-CHAVE: ciberfeminismo; movimento feminista; campanha #naomereçoserestuprada.

1 INTRODUÇÃO

Este artigo tratará da campanha “Não Mereço Ser Estuprada”, criada após a divulgação de uma pesquisa, na qual 65% dos brasileiros concordavam com a afirmação “Mulheres Com Roupas Curtas Merecem Ser Atacadas” feita pelo Ipea – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, em 2014. A campanha foi idealizada e executada pela

¹ Artigo apresentado como requisito para obtenção do título de bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, orientado pela Professora Me. Rita Soares.

² Estudante do 8º semestre de Jornalismo da Estácio do Pará. E-mail: babiisilva@gmail.com

³ Estudante do 8º semestre de Jornalismo da Estácio do Pará. E-mail: karolncoelho@gmail.com

⁴ Orientadora do trabalho, Jornalista e Mestre em Ciência Política pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência Política do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Pará (PPGCP-UFPA); professora dos cursos de comunicação da Faculdade Estácio do Pará. E-mail: ritamcoares@gmail.com

jornalista Nana Queiroz como forma de demonstrar descontentamento com o resultado da pesquisa. O movimento gerou grande repercussão e provocou discussões a respeito do empoderamento feminino e de seu direito de poder vestir a roupa que quiser.

A criação da máquina “The Enigma” por Alan Turing, o surgimento da internet pelos estadunidenses para ser utilizada na guerra-fria, a rede mundial de computadores ou *world wide web* (WWW), criada na CERN - Organização Europeia para a Investigação Nuclear (Suíça) e a ideia de Bill Gates e Steve Jobs de transformarem e adequarem todos os itens citados em uma interface mais acessível aos cidadãos, fez com que a internet se popularizasse. Atente-se ao fato da rede ter sido desenvolvida, em sua grande maioria, por homens. Fato este que traz à tona todo o contexto histórico amplamente discutido sobre o espaço ocupado pelas mulheres durante essa época.

Entretanto, com o avanço dessa tecnologia, as mulheres se apropriam dessa ferramenta e se mobilizam cada vez mais, militando de acordo com as suas necessidades e a busca pelos seus direitos. A internet serve de auxílio no combate ao machismo, desconstrói padrões enraizados na cultura patriarcal e liberta mulheres que até então não tinham contato com o feminismo. Blogs, sites, páginas no Facebook, todos os tipos de ferramentas na web podem propagar ideologias, produzir conteúdo para um público segmentado.

Campanhas são criadas e rapidamente disseminadas pela Rede, seja contra campanhas publicitárias que sensualizam e expõe o corpo da mulher, novelas que tratam de uma temática conservadora ou padronizada, conseguindo dessa forma uma visibilidade e até mesmo contrapor essa objetificação⁵ e padronização da mulher.

O ativismo por meio da internet vem ganhando força, Mulheres de várias regiões, etnias, grau de escolaridade, condições financeiras, falam sobre suas vidas, compartilham experiências. Uma ferramenta desenvolvida e idealizada por homens, para guerrear, agora torna-se um ambiente de resistência e combate para mulheres que lutam contra a violência imposta pela sociedade patriarcal.

É na ocupação desse espaço que a narrativa feminista ganha força, o ciberativismo é um instrumento que constrói um saber mais acessível e atinge uma quantidade maior de mulheres.

⁵ Objetificação: Ato de tratar como um objeto.

2 METODOLOGIA

O presente artigo busca identificar como o movimento feminista se articula, ganha novas configurações na internet perante a sociedade patriarcal. Vamos analisar a importância da militância do movimento feminista nas redes sociais, especificamente no Facebook. Foi escolhida como objeto de pesquisa a campanha “Eu Não Mereço Ser Estuprada”, esta campanha será analisada a partir da metodologia da análise do conteúdo, que segundo Fonseca Junior (2006, p.215 apud Lozano,1995. P. p.141-142), é eficaz, pois:

É sistemática porque se baseia num conjunto de procedimentos que se aplicam da mesma forma a todo conteúdo analisável. É também confiável – ou objetiva - porque permite que diferentes pessoas, aplicando em separado as mesmas categorias à mesma amostra de mensagens, possam chegar às mesmas conclusões.

Utilizaremos também o estudo do caso, que para Duarte (2006, p. 216 apud Yin, 2001, p. 32), “é uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, quando a fronteira entre o fenômeno e o contexto não é claramente evidente e onde múltiplas fontes de evidência são utilizadas.”, o fenômeno escolhido por nós para estudo foi a campanha “Eu Não Mereço Ser Estuprada”.

Os métodos empregados são qualitativos, no sentido de construir uma pesquisa empírica, onde o fato se apoia somente em experiências vividas, observação das coisas.

Foi estudada a campanha criada a partir da pesquisa divulgada pelo Ipea em 2014, foram realizadas também pesquisas sobre a idealizadora da campanha Nana Queiroz, e de sua insatisfação com a pesquisa.

Nossa análise foi amostral, em razão da impossibilidade de analisar a totalidade das postagens que continham a hashtag, analisamos no Facebook algumas postagens durante o período de quatro dias após a divulgação (28, 30 e 31 de março e 01 de abril de 2014). Foram observados comentários, curtidas e compartilhamentos de seis publicações envolvendo páginas e perfis de usuários. O nosso estudo tem como base teórica pesquisas e artigos que abordaram ciberfeminismo, inteligência coletiva e marcha das vadias, a partir da visão de autores como Manuel Castells, Pierry Levy, Raquel Recuero, Donna Haraway, Diana Helene, Leticia Medeiros, Carolina Ferreira, Luis Fernando Ferreira e Ana Alice

Costa.

Após colher todas as informações necessárias acerca da campanha, refletimos sobre como seria aplicado em nossa análise, chegando a conclusão de que seria adotado o método qualitativo, que foi a linha seguida até a conclusão do artigo.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 Ciberfeminismo

De acordo com Camilla Siqueira (2015), o feminismo é dividido em três fases, que são chamadas de ondas:

A primeira onda feminista ocorreu na década de 1920, dando início a luta pela igualdade política e jurídica das mulheres através do movimento feminista sufragista, que exigia direitos pela via da constituição. Pela primeira vez a opressão feminina imposta pelo patriarcado foi denunciada de forma massiva.

A segunda onda feminista é reconhecida no período da década de 1960 até 1980, é uma continuidade da primeira onda feminista, onde as mulheres se organizaram e reivindicaram seus direitos, porém são diferentes uma da outra. Na segunda onda, o movimento feminista estava buscando especialmente o fim da discriminação e a completa igualdade, enfatizando as diferenças e a subjetividade, buscando direitos sobre a sexualidade da mulher.

A terceira onda feminista é identificada a partir da década de 1990, que apresenta-se como meio de correção de falhas e lacunas deixadas pelas ondas anteriores, o novo momento discutiu o conceito de gênero, passando então a ser denunciada a opressão da mulher, através da crítica à cultura que separa o feminino do masculino, que se utiliza da distinção de gênero para desvalorizar a mulher. Além disso, com o próprio questionamento de padrão branco de classe média-alta das feministas, as mulheres negras começam a se destacar no movimento e abrir espaço para revelar as diferenças e situações vividas por mulheres de diferentes condições sociais e étnicas.

“A partir dos anos 90, surge a ideia de ciberfeminismo, que pode ser definido como um conjunto de estratégias estético-políticas comunicacionais orientadas à cultura eletrônica, sobretudo a internet e a tecnologia digital” (FERREIRA, 2015, p. 201). A ideia do

ciberfeminismo originou-se através da publicação do Manifesto Ciborgue: ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX em 1984, por Donna Haraway, apesar da autora não utilizar o termo. A bióloga propunha o rompimento com o feminismo radical. “O ciborgue é utilizado por ela como uma metáfora para criticar a identidade em favor das diferenças e para reivindicar as possibilidades de uma apropriação politicamente responsável da ciência e da tecnologia, há uma mistura de máquina e organismo.” (FERREIRA, 2015, p. 201). O ciborgue simboliza uma ruptura e também, uma nova política, a mistura do animal e da máquina. Segundo Haraway (1984) "não existe nada no fato de ser mulher que una de maneira natural as mulheres". Então era necessário o rompimento com essa política de identidade de "ser mulher", substituindo-a pelas diferenças entre as mulheres e seus ideais, que as mulheres não se unissem tão somente pelo gênero, mas por suas ideias.

De acordo com Liniers (2003) é a utilização das tecnologias para o empoderamento da mulher. É repleto de diversidades e estratégias com um elemento em comum: a tecnologia como ferramenta de libertação, por meio da internet é obtido um poder e informações. Liniers aponta um novo feminismo no qual as mulheres, apesar de terem ideologias e tendências diferentes, tem algo em comum. Haraway (1984) afirma que o ciberfeminismo, em união com a tecnologia constrói a identidade, sexualidade e gênero livremente.

3.2 “Cultura do estupro”⁶

Quando falamos relações de Gênero, estamos falando de poder. À medida que as relações existentes entre masculino e feminino são relações desiguais, assimétricas, mantêm a mulher subjugada ao homem e ao domínio patriarcal (COSTA, 2008). Desde os primórdios da existência humana, a mulher sempre foi conceituada como inferior ao homem, como sexo frágil e submissa às vontades deles. Esse conceito sempre foi utilizado para justificar violências e opressões contra as mulheres. Em décadas passadas, vários direitos foram negados a elas, como o de não votar, não poder herdar propriedade, só podiam obter algum

⁶ Cultura do estupro, segundo a ONU Mulheres, é "o termo usado para abordar as maneiras em que a sociedade culpa as vítimas de assédio sexual e normaliza o comportamento sexual violento dos homens."

bem através do casamento, não tinham nenhum direito decisório de sua própria vida.

Segundo Castells, sobre o patriarcalismo:

O patriarcalismo é uma das estruturas sobre as quais se assentam todas as sociedades contemporâneas. Caracteriza-se pela autoridade, imposta institucionalmente, do homem sobre a mulher e filhos no âmbito familiar. Para que essa autoridade possa ser exercida, é necessário que o patriarcalismo permeie toda a organização da sociedade, da produção e do consumo à política, à legislação e à cultura. Os relacionamentos interpessoais e, conseqüentemente, a personalidade, também são marcados pela dominação e violência que têm sua origem na cultura e instituições do patriarcalismo (CASTELLS, 1999, p.169)

O papel da mulher sempre foi atribuído a ser boa filha, boa esposa, boa dona de casa, conceito esse enraizado na sociedade patriarcal. Sendo assim, o movimento feminista, busca que a mulher não seja discriminada e subjugada, por tais conceitos. Buscando alinhar todas as pessoas, com diálogos em rede, para transformar a sociedade. Segundo Castells (1999), a autoconstrução da identidade não é a expressão de uma essência, mas uma afirmação de poder pela qual mulheres mobilizam-se para mudar de como são para como querem ser. Reivindicar uma identidade é construir poder. Sendo assim, a mobilização social entre as mulheres pelas redes, fortalece o movimento feminista, e obtém um espaço de voz, participação ativa e empoderamento feminino, incentivando assim, outras mulheres nessa causa importante e necessária para a sociedade.

Atualmente, apesar dos avanços obtidos pelas mulheres, o preconceito e discriminação quanto a imagem, o comportamento e o papel social da mulher, é julgado devido a sua vestimenta, gestos e gostos. Por exemplo, é julgada ao sair sozinha a noite, beber demais, usar saia curta, atitudes essas que são encaradas como um motivo para que seja desrespeitada com piadas machistas, ofensas, entre outras. Tais atos fortalecem a cultura do estupro.

Com o resultado da pesquisa, pode-se notar a real dimensão da cultura do estupro que está inserida diretamente na sociedade, pondo em risco a integridade física e moral das mulheres ou até mesmo as suas vidas. Se é cultural, foi criada pelo ser humano. Se o ser humano a criou, o mesmo pode mudá-la.

Ainda segundo o Ipea, 88% das vítimas de estupros são mulheres e somente 10% dos casos chegam a ser denunciados. Por este motivo, torna-se evidente a importância que a campanha Não Mereço Ser Estuprada teve no ano de 2014, o silêncio foi rompido e discutido a respeito dos casos de estupros no Brasil.

3.3 inteligência coletiva

A partir da web 2.0 surge o conceito de inteligência coletiva, que consiste em uma inteligência compartilhada, fruto da colaboração de muitos usuários trabalhando em conjunto. Nesse conceito, vê-se o uso das campanhas que utilizam onde um grupo de internautas se utilizam das hashtags para se juntar a algo, ou em função de pesquisar algo.

Segundo Recuero (2009), "muitas dessas informações são difundidas de forma quase epidêmica, alcançando grandes proporções tanto online quanto offline". Para que essas informações não se percam e se juntem umas às outras, utiliza-se as hashtags, e elas se transformam em links clicáveis para que os usuários possam fazer buscas e achem o conteúdo com mais facilidade.

A grande inovação da internet é que ela possibilita que os internautas produzam conteúdo ao mesmo tempo que recebem, o internauta deixa de ser somente um espectador, para ter voz, formando assim a cultura participativa. As redes sociais se apropriam disso, uma característica muito forte delas é a capacidade de expandir informações entre os usuários. Segundo Levy (2003), o conceito de inteligência coletiva é:

Uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências. (...) a base e o objetivo da inteligência coletiva são o reconhecimento e o enriquecimento mútuo das pessoas, e não o culto de comunidades fetichizadas ou hipostasiadas. Portanto a internet possibilita que cada um pudesse expor suas opiniões, divulgar sobre diversos assuntos, e ter contato com as mais diversas informações. Desta forma o conhecimento, antes restrito, se espalha, e torna-se colaborativo, onde cada usuário consome e produz conteúdo (LÉVY, 2003, p. 28).

Utilizando-se dessa inteligência coletiva e do espaço da internet, a campanha “Não Mereço Ser Estuprada”, ganhou grandes proporções devido a essa troca de informações, divulgação, expansão de conteúdo e conhecimento entre as mulheres. Graças à exposição e propagação de informações, a campanha ficou conhecida e a insatisfação das mulheres também.

A internet não resolveu, e nem vai resolver, todos os problemas existentes no universo, porém, ela deu voz a mulher, mostrou que ela não está sozinha, existem outras

com seu mesmo problema, mesma insatisfação. Mostrou às mulheres, que elas podem lutar juntas, serem ouvidas, terem voz.

A relação entre o feminismo e a inteligência coletiva é que o movimento é dado pelas mulheres unidas, em benefício delas, juntas no coletivo, assim como a inteligência coletiva de todas ajudando a todas. O movimento feminista não migra e não permanece somente nas redes sociais, ao contrário, ele se fortifica com o uso dessas novas tecnologias, o usa para que a sua causa se expanda. As velocidades de interação entre as pessoas e os conteúdos de mensagens reproduzidas conseguem atingir um público maior e conseqüentemente, ganham visibilidade com maior facilidade.

4 MARCHA DAS VADIAS

Em 2011, um representante da polícia em uma palestra sobre segurança no campus de Direito da York University de Toronto, no Canadá, disse que “As mulheres deveriam evitar se vestir como vadias para não serem vitimizadas”, ao ouvirem tal frase, Sonya Barnett e Heather Jarvis se organizaram e realizaram a Marcha das Vadias. Se apropriando do termo usado pelo policial, as duas tiveram a iniciativa de criar um evento pela rede-social Facebook. O evento conseguiu unir diversas organizações feministas que tinham uma causa em comum: gerar uma forma de protestar contra o que foi dito na palestra.

O objetivo da marcha era deixar claro que coisas como horário, locais e roupas não passavam de desculpas para que o estupro ocorresse e que a vítima fosse culpada, julgada e envergonhada pelo ato. O protesto foi marcado pelas manifestações artísticas feitas pelas mulheres, o corpo como um meio de transmitir mensagens durante a caminhada.

A Marcha das Vadias de Toronto conseguiu atingir uma grande quantidade de pessoas por ter sido organizada pela internet, abrangendo o mundo todo sem fronteiras algumas para impedir que a causa fosse oprimida, para Diana Helene (2013), o uso da web é uma peculiaridade porque ocorreu “de forma descentralizada, com a internet como meio de propagação, organização e repercussão”.

Mulheres foram às ruas com o lema “O que quer que eu vista, onde quer que eu vá, sim significa sim, e não significa não”.

Figura 1 – Marcha das Vadias, Belo Horizonte



Fonte: GGN – O jornal de todos os Brasis, Marcha das Vadias. (2016).

5 ANÁLISE DO OBJETO

5.1 “Se as mulheres soubessem se comportar, haveria menos estupros”

No dia 4 de abril de 2014, o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), divulgou uma controversa pesquisa com dados sobre a Tolerância Social à Violência contra as Mulheres, que ouviu cerca de 3.810 pessoas que moravam em 212 municípios brasileiros, entre maio a junho de 2013.

Na pesquisa, uma das perguntas era a seguinte: “Se as mulheres soubessem se comportar, haveria menos estupros”, 58% dos entrevistados concordaram total, ou parcialmente com a afirmativa (Gráfico 1).

O resultado preocupou feministas que participam ativamente de redes sociais, como foi o caso da jornalista Nana Queiroz que postou uma foto no dia 27 de março, um dia após a divulgação da pesquisa, em forma de protesto, nas ruas de Brasília.

Na postagem de Nana, as mulheres foram convocadas a tirar a roupa e fotografar da cintura para cima, com um cartaz que dissesse: “Eu também não mereço ser estuprada”. A princípio, a campanha começaria às 20h, mas antes do horário, muitas já haviam postado seus registros com a nota #EuNãoMereçoSerEstuprada. Logo após a foto, outras mulheres

também resolveram protestar, as pessoas aderiram a campanha nas redes sociais.

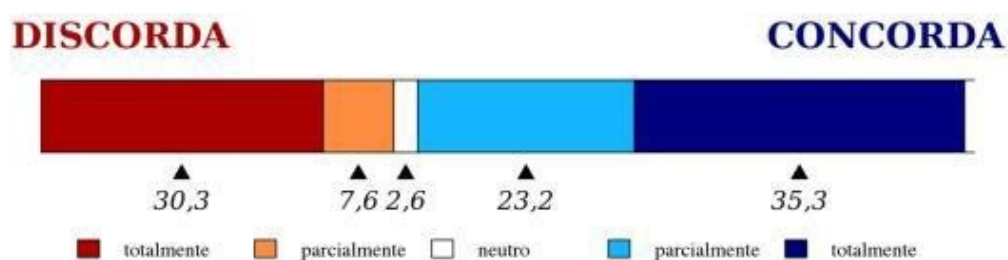
O protesto gerou visibilidade e ganhou espaço na mídia, virou assunto do momento naquele ano e também recebeu apoio da então presidente Dilma Roussef, e de muitas outras figuras públicas.

Na época, a jornalista sofreu inúmeras ameaças, entre elas a de estupro. Devido à grande mobilização das mulheres nas redes sociais, o assunto ganhou espaço na mídia tradicional, pautando assim, a campanha nos jornais televisivos e impressos.

Segundo a pesquisa do Ipea, no Brasil se tolera e muitas vezes se incentiva a violência sexual contra as mulheres, com a vítima culpabilizada pelo ocorrido, por causa do ambiente frequentado, da roupa que usava, ou do seu comportamento.

Gráfico 1 – Pesquisa Ipea

**Se as mulheres soubessem como se comportar, haveria menos estupros.
Brasil (maio/junho 2013)
(Em %)**



Fonte: Ipea/SIPS, Tolerância social à violência contra as mulheres. (2014, p. 23).

5.2 #nãomereçoserestuprada

Em junho de 2017, a rede social Facebook atingiu a marca de 2 bilhões de usuários e a utilização de hashtags (um conjunto ou uma única palavra usada nas redes sociais para dinamizar e facilitar a busca por um conteúdo específico), que é representada pelo símbolo cerquilha, popularmente conhecido como jogo da velha (#), facilitou uma filtragem de assuntos de acordo com interesses de um público segmentado.

A hashtag #NãoMereçoSerEstuprada conseguiu reunir uma série de fotografias e dividir opiniões, além de mostrar a indignação de mulheres e homens acerca da pesquisa realizada pelo Instituto de Política e Econômica e Aplicada.

A proporção alcançada em todo o país pela campanha fez com que cerca de 40 mil

usuários confirmassem presença no evento criado que tinha a seguinte convocação:

Uma pesquisa do Ipea mostrou, ontem, que 65,1% dos brasileiros acha que mulher que mostra o corpo merece ser estuprada. Acreditam?! Você não concorda com isso? Nem eu! Então bora mostrar o corpo pra mostrar o quão revoltadas estamos? A ideia é que a gente tire a roupa e se fotografe, da cintura para cima, com um cartaz tampando os seios com os dizeres "Eu também não mereço ser estuprada" e postemos, todas juntas, ao mesmo tempo, online. Quem tá dentro? (O Globo, 2016)

Figura 2 – Nana Queiroz, idealizadora da campanha



Fonte: O Globo, Violência contra mulher no país é o tema da redação do Enem. (2016).

A porcentagem divulgada inicialmente apontava que 65,1% concordavam com a afirmativa de que “Mulheres que usam roupas que mostram o corpo merecem ser atacadas” preocupou a jornalista, o então resultado a motivou a criar a campanha, como uma resposta a essa pesquisa. Às 20h, mulheres e homens deram oficialmente início ao protesto que se disseminou com rapidez pelo Facebook. Infográficos, artes, fotografias e quadrinhos também deram força a hashtag.

Durante a campanha, muitas mulheres receberam comentários negativos e de cunho ofensivos a respeito da causa, uns até mesmo incitavam o estupro devido às poucas vestimentas utilizadas por elas, como relata a internauta Jéssica Michels:

Não recebi nenhuma ameaça direta, nenhuma mensagem no meu inbox, por exemplo. Mas, por meio de amigos, vi prints de pessoas me chamando de vadia, dizendo que eu estava fazendo isso porque quero aparecer, e que, no fundo, ao publicar a foto, eu estaria pedindo para ser estuprada⁷.

A foto de Jéssica recebeu aproximadamente mil curtidas e cerca de 500 compartilhamentos, além de entrar em galerias publicadas em sites nacionais, podendo assim mostrar a dimensão alcançada com a sua publicação.

Figura 3 – Jéssica Michels



Fonte: A Notícia, Movimento #EuNãoMereçoSerEstuprada faz Joinville entrar na discussão sobre violência sexual. (2014).

5.3 “Curtir, comentar e compartilhar”

Para atender os objetivos desse trabalho, vamos analisar o conteúdo coletado na rede social em que a campanha conseguiu atingir maior repercussão, o Facebook, durante os primeiros dias após o início da campanha, na página Gina Indelicada, do então presidente do PSDB-SP Duarte Nogueira, dos usuários Bruno Assis, José Idamar, Vivi Reis e Marília

⁷ Disponível em <https://www.nsctotal.com.br/noticias/movimento-eunaomerecoserestuprada-faz-joinville-entrar-na-discussao-sobre-violencia-sexual>

Moschkovich. Esse conteúdo nos ajuda entender o tema “Não Mereço ser Estuprada” da seguinte maneira: empoderamento feminino desenvolvido dentro do conteúdo divulgado pelo Ipea, a aceitação e a rejeição tanto de homens como de mulheres.

Em meio aos posts escolhidos para integrar este artigo, notamos a apropriação partidária da campanha, como pode ser observado no post (figura 4) do então Presidente do Partido Social Democrático Brasileiro (PSDB) de São Paulo, Duarte Nogueira. Nele, o político afirma que o partido citado foi o responsável pelo lançamento da pesquisa.

Figura 4 – Duarte Nogueira



Fonte: PrintScreen do perfil de Duarte Nogueira no Facebook

Nos comentários observados na página Gina Indelicada (figura 5), é possível notar a divergência entre as próprias usuárias e curtidoras, gerando um conflito de ideias e também mostrando o machismo até mesmo propagado por algumas mulheres. Tal fato fortalece um ponto delicado na pesquisa realizada pelo Ipea que é a concordância de mulheres com a afirmativa sobre o comportamento das semelhantes.

Segundo Recuero (2014), “O botão “compartilhar” tem outras funções e valores associados. Sua principal função parece ser a de dar visibilidade para a conversação ou da mensagem, ampliando o alcance dela”. Através do compartilhamento de uma publicação, a

mesma ganha força, maior visibilidade e alcance, podendo ser usada como ferramenta de disseminação de uma ideia ou causa, atingindo diretamente as pessoas e as incentivando a repetir o ato de compartilhar

Figura 5 – Postagem da página Gina Indelicada



Fonte: PrintScreen da página Gina Indelicada no Facebook

É possível que com o uso do botão de compartilhar seja despertado o interesse dessas pessoas acerca de algum tema, trazendo para a nossa análise, podemos dizer que por meio dos compartilhamentos das fotos em apoio à campanha um público maior de mulheres tenha sido alcançado. Sobre compartilhar Recuero diz que:

Compartilhar uma informação também é tomar parte na difusão da conversação, na medida em que permite que os usuários construam algo que pode ser passível de discussão, uma vez que é de seu interesse, para sua rede social. O compartilhamento também pode legitimar e reforçar a face, na medida em que contribui para a reputação do compartilhado e valoriza a informação que foi originalmente publicada (RECUERO, 2014, p. 120).

Esse compartilhamento foi de total importância para a publicação no perfil da usuária Marília Moschkovich (figura 6), que obteve, até então, 3.895 compartilhamentos em uma foto na qual há um texto em que critica o então resultado da pesquisa que gerou a iniciativa

da realização da campanha “Não Mereço Ser Estuprada” e ocasionou a motivação para este trabalho. Além dos compartilhamentos, muitas pessoas curtiram o post, o que demonstra apoio ao conteúdo escrito na imagem divulgada, conseguindo também aprovação de algumas pessoas por meio dos comentários, como pode ser observado.

Figura 6 – Postagem da usuária Marília Moschkovich



Fonte: PrintScreen da publicação da usuária Marília Moshkovich no Facebook

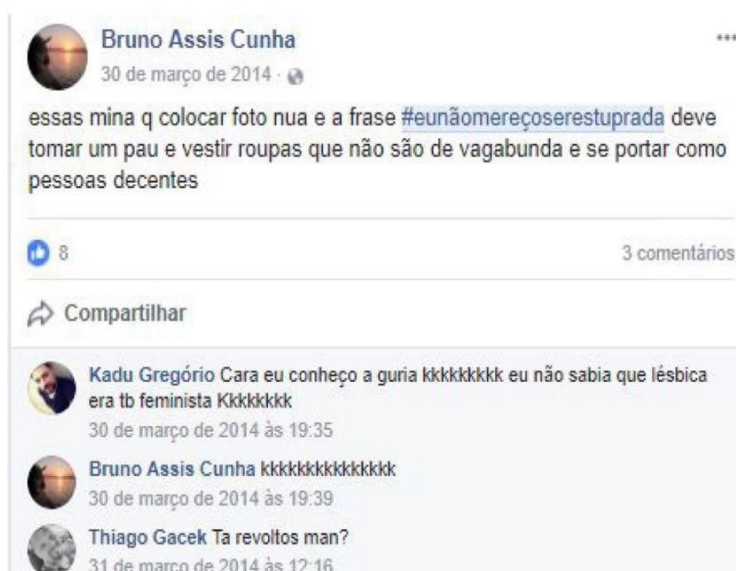
Durante os dias em que analisamos as postagens nas páginas e perfis de usuários da rede social Facebook, nos deparamos com diversos tipos de fotos, comentários e sátiras a respeito de uma campanha que objetivava chamar atenção para um assunto sério. Os posts escolhidos para este trabalho mostram a diferença de opiniões entre os internautas e como cada um deles difere dos outros em críticas positivas e negativas.

Podemos observar na postagem de Bruno Assis (figura 7), uma crítica à campanha e nela ele até mesmo utiliza palavras de baixo calão. Nota-se a falta de interpretação no sentido do convite da jornalista para que as mulheres exibissem partes de seus corpos em analogia à afirmativa da pesquisa. Pode ser notada também, no post de José Idamar, outra crítica à campanha. Nela, começa apoiando a luta e exhibe a importância de Maria da Penha Maia Fernandes⁸, por outro lado reprova a forma que Nana Queiroz escolheu para dar

⁸ Maria da Penha Maia Fernandes: brasileira que lutou para que seu agressor viesse a ser condenado, hoje é líder de movimentos de defesa dos direitos das mulheres, vítima emblemática da violência doméstica, sancionada a lei que leva seu

visibilidade a sua campanha, deixando claro que, a seu ver, existe outro jeito de protestar e conseguir atingir o que se é desejado.

Figura 7 – Post Bruno Assis Cunha



Fonte: PrintScreen da publicação no perfil de Bruno Assis Cunha

Figura 8 – Post José Idamar



Fonte: PrintScreen da publicação no perfil de José Idamar

nome: a Lei Maria da Penha, importante ferramenta legislativa no combate à violência doméstica e familiar contra mulheres no Brasil.

Na internet não existe fronteiras. Não importa em que cidade, Estado ou país uma publicação seja postada, ela pode ser compartilhada, curtida e comentada por qualquer usuário mesmo que esteja do outro lado do mundo.

Figura 9 – Vivi Reis



Fonte: PrintScreen da publicação no perfil da usuária Vivi Reis

A desterritorialização contribui para que a ideia seja propagada em grande escala, assim podemos mostrar que a usuária paraense Vivi Reis, que além de aderir a campanha fez seu relato em seu perfil do Facebook, obtendo 827 curtidas, 38 compartilhamentos e 73 comentários. Para Lima (2013) a popularização da internet contribuiu para fazer circular massivamente discursos de valorização do feminismo. Através de comunidades virtuais, blogs pessoais e páginas no Facebook, testemunhamos diversos tipos de intervenções online. Por ser um canal de comunicação em tempo real, o alcance das ações pode chegar a uma proporção global. Esta facilidade de interagir com internautas de diferentes lugares, crenças e interesses permite que o movimento aproveite o ciberespaço para divulgar o feminismo e “explicá-lo” à sociedade, ampliando assim o número de seguidores

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A ideia deste trabalho surgiu em razão do descontentamento acerca do que vimos na web relacionada ao desprezo ao movimento feminista. O incômodo de como a mulher é ironizada de forma estereotipada e ridicularizada na internet. Por esta razão, surgiu à ideia de trabalhar movimento na web como forma de divulgação de seus conceitos a partir da campanha da jornalista Nana Queiroz.

Analisamos a campanha “Eu Não Mereço Ser Estuprada” pelo seu alcance e sua relevância na internet, em especial na rede social Facebook, que acompanhado da cerquilha (#), contribuiu para a disseminação e divulgação da ideia, fazendo assim várias pessoas se conscientizarem a respeito da realidade da mulher no Brasil.

Utilizamos o método de análise de conteúdo e estudo de caso. Os aplicamos em dez postagens entre os dias 28, 30 e 31 de março e 01 de abril de 2014, que foram os dias de maior visibilidade e utilização da hashtag. A partir destas postagens é possível observar que muitas mulheres se mostraram indignadas com o resultado da pesquisa e que participaram ativamente da campanha “Não Mereço Ser Estuprada”, se posicionando contra a cultura do estupro. Em contrapartida a forma e a dimensão da campanha causaram incômodo e foram reprovadas por homens, e até por mulheres.

O Facebook, rede-social em que Nana organizou, divulgou e deu início ao protesto, é a plataforma com maior base de usuários ativos na web, atingindo a marca de 1,44 bilhão de internautas. Logo após a criação do evento, 44 mil mulheres já haviam confirmado presença de imediato.

Apesar do Ipea ter corrigido a pesquisa e publicado a errata oito dias após a primeira publicação, toda a atenção alcançada pela iniciativa da jornalista, concluímos que a ação não foi em vão, tendo em vista que essa hashtag foi de fundamental importância para as que viriam a seguir, como uma contribuição para o ciberfeminismo.

Devido à apropriação das redes sociais pelo movimento feminista, e o uso dessa ferramenta como forma de ativismo e o crescimento da sua grande visibilidade dentro dela, as mulheres conseguem protagonizar um papel na sociedade, seja nas ruas lutando por seus direitos, ou nas redes sociais apoiando a causa, disseminando através desse meio de comunicação o que de fato é a luta feminista àquelas que não possuem esse conhecimento. A

internet popularizou e o tornou mais acessível não somente para as mulheres, e sim para todas as pessoas que desejam se empoderar acerca desse tema.

O movimento feminista hoje utiliza a internet não só para “problematizar” e pautar questões sobre como é ser mulher, sua atuação, o seu papel, mas também como forma de organização política, por meio de blogs, vídeos, textos, como também em forma de arte.

Assim como a Marcha das Vadias virou um marco para o movimento feminista em Toronto, a campanha “Não Mereço Ser Estuprada” foi um marco no Brasil de fundamental importância para este movimento social que não se prende somente a web, pois a luta que as mulheres enfrentam não se restringe somente a plataforma digital. Diariamente convivem com violências verbais, físicas e mentais, além de discriminação no trabalho e a submissão de seu papel reduzido somente como dona de casa.

O ciberfeminismo, além de ser uma nova forma de ativismo, também é um aliado para a luta social fora da internet. Pode-se também afirmar que existem conquistas, mas as mulheres ainda sofrem discriminação, seja pelo machismo ou o tratamento diferenciado pela sociedade.

Conclui-se então que, o ciberfeminismo ainda tem muito a crescer e a "ensinar", pois a afirmação de que a mulher não tem os mesmos direitos, ainda é um tabu muito grande e vê-se isso evidenciado na internet quando as páginas que abordam o tema ou campanhas como essas são minimizadas por alguns internautas, a luta é grande, mas não é impossível.

7 REFERÊNCIAS

ALTERNATIVA ONLINE, Não Mereço Ser Estuprada bomba na net. Disponível: <http://www.alternativa.co.jp/Noticia/View/27109/Nao-mereco-ser-estuprada-bomba-na-net>. Acesso em: 11/09/2017.

A NOTÍCIA, Movimento Eu Não Mereço Ser Estuprada. Disponível: <http://anoticia.clicrbs.com.br/sc/noticia/2014/04/movimento-eunaomerecoserestuprada-faz-joinville-entrar-na-discussao-sobre-violencia-sexual-4463917.html>. Acesso: 30/08/2017.

CASTELLS, Manuel. O poder da identidade. Tradução Klauss Brandini Gerhardt. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

COSTA, Ana Alice. Gênero, poder e empoderamento das mulheres. 2008. Disponível em: http://www.adolescencia.org.br/empower/website/2008/imagens/textos_pdf/Empoderamento.pdf Acessado em: 02/09/2017

DUARTE, Marcia Yukiko Matsuuchi. Estudo de caso. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2006.

FERREIRA, Carolina. Feminismos web: linhas de ação e maneiras de atuação no debate feminista contemporâneo. In: Cadernos Pagu (44), Dossiê Percursos digitais: corpos, desejos, visibilidades, janeiro-junho, 2015.

FERREIRA, Luiz Fernando. Lugar de vítima: uma análise da campanha virtual “Eu não mereço ser estuprada” e o propósito de colocar se como vítima, 2015. Disponível: <http://pantheon.ufrj.br/handle/11422/816>. Acesso em: 11/11/11.2017

FONSECA JUNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de conteúdo. In: Duarte, Jorge; BARROS, Antonio (org.). Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2006.

HARAWAY, Donna. Manifesto Ciborgue. Ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX. in *Antropologia do Ciborgue. As vertigens do pós-humano.* (org, Tomaz Tadeu). Belo Horizonte: Autêntica editora, 2000.

HELENE, Diana. “A Marcha das Vadias: o corpo da mulher e a cidade” In: REDOBRA 11 [ano 4, número 1], CORPOCIDADE 3, 2013 (acesse online: <http://www.redobra.ufba.br/>).

JUSBRASIL. Movimento #EuNãoMereçoSerEstuprada criado pela jornalista Nana Queiroz continua com força total na internet, 2014. Disponível: <https://jusbrasil.com.br/noticias/114912428/movimentoeunaomerecoserestuprada-criado-pela-jornalista-nana-queiroz-continua-com-forca-total-na-internet>. Acesso: 15/08/2017

LÉVY, P. A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço. 4. ed. São Paulo: Loyola, 2003.

LIMA, Quézia dos Santos. Blogueiras feministas e o discurso de divulgação do feminismo no ciberespaço. In: Seminário de estudos em análise do discurso, 2013. Disponível em: < <https://goo.gl/HBVsr> >. Acesso: 11/11/2017

LINIERS, Maria Rubio; La Imagen Virtual de la Mujer – dos estereótipos tradicionais al Ciberfeminismo. Revista Feminismo/s, Madri, Espanha, 2003

MEDEIROS, Leticia. Como Assim, Cultura do Estupro? Site Politize, 2016. Disponível: <http://www.politize.com.br/cultura-do-estupro-como-assim/>

O GLOBO, Protesto “Não Mereço Ser Estuprada” movimenta Facebook após resultado da pesquisa. Disponível: <https://oglobo.globo.com/brasil/protesto-nao-mereco-ser-estuprada-movimenta-facebook-apos-resultado-de-pesquisa-12018281>. Acesso em: 08/08/2017.

O GLOBO, Violência contra mulher no país é o tema da redação do ENEM. Disponível: <https://oglobo.globo.com/sociedade/educacao/enem-e-vestibular/violencia-contra-mulher-no-pais-o-tema-da-redacao-do-enem-17873892>. Acesso: 25/09/2017

RECUERO, Raquel. Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook“. Revista Verso e Reverso, XXVIII(68): p.114-124, maio-agosto 2014
SAKAMOTO, Leonardo. Organizadora do “Eu não mereço ser estuprada” recebe ameaças de estupro. 2014. Disponível: <https://blogdosakamoto.blogosfera.uol.com.br>. Acesso em: 09/09/2017.

SIQUEIRA, Camila. As Três Ondas do Movimento Feminista e suas Repercussões no Direito Brasileiro. In: XXIV Congresso Nacional do CONPEDI - UFMG/FUMEC/DOM Helder Câmara, 2015. Disponível em: <
<https://www.conpedi.org.br/publicacoes/66fsl345/w8299187/ARu8H4M8AmpZnw1Z.pdf>>. Acesso: 22/11/2017

ZENIDARCI, Solini; SILVA, Elissa. Ativismo Feminista Online: O Caso da Hashtag #primeiroassedio. Disponível:
<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0603-1>. Acesso: 11/11/2017