

Mapeamento e análise de memes feministas na internet brasileira

Mapping and analysis of feminist memes on the Brazilian internet

Viktor Chagas

É professor e pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (PPGCOM-UFF). É membro associado do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Democracia Digital (INCT.DD). Doutor em História, Política e Bens Culturais pelo Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil da Fundação Getúlio Vargas (Cpdoc-FGV).

Ana Beatriz Brêtas Araújo

É mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (PPGCOM-UFF) e bacharel em Estudos de Mídia pela Universidade Federal Fluminense.

RESUMO

O presente artigo se propõe a investigar o funcionamento de campanhas feministas *online* estabelecidas a partir de memes e hashtags nas mídias sociais. A pesquisa apresenta um mapeamento exploratório sobre estas ações no Brasil e em outras partes do mundo, na última década. Foram levantadas, de forma sistemática, informações recolhidas dos meios de comunicação de massa e também da literatura especializada, a fim de compor quadro com mais de 150 campanhas similares. Procurou-se, então, estabelecer um modelo analítico, capaz de condensar esses repertórios em dois eixos, sendo o primeiro aquele que procura compreender se as ações empreendidas correspondem ao conceito mais clássico de ação coletiva ou se podem ser lidas como uma ação conectiva, e, o segundo, o que investiga se estas ações fazem uso de uma agenda que destaca a liberdade e autodeterminação das mulheres, ou de uma que busca repreensão moral e social dos abusadores.

PALAVRAS-CHAVE: *Memes feministas; Ação conectiva; Ativismo de sofá; Hashtags políticas.*

ABSTRACT

This paper aims to investigate online feminist campaigns based on memes and hashtags on social media. Research presents an exploratory mapping of these actions in Brazil and other parts of the world in the last decade. Information gathered from the mass media and from the specialized literature was systematically collected in order to compose more than 150 similar campaigns. We then sought to establish an analytical model capable of condensing these repertoires into two axes, the first one seeking to understand whether the actions correspond to more classic concepts of collective action or can be understood as connective actions, and the second investigates whether these actions make use of an agenda that highlights women's freedom and self-determination, or that seeks moral and social rebuke from abusers.

KEYWORDS: *Feminist memes; Connective action; Slack-activism; Political hashtag*

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo investigar el funcionamiento de las campañas feministas en línea basadas en memes y hashtags en las redes sociales. La investigación presenta un mapeo exploratorio de estas acciones en Brasil y en otras partes del mundo en la última década. La información reunida de los medios de comunicación y de la literatura especializada se recopiló sistemáticamente para componer más de 150 campañas similares. Luego, buscamos establecer un modelo analítico capaz de condensar estos repertorios en dos ejes, el primero buscando comprender si las acciones emprendidas corresponden al concepto más clásico de acción colectiva o pueden leerse como una acción conectiva, y el segundo investiga si estas acciones hacen uso de una agenda que resalta la libertad y la autodeterminación de las mujeres, o una que busca la reprensión moral y social de los abusadores.

PALABRAS CLAVE: Memes feministas; Acción conectiva; Slack-activismo; Hashtags políticos.

Submetido em 13 de Janeiro de 2020

Aceito em 03 de Março de 2021

Introdução¹

Em dezembro de 2017, o dicionário *Merriam-Webster* divulgou que a palavra do ano, entre as expressões mais buscadas pelos internautas em seu site, foi “feminismo”. Não se trata de um episódio isolado. A personalidade que gerou mais buscas no Google, também em 2017, foi Matt Lauer, âncora de programas jornalísticos da NBC que foi demitido em novembro daquele ano, após uma série de alegações de assédio sexual a colegas mulheres. Junto com ele, figuravam no *top 10* do Google o produtor de cinema Harvey Weinstein e o ator Kevin Spacey, dois outros acusados de assédio, além de, por razões diametralmente opostas, Gal Gadot, atriz israelense que protagonizou o filme *Mulher Maravilha*, tido pelas audiências como uma exaltação feminista do cinema de ação e dos filmes de super-heróis.

A revista *Time* elegeu como personalidade do ano, ainda em 2017, “As rompedoras de silêncio” (*The silence breakers*, no original), uma homenagem às mulheres que denunciaram, sobretudo através de seus perfis nas mídias sociais, dezenas de casos de assédio sexual e abuso nas indústrias cinematográfica, fonográfica, nos esportes, na política e em várias outras atividades. Grande parte da repercussão conferida aos movimentos feministas naquele ano é fruto direto da visibilidade alcançada por campanhas ativistas capitaneadas por pessoas famosas e entidades não-governamentais. Inegavelmente, grupos ativistas de diferentes matizes identitários, nos últimos anos, incorporaram como um de seus repertórios privilegiados as ações coletivas por meio de *hashtags*. Tal expediente foi enormemente popularizado pelo ativismo digital feminista na última década, e,

¹ Uma versão anterior deste artigo foi apresentada na AT Comunicação Política e Opinião Pública do XI Encontro da Associação Brasileira de Ciência Política, realizado entre 31 de julho e 3 de agosto de 2018, em Curitiba, Paraná.

embora sofra críticas por se tratar de uma forma de ativismo considerada rasa e de efeitos limitados, descrita como *slack-tivism* (Christensen, 2011; Klang e Madison, 2016) ou ativismo de sofá (Santos e Chagas, 2017), vem conseguindo agendar o debate público a respeito das desigualdades de gênero. Para citarmos apenas um exemplo, a *hashtag* #MeToo, que concentrou os depoimentos de outras celebridades² e conferiu grande visibilidade ao movimento, foi criada em outubro de 2017 pela atriz Alyssa Milano, que incentivou mulheres de todo o mundo a compartilharem suas experiências pessoais nas mídias sociais³.

#MeToo ganhou caráter transnacional e alcançou os *trending topics* do *Twitter* em mais de 80 países e teve inúmeras variações em outros idiomas, como #MoiAussi, #YoTambién, #גם_אני_כן (#NósTambém), e, claro, #EuTambém. Como estratégia ativista, o compartilhamento de depoimentos íntimos por meio de uma *hashtag* nas mídias sociais não é exatamente uma novidade. No Brasil, pelo menos desde 2013 temos acompanhado o surgimento de ações similares, com grande expressão sobretudo a partir de 2015.

O presente artigo se propõe a investigar o funcionamento deste tipo de campanha. Entendendo-as como *memes feministas*, a partir da chave dos memes de ação popular (Shifman, 2014; Chagas et al., 2017; Santos e Chagas, 2017; Sarmento e Chagas, 2020) e dos enquadramentos pessoais de ação (Bennett e Segerberg,

² Entre as celebridades que participaram da denúncia, pode-se relacionar: a atriz Anna Paquin, a cantora Björk, a apresentadora Ellen DeGeneres, a atriz Heather Graham, a cantora Lady Gaga, a atleta McKayla Maroney, a atriz Molly Ringwald, a ativista e ex-estagiária da Casa Branca Monica Lewinsky, as atrizes Reese Witherspoon e Rosario Dawson, e a cantora Sheryl Crow, entre muitas outras.

³ Um dos primeiros executivos de *Hollywood* a ser denunciado a partir da campanha #metoo foi o produtor Harvey Weinstein, acusado por diversas atrizes e colegas de trabalho de assédio e comportamento impróprio. O episódio é descrito como um ponto de inflexão (o *Efeito Weinstein*, como alguns meios passaram a denominar) no ativismo *online* feminista, gerando em seguida dezenas de outras denúncias a vários outros profissionais e tendo como consequência uma série de suspensões e demissões.

2013), o trabalho apresenta um mapeamento exploratório sobre estas ações no Brasil na última década. Foram levantadas, de forma sistemática, informações recolhidas dos meios de comunicação de massa e também da literatura especializada, a fim de compor um quadro com mais de 150 campanhas similares.

Resumidamente, o principal objetivo deste trabalho é tecer reflexões sobre como tem evoluído o debate sobre feminismo a partir da internet e como o movimento feminista tem construído seus repertórios táticos em torno de ações populares (*grassroots actions*) e miméticas como *hashtags* que apresentam depoimentos íntimos e pessoais. O conceito de “ação popular”, neste trabalho, é herdado da discussão travada a partir da literatura sobre ativismo digital (Dumitrica e Felt, 2019; Shifman, 2014), e realça o caráter de mobilização coletiva assumido por tais ações. Ele, contudo, é problematizado por um conjunto importante de autores (Bennett e Segerberg, 2013; Papacharissi, 2009), que destacam o fato de que, embora apontem para uma articulação colaborativa, este tipo de ativismo geralmente é baseado em enquadramentos pessoais de ação.

O artigo empreende um primeiro mapeamento não-exaustivo de memes feministas com grande repercussão no Brasil nos últimos anos, e os compara com outros memes e ações políticas semelhantes levadas a cabo em países como Estados Unidos, Índia, África do Sul e Argentina, para citar alguns exemplos (Kim, 2017; Berents, 2016; Fadnis, 2017; Kangere et al., 2017). O objetivo desta comparação não é historicizar ou particularizar o contexto brasileiro. Iniciativas como as de Natansohn e Reis (2017) já se ocuparam deste tipo de empreitada. Por outro lado, a comparação não apenas reforça o caráter transnacional do ativismo digital (Bennett e Toft, 2009), mas é capaz de sublinhar tendências comuns, transversais a diferentes ações. Nesse sentido, o presente estudo procura apresentar um modelo teórico que avalia características comuns entre diversas

hashtags feministas, de maneira a permitir reconhecer nessas ações efetivamente um repertório ativista.

Assim, após o levantamento e categorização dessas experiências, uma análise de conteúdo foi performada com o intuito de apreender: (Q1) Que características comuns entre os acontecimentos que funcionaram como estopim para estes memes podem ser destacadas? (Q2) Quais as principais reivindicações incorporadas na agenda desses movimentos? E, por último, (Q3) como são executadas essas ações na internet?

Para facilitar a exposição dos argumentos, optou-se por dividir o artigo em quatro diferentes momentos, além da presente introdução. Em duas revisões de literatura, discutimos o desenvolvimento dos estudos sobre gênero e ativismo na internet e a conceituação sobre memes feministas. Mais adiante, apresentamos o mapeamento de *hashtags* feministas e os principais resultados a partir da observação desses dados.

1. Gênero e internet

Conforme Van Doorn e Van Zoonen (2011), é possível reconhecer três diferentes abordagens relacionadas aos estudos de gênero e sua interface com a internet: (a) uma, que parte da experiência da identidade corporificada por meio do ambiente *online*; (b) outra, que discute a agência individual das mulheres diante da imposição de uma condição passiva como mera consumidora; e ainda (c) uma terceira, que procura avaliar a tensão mútua entre gênero e tecnologia, observando particularmente como essas duas forças se ajustam. As autoras que observam gênero como identidade dividem-se entre aquelas, como Herring (1993), que compreendem que as diferenças de gênero seguem marcadas e são perceptíveis

nos espaços *online*, e aquelas, como O'Brien (1999), que percebem que a internet facilita, se não favorece a experiência de uma comunicação descorporificada, já que a âncora material da expressão de gênero não é acionada da mesma forma que na comunicação não mediada por computador.

Já nas abordagens que discutem o gênero como estrutura social, há uma prevalência de temas como representações de consumo e performance de gosto; produção, distribuição e consumo de pornografia; práticas de ativismo e empoderamento feminino; e o *design* e as apropriações das plataformas sociais pelas mulheres (Van Doorn e Van Zoonen, 2011). A respeito desta última chave, inclusive, Gajjala (2014) destaca que, enquanto *Pinterest* e *Facebook* seriam consideradas mais femininas, *Reddit* e *4chan* são comunidades tidas como mais masculinas ou que perpetuam estereótipos de opressão (Massanari, 2014). Mas, além disso, é preciso distinguir não apenas entre plataformas de acordo com o gênero, mas também por outros recortes, como o econômico, já que há uma distância evidente entre o empreendedorismo de um site de *ecommerce* e artesanato como *Etsy* e uma *startup* de microfinanciamentos e empréstimos para artesãos e comerciantes locais como *Kiva.org*, argumenta Gajjala (2014).

Desse modo, uma crítica relativamente comum feita ao pós-feminismo ou ao ciberfeminismo é a de que essas correntes costumam ignorar as expressões subalternas e as desigualdades de acesso à internet como vetores que perpetuam desequilíbrios (Gajjala, 2014; 1999; Wilding, 1998). Este resultado é, ao menos em parte, decorrente do caráter transnacional que a pauta feminista assume desde a sua origem. “Nesse sentido”, como afirmam Natansohn e Reis (2017, p. 126), “é importante observar o caráter ambíguo que a defesa por grandes temas consensuais (como a luta contra a violência de gênero, pela liberdade sexual e autonomia feminina) nos coloca”, de modo que essas pautas, argumentam as

autoras, “nos convocam à luta pela igualdade mais que pela diferença”. Isso porque, de acordo com a terceira abordagem indicada por Van Doorn e Van Zoonen (2011), estamos diante de um estado liminar em que tanto rupturas quanto continuidades se apresentam na relação entre tecnologia e gênero⁴.

O reconhecimento da multiplicidade e interseccionalidade do movimento tem, de certo modo, dificultado a consolidação do marco teórico, mas ampliado as vozes e perspectivas no campo. Norris et al. (2004) apontam que a literatura sobre o ativismo de gênero na internet ainda não conseguiu afirmar se há ou não um *gap* com relação ao engajamento em ações coletivas. As autoras apontam, de forma sujeita a controvérsias, que é possível notar uma tendência maior no gênero feminino a um engajamento em ações individuais de protesto, como os chamados *buycotss*. Vochocová, Štětka e Mazák (2015) corroboram com a leitura, indicando que as mulheres se engajam em modelos de ação política distintos dos homens. Uma distinção semelhante aparece em Hering (1993), que identifica dois tipos diferentes de discurso *online* em investigação sobre listas de discussão acadêmicas: o primeiro, com uma orientação mais autoritária, mais assertivo, com questões retóricas e de autopromoção e um humor sarcástico, era geralmente empregado por homens; e o segundo, com orientação pessoal, estilo mais atenuado, desculpas e justificativas explícitas e uma inclinação solidária, era típico da linguagem empregada por mulheres.

Assim, diferenças nas identidades de gênero repercutem também na maneira como as estruturas sociais configuram a performance política de cada

⁴ Um exemplo disso, afirmam Van Doorn e Van Zoonen (2011) e Van Zoonen (2012), está no que caracterizam como uma “eu-metodologia” (*I-methodology*), isto é, a tendência de desenvolvedores de plataformas a levarem em consideração apenas e tão-somente suas experiências no nível pessoal ao planejarem as aplicações, o que implica, entre outras coisas, em reproduzir uma perspectiva de gênero sobre a arquitetura da informação na web.

grupo. Em última instância, o que essas autoras parecem apontar é que devemos atentar menos para “se” as mulheres participam da política, e mais para “como” elas se engajam.

Mesmo porque, seguindo o argumento de Nagle (2017), muito embora grupos de ciberativistas feministas utilizem-se de táticas que abraçam a transgressão em seus protestos políticos⁵, há um problema de fundo moral e ideologicamente duvidoso no emprego deste tipo de recurso que pode levar a caracterizar misoginia tão bem quanto liberação sexual, pois “para o campo progressista, a transgressão anti-moral tem sempre se apresentado como uma barganha com o demônio, porque a bandeira da igualdade é essencialmente uma bandeira moral” (Nagle, 2017, p. 37).

O que se nota é que, através de um conjunto de ações protagonizadas em perfis pessoais, os esforços de coletivos políticos, instituições e atores individuais impulsionaram a popularização de pautas históricas dos movimentos de mulheres. O caráter das mobilizações, centradas na troca de experiências privadas, levou as participantes a promoverem em suas redes pessoais reflexões sobre assédio, a ocupação de espaços públicos pelas mulheres, a representação feminina na política, e outros temas. Enquanto o debate político através da conversa informal (Mansbridge, 1999) já se colocava há muito como prática dos coletivos feministas (Hanisch, 1969; Fraser, 1990), a internet trouxe a possibilidade de alavancar esse tipo particular de repertório, fazendo-o alcançar centenas de mulheres dispersas no espaço, e constituindo redes de solidariedade e reconhecimento (Sarmiento e Chagas, 2020), que tentam furar o bloqueio de reações misóginas e sexistas de grupos conservadores.

⁵ Pode-se pensar em casos desde a resistência retórica das *cybergrrrls* (Kroløkke, 2010) às redes de solidariedade de mulheres afegãs durante o regime talibã ou à guerra cibernética das zapatistas contra o governo mexicano (Van Doorn e Van Zoonen, 2011).

Enquanto, porém, a misoginia *online* tem se mantido no foco do concernimento de um quantitativo variado de estudos internacionais (Banet-Weiser e Miltner, 2016; Vochocová, Štětka e Mazák, 2015; Jane, 2014; Jane, 2016a; Mantilla, 2013; Rentschler, 2014), a constituição desses novos repertórios de ação e a reconfiguração do ativismo feminista na internet ainda carece de maior ímpeto investigativo (Thrift, 2014; Rentschler e Thrift, 2015; Fotopoulou, 2014; Gajjala, 1999; 2014).

Há um conjunto não irrelevante de trabalhos recentes que busca explorar a ideia de que as ativistas feministas – ou ciberfeministas, como algumas autoras as denominam (Gajjala, 1999) – têm assumido uma dinâmica de ação comunicativa em rede (Rentschler, 2014). Mas a maior parte desses estudos se concentra em analisar o fenômeno sob uma perspectiva discursiva e deliberativa (Rizzotto, Ferracioli e Braga, 2017; Vochocová, Štětka e Mazák, 2015), ocasionalmente debruçando-se sobre os enquadramentos a que as mulheres estão sujeitas quando tomam parte do debate político na internet e figuram como influenciadoras digitais (Vochocová, 2017; Vochocová, Štětka e Mazák, 2015).

Este artigo almeja complementar o debate posto, aprofundando a definição rascunhada por Thrift (2014) e Rentschler e Thrift (2015) para o conceito de *feminist meme event*, apresentado como “forma de evento midiático feminista que encontra referência não apenas em um acontecimento externo, mas que ele próprio se torna um marco referencial” (Thrift, 2014) ou simplesmente “um modo divertido de reação e crítica política” (Rentschler, 2014).

Como performances catárticas cujo objetivo principal é despertar empatia, a maior parte dessas campanhas atua equilibrada sobre a linha tênue entre enquadramentos pessoais de ação e autoexpressão, e a tentativa de levantar discussões capazes de pautar a agenda pública e mobilizar indivíduos privados à

ação política. A participação é propositadamente simplificada para despertar o engajamento da maior quantidade de indivíduos comuns. Basta postar um relato pessoal (#meuamigosecreto, #chegadefiufiu, #meuqueridoprofessor), uma foto em sinal de apoio a situação sofrida por terceiros (#forçafran, #mexeucumamexeucumtodas), uma foto de si mesma para afirmar uma posição (#eunãomereçoserestuprada, #mamilolivre) ou mesmo um comentário espirituoso em tom mais informal ou uma fotomontagem simultaneamente divertida e crítica (#saineymarentramartha, #belarecatadaedolar). Dessa forma, inscrevem-se no modelo de ativismo que se costuma designar pejorativamente como “*slack-tivism*” (ou “ativismo de sofá”) e cuja crítica mais usual é a de que não resulta em efeitos práticos ou é simplesmente ineficaz.

Como outros pesquisadores (Christensen, 2011; Klang e Madison, 2016), nós questionamos esta interpretação, chamando atenção para como as ações feministas em rede foram amplamente repercutidas não apenas nas mídias sociais, mas pelos meios de comunicação tradicionais, e como, em grande medida, ajudaram a pautar o debate público, inclusive no contexto político formal do *impeachment* de Dilma Rousseff no Brasil e das eleições norte-americanas em 2016. Ao contrário do que sugerem, portanto, seus detratores, este tipo de ativismo pode representar ganhos evidentes e um recurso importante aos movimentos sociais com atuação nas mídias sociais. Mas como delimitar conceitualmente os memes feministas?

Rentschler e Thrift (2015) notam que a maior parte, se não todas, as ações desenvolvidas a partir de memes com base em pautas feministas inscrevem-se temporalmente em acontecimentos ou eventos digitais, que podem ser episódios conjunturais avulsos (#belarecatadaedolar, decorrente da publicação de reportagem com perfil da então esposa do vice-presidente, na *Revista Veja*) ou

efemérides de caráter recorrente (#nãoqueroflores, campanha iniciada em função do Dia Internacional da Mulher, 8 de março). As *hashtags* atreladas a esses eventos servem não apenas para agrupar a memória dos conteúdos como para reunir públicos ou *constituencies* (Hopke, 2015).

Algumas dessas campanhas são iniciadas por organizações civis ou por personalidades públicas que chamam atenção para uma causa, e outras ainda por pessoas comuns, de forma espontânea, não necessariamente articuladas entre si. Outro fator marcante diz respeito ao emprego do humor. Muitos desses memes acompanham tiradas provocativas, em tom levemente cínico, com vistas ao engajamento afetivo dos sujeitos (Bore, Graefer e Kilby, 2017). Shifman e Lemish (2010) descrevem três tipos de humor sobre gênero na internet: (a) o humor sexista, que reforça estereótipos (a loira burra, a sogra malvada...), (b) o humor feminista, que satiriza os estereótipos e afirma a condição feminina; e (c) o humor pós-feminista, que enfatiza as diferenças e anula ambos os extremos, ridicularizando tanto masculinidades quanto femininidades⁶.

No que tange aos memes de internet, porém, nem sempre o humor está presente, conquanto possamos frequentemente identificar elementos da brincadeira (Bennett, 1979). Há um espectro multifacetado de formatos entre memes. como #forçafran, surgido a partir da transformação de um caso de *bullying* e *revenge porn* em campanha de apoio à vítima, e #bindersfullofwomen, série de imagens legendadas com humor satírico, popularizada a partir de fala sexista do candidato Mitt Romney em debate eleitoral americano (Tay, 2012). A despeito da

⁶ Não se trata, aqui, de reduzir os memes feministas a somente estes três tipos de humor. Evidentemente, há diferentes formas de humor envolvidas não apenas nos memes feministas em particular, mas nos memes e nos feminismos em geral. Shifman e Lemish (2010), porém, oferecem um primeiro ponto de partida interessante para esta abordagem. Neste estudo, contudo, mais do que analisar os tipos de humor envolvidos, estamos interessados em apontar que nem todos os memes feministas são propriamente memes de humor.

variedade, no entanto, é possível identificar naqueles aqui analisados padrões contumazes no que tange à emergência dessas campanhas e às pautas a que procuram conferir visibilidade. Em torno desses dois vetores, e apoiados pela literatura feminista, organizamos a discussão que se segue.

2. Memes feministas

Memes feministas se inscrevem na chave do que Chagas e colaboradores (2017) denominam de memes de ação popular, formas de ação política capitaneadas por dinâmicas de mobilização e comportamentos miméticos, com repertórios baseados na intervenção, no desafio, na denúncia e na luta por reconhecimento (Sarmiento e Chagas, 2020). No âmbito dos estudos sobre memes, há uma evidente propensão a se reforçar a atenção sobre o caráter do humor de grande parte desses conteúdos sem enfatizar o aspecto de mudança social em que muitas dessas narrativas estão imersas (Mina, 2013). Pensa-se motivos recorrentes, elementos e formatos capazes de ampliar o sucesso e a repercussão desses memes através do humor (Shifman, 2012; Shifman e Thelwall, 2009; Tay, 2011), mas não se tem avaliado ou desenvolvido modelos para análise de memes como repertórios de ação.

Nossa intenção, uma vez que lidamos com memes feministas, é de conciliar as abordagens sobre gênero e internet e os estudos sobre memes em um modelo que permita não apenas avaliar o fenômeno em específico, mas também outras categorias de ação popular na internet não necessariamente atreladas à questão de gênero. Da literatura feminista destacamos dois olhares, a partir dos quais podemos tecer considerações sobre processos concernentes a esses memes. A primeira é uma reflexão sobre a fronteira entre público e privado, e a segunda, a defesa da autonomia dos sujeitos femininos.

2.1 O público e o privado

Uma das maiores contribuições do projeto feminista está em postar nas teorias que questionam a dicotomia entre público e privado, basilar no pensamento político ocidental (Miguel e Biroli, 2014; Okin, 2008). Trata-se de uma leitura que procura demonstrar que a vida privada não está imune às relações de poder, e que as relações cultivadas na esfera íntima doméstica são interpenetradas por aspectos da desigualdade na esfera pública (Okin, 2008). As produções revisam conceitos-chaves da teoria política, como acontece por exemplo na crítica da ênfase à luta redistributiva no marxismo ortodoxo ou à condição de equidade entre os indivíduos na esfera pública habermasiana.

Fraser (1987), por exemplo, evidencia que a teoria social de Habermas desconsidera como os gêneros dos sujeitos incidem sobre seu papel nas relações capitalistas, e afirma que por isso Habermas peca na formulação de seu conceito de esfera pública: (a) ao omitir as semelhanças entre as esferas pública e privada; (b) ao apagar o entrelaçamento de relações entre as duas esferas; e (c) ao não levar em conta o subtexto de gênero em sua leitura dos papéis na sociedade capitalista. Em resumo, o silenciamento sobre a existência de públicos distintos, conflitivos e subalternos, é um dos efeitos da acomodação que a ideia de esfera pública homogênea como legada por Habermas nos imputa (Fraser, 1987; Miguel e Biroli, 2014).

A dicotomia entre público e privado reforça também modos de ser e agir, confinando à esfera privada questões e comportamentos que reproduzem padrões e estruturas sociais. Como no mote “o pessoal é político”, que intitula o famoso artigo de Carol Hannisch (2005[1969]), a partir da década de 1960, coletivos e

organizações feministas procuram atrair não-ativistas para suas fileiras, apresentando e incorporando a prática dos grupos de reflexão e testemunhos sobre a vida pessoal como uma forma de ação política, e reunindo, com isso, mulheres comuns em conversas sobre suas experiências pessoais particulares. Além de popularizar os feminismos junto a novos públicos, esses encontros também ajudaram a fundar estratégias de ação e a formular marcos teóricos. Em um dos textos fundantes da chamada terceira onda do feminismo, Rebecca Walker (1992) faz um manifesto sobre a necessidade da persistência da luta feminista narrado inteiramente a partir de experiências de seu dia a dia: ser abordada no transporte coletivo por estranhos ou terminar um relacionamento por conta de um posicionamento machista de seu parceiro. O ativismo do cotidiano é também destacado na leitura de Mansbridge (2009), para quem a conversação e a troca argumentativa não necessariamente deliberativa contribuem de modo ímpar para a constituição de culturas políticas.

O presente artigo se apoia nas leituras de Mansbridge, Walker e outras teóricas para sustentar que o ativismo digital feminista, ao que tudo indica, segue uma agenda distinta de outros ativismos digitais, priorizando justamente o atravessamento entre o público e o privado que foi historicamente um ponto fulcral da teoria feminista. Se hoje falamos em memes feministas como uma forma de ativismo, este repertório reflete práticas históricas. Manifestações nas quais o engajamento é atravessado pela exposição de depoimentos e vivências pessoais têm clara inspiração nas práticas dos grupos de apoio. Assim, as ações coletivas feministas na internet consistem em criar espaços de empoderamento (Gajjala, 2016). A dualidade entre a esfera pública e a privada se faz presente também e principalmente na maneira como estas ações são articuladas. Na maior parte das vezes, os memes feministas consistem de *hashtags* que aglutinam relatos íntimos

ou de campanhas de apoio e afirmação feminina a partir da publicação de *selfies*. Trata-se do uso da dimensão íntima de modo subversivo e não-subserviente, fazendo-a emergir a público como crítica. Justamente por isso, os memes flertam com modelos de organização que Bennett e Segerberg (2013) classificariam como ação conectiva, isto é, calcada em enquadramentos pessoais de ação. Entretanto, um olhar atento à dinâmica de propagação desses relatos e conteúdos nos permite identificar que, em alguns casos, o impulso inicial é dado por grupos de interesse ou personalidades públicas, configurando, portanto, uma ação coletiva nos moldes tradicionais. Estes dois padrões, a ação conectiva e a ação coletiva configuram um dos vetores que observaremos na análise que se segue.

2.2 Autonomia e resposta à opressão

Uma segunda crítica norteadora do debate feminista é aquela que se refere à autonomia das mulheres. Ela aparece, por exemplo, na problematização apresentada por Carole Pateman (1993) em relação ao contrato social. Trabalhando com o contrato sexual como uma expressão do contrato social, Pateman (1993) contesta a premissa do consentimento, sobre a qual se funda a teoria contratualista. Para a cientista política, ao tomarem parte do contrato sexual, as mulheres estão diante de em um tipo particular de acordo, no qual seu corpo passa a ser posse legal do marido. Dessa forma, além do contrato em que os sujeitos livres delegam sua autonomia a uma autoridade, conformando o Estado, há um outro contrato, no qual os sujeitos femininos entregam sua liberdade plena aos sujeitos masculinos.

A subordinação das mulheres, em dados contextos, está atrelada também aos seus direitos políticos, já que elas não estariam aptas a tomar parte da esfera

pública. Se não podem participar do contrato social, no entanto, como poderiam contrair matrimônio? É a partir deste questionamento que Pateman (1993) coloca em xeque a condição de autonomia das mulheres na sociedade moderna. Ou seja, o contrato sexual é a evidência de que as relações entre homens e mulheres, e derivando destas, as relações entre as mulheres e a sociedade, se baseiam em subordinação.

O reconhecimento deste tratamento desigual origina uma série de questionamentos ao ideal da universalização dos direitos, onde se tem que o feminismo é simultaneamente herdeiro e crítico do liberalismo (Miguel e Biroli, 2014). De um lado, luta-se por reconhecimento de direitos preteridos às mulheres, de outro, denuncia-se o mito da autonomia como autodeterminação, sobretudo em função da “privatização das relações de cuidado e dependência” que impacta de modo diferenciado a posição das mulheres na sociedade, notadamente da mãe (Miguel e Biroli, 2014).

Conforme Biroli (2013), o problema da autonomia das identidades femininas é expresso pela supressão da condição “decisoral” das mulheres. Embora não seja definido por essa falta de autonomia, os sujeitos femininos são, sem dúvida, limitados por ela. Para uma experiência realmente libertadora, é necessário romper com essa expectativa desigual sobre os sujeitos femininos e masculinos. Entretanto, esta mesma expectativa é socialmente reproduzida e propagada a partir dos estereótipos sobre as mulheres e as relações de gênero nos meios de comunicação (Van Zoonen, 1994).

Esta desigualdade cerceia a autodeterminação das mulheres e implica em uma situação de opressão em diferentes níveis. Por isso, para enfrentá-la, é fundamental estabelecer uma luta por reconhecimento (Honneth, 2003), isto é, uma batalha política, travada em prol da autonomia do indivíduo. Seu propósito é

suplantar o desequilíbrio nas condições de reconhecimento, e, portanto, de poder (Cal, 2016), no âmbito das relações sociais.

No que tange à internet, o que tem-se observado é o desenvolvimento de novos repertórios de ação, consubstanciados pela difusão em rede de fotos, vídeos, depoimentos pessoais, como modo de documentar e combater expressões de machismo e sexismo (Garrison, 2000). As ferramentas digitais dão às testemunhas deste tipo de opressão a chance de tomar parte na responsabilidade pelo seu fim (Oliver, 2001). Em especial, memes feministas têm se notabilizado por um repertório tático responsivo levado a efeito por mulheres ou coletivos feministas com intensa atuação na rede investidos de uma dupla estratégia de ação: ora baseada no compartilhamento de vivências íntimas, na troca de conselhos e na cultura do cuidado (Rentschler, 2014) – isto é, na afirmação da condição de autorrealização e autonomia das mulheres –, ora na denúncia das situações de opressão, dos abusos e dos abusadores, e na reação à opressão pelo contra-ataque, seja a partir da constituição de contrapúblicos (Fraser, 1990) ou de espaços feministas seguros, como o grupo “separatista” Girl Army (Clark-Parsons, 2017).

Apoiando-nos, então, na distinção já clássica de Berlin (2002), entre os conceitos de liberdade positiva – que provém do desejo que o indivíduo nutre de ser seu próprio senhor” (Berlin, 2002, p. 236) –, e liberdade negativa – “a área na qual um indivíduo pode agir sem ser obstruído por outros” (Berlin, 2002, p. 229) –, reconhecemos distintas agendas nos memes analisados. Isto é, há memes feministas que valorizam a agência dos sujeitos femininos e memes que criticam a estrutura patriarcal da sociedade. Esta distinção nos permite desenvolver um eixo comparativo entre as pautas evocadas pelo conjunto dos relatos íntimos

associados a cada *hashtag*. A seguir, buscamos detalhar essa avaliação a partir do mapeamento de *hashtags* feministas que realizamos.

3. Metodologia

Entre 2012 e 2017, foram levantados 158 memes de ação popular feministas baseados em *hashtags*⁷. As campanhas foram identificadas de acordo com o ano em que tiveram origem, a autoria, quando fosse o caso, e a *hashtag* para a qual confluíam os relatos e demais conteúdos associados, além de uma breve descrição do caso. A coleta de dados foi realizada entre junho de 2017 e junho de 2018, em veículos de mídia *online*, páginas de coletivos feministas *online*, e na literatura acadêmica tomada como fonte secundária.

Nos meios de comunicação, buscou-se por reportagens publicadas sobre “feminismo”, “*hashtag*” e “*hashtag* feminista”, visto que são estes os termos mais comumente empregados por jornalistas. Priorizou-se como fontes de pesquisa, quatro grandes portais noticiosos, os *sites* G1, Folha de S. Paulo, *New York Times* e *Wall Street Journal*, muito embora, fontes adicionais fossem incorporadas de modo avulso, conforme identificadas. As páginas de coletivos inicialmente selecionadas para a pesquisa foram os *sites* da Revista Azmina, do *Think Olga*, Jezebel e *Feministing*, cujo eixo central do conteúdo já eram os feminismos, e, por essa razão, procuramos, nesses *sites*, somente pelo termo “*hashtag*”.

Na literatura especializada, trabalhamos com fontes nacionais (Natansohn e Reis, 2017; Sarmiento e Chagas, 2020; Depexe, Gelain, Corrêa, 2017; Neves, 2017; Araújo, 2016) e internacionais (Rentschler e Thrift, 2015; Thrift, 2014; Banet-

⁷ Embora, em função do recurso das *hashtags*, a maior concentração de casos se dê no Twitter, o mapeamento incorpora também memes oriundos ou que tiveram expressão em várias outras plataformas.

Weiser e Miltner, 2016; Bore, Graefer, Kilby, 2017; Jane, 2016a; 2016b; Sobieraj, 2017), que mencionassem dados relevantes às pesquisas, obtidos a partir de consultas a bases de periódicos. Ainda que os dados coletados reflitam uma ênfase maior em ações decorridas no Brasil ou nos Estados Unidos, o *corpus* também abrange experiências de outras partes do mundo.

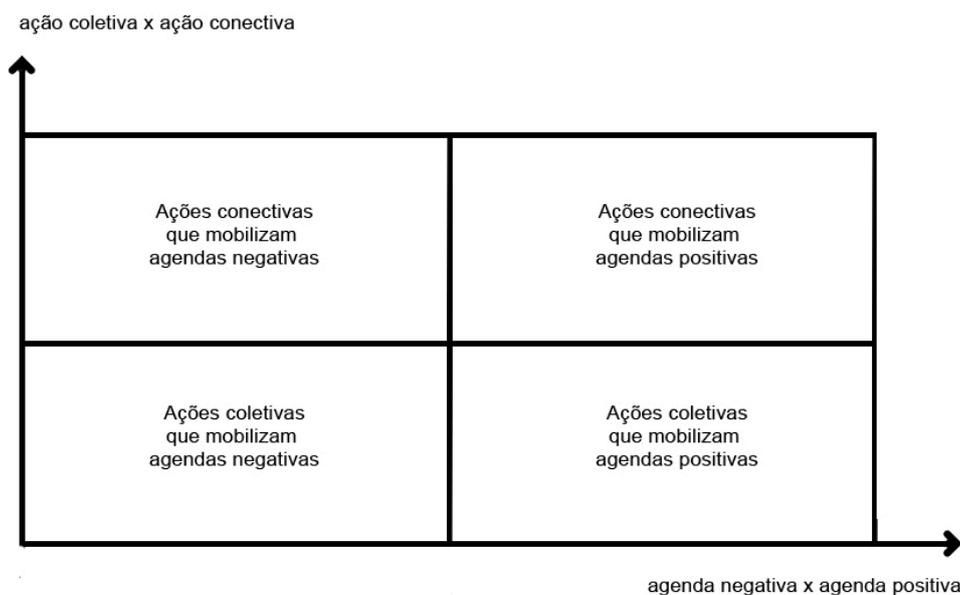
A este grupo inicial de *hashtags* adicionamos um pequeno conjunto residual, obtido a partir de pesquisas por termos próximos em motores de busca e técnica de *snowball*. Na tabela final, congregamos dados de ações da África do Sul, Austrália, Argentina, Brasil, China, Estados Unidos, Índia, Nigéria e Reino Unido.

Os resultados foram tabulados, e criou-se um banco de dados desses memes. Procurou-se avaliar, de forma qualitativa, as ações políticas seguindo-se a matriz de Van Laer e Van Aelst (2009) para classificação dos repertórios de ação na internet em casos de ciberprotestos e ativismo *online*. Os pesquisadores propõem levar em consideração duas variáveis: se as ações são facilitadas pela utilização de plataformas sociais com finalidades políticas (*internet-supported*) ou se são inteiramente dependentes da existência dessas plataformas para dar vazão a suas reivindicações (*internet-based*); e se consistem em ações muito ou pouco dispendiosas para os manifestantes (*high/low threshold*).

Em paralelo, buscou-se medir quantas dessas ações eram capitaneadas por pessoas comuns e quantas por personalidades públicas, coletivos ou instituições cuja agenda política é definida com maior clareza do que a do internauta casual (Aldé, 2011). Também se apurou o funcionamento das campanhas, de modo a compreender quantas e quais se baseiam no compartilhamento de experiências pessoais. Dessa forma, chegou-se a um modelo cartesiano (fig. 1), levemente inspirado em Bimber, Flanagin e Stohl (2012), capaz de condensar visualmente o panorama desses repertórios em dois eixos, sendo o primeiro aquele que procura

compreender se as ações empreendidas correspondem ao conceito mais clássico de ação coletiva ou se podem ser lidas como uma ação conectiva, nos moldes do que argumentam Bennett e Segerberg (2013), e, o segundo, aquele que investiga se estas ações fazem uso de uma agenda “positiva”, que destaca a liberdade e autodeterminação das mulheres, defendendo e enaltecendo as figuras femininas, ou “negativa”, que critica situações de abuso e busca repreensão moral e social aos abusadores⁸.

Gráfico 1: Modelo de Análise de Memes de Ação Popular



Fonte: Elaboração própria.

Na sequência, apresentamos os resultados obtidos por esta investigação.

⁸ Neste último caso e nos demais em que se tratavam de variáveis categóricas, dois operadores codificaram o material, negociando o consenso nos casos de divergência. Livro de códigos e banco de dados encontram-se disponíveis para consulta mediante requisição direta aos pesquisadores.

4. Resultados

4.1. Análise das variáveis

Determinar a autoria de uma campanha baseada em *hashtag* não é tarefa das mais simples. Os dados coletados a partir das mídias sociais são geralmente insuficientes para identificar-se este precedente. Contudo, esta dificuldade é compensada pela farta documentação a respeito dessas ações em reportagens e matérias publicadas na internet. Dessas fontes é possível mapear a maior parte dos articuladores envolvidos nas campanhas.

A predominância de manifestações desencadeadas por coletivos e personalidades públicas é evidente, tanto nas ações iniciadas no Brasil quanto nos Estados Unidos. Entretanto há uma peculiaridade nas campanhas norte-americanas: elas são mais comumente encabeçadas por personalidades públicas do que por coletivos feministas. No geral, envolvendo todas as *hashtags* mapeadas, 69,9% (N=107) delas foram iniciadas por coletivos ou personalidades públicas, ao passo que 33,6% (N=36) por usuárias que casualmente deram origem a um movimento. Em 6,5% (N=10) dos casos, não foi possível identificar a origem da ação. Endossar estas ações também é eventualmente uma estratégia de construção da imagem pública. O posicionamento político *online* de personalidades públicas é um tema delicado. Por um lado, é comum que fãs cobrem de seus ídolos um parecer sobre os assuntos em voga. Por outro, posturas que não corroborem com as expectativas da audiência implicam na perda de popularidade, às vezes, em larga escala.

Com relação à agenda das ações políticas analisadas, percebemos uma predominância de manifestações que enfatizam uma agenda regulatória, ou

denunciativa (62%, N=95), como #ChegadeFiuFiu, #PrimeiroAssédio, #Feminicidio e #EstuproNaoECulpaDaVitima. São, em geral, *hashtags* que operam no sentido de pautar a necessidade de se revisar determinadas posturas, de chamar a atenção das autoridades políticas para as situações de desigualdade de gênero, ou de simplesmente procurar educar por meio de campanha nas mídias sociais. Em contrapartida, foram identificadas em menor incidência manifestações que enfatizam uma agenda de solidariedade e autoestima (34%, N=52), em que se afirma a atitude e o empoderamento femininos ou em que se procura constituir uma rede de afetos, como em #MexeuComUmaMexeuComTodas, #MeuCorpoMinhasRegras, #NaoTiraOBatomVermelho, e outras mais. Além dessas duas agendas, um pequeno residual de ações cuja tendência não pôde ser identificada claramente (4%, N=6) foi também registrado.

A maior parte das campanhas que seguem uma agenda regulatória teve como estopim casos de machismo, que serviram para levantar discussão. Muitas destas histórias envolviam personalidades públicas, o que aponta para um engajamento através da construção de enquadramentos pessoais a partir da manifestação de figuras públicas. São vivências íntimas dessas personalidades expostas e comparadas a situações de opressão similares.

No Brasil, observamos que entre as ações que fazem uso de uma agenda de solidariedade são mais recorrentes os apelos para a construção e valorização de redes de afeto e compartilhamento entre mulheres. Alguns exemplos são *hashtags* como #MaisAmorEntreNós, #VamosJuntas, #UmaMinaAjudaAOutra, etc. Nos Estados Unidos, por outro lado, observamos uma predominância de casos que estimulam a liberdade individual, orgulho e autoestima: #CelebrateMySize, #BlackGirlMagic, #IAmANastyWomanBecause, etc.

4.2 Construindo um modelo de análise

Para começarmos a responder as questões que elencamos no princípio deste artigo, buscamos identificar as características comuns às narrativas de ação (Q1) e suas principais reivindicações (Q2).

No que tange a Q1, pudemos notar uma maior incidência de ações capitaneadas por coletivos e personalidades públicas do que por indivíduos privados, entretanto, as questões evocadas resultam de situações e enquadramentos pessoais de ação, vivências particulares que se tornam públicas e originam reações coletivas. Desse modo, contradizendo as expectativas iniciais, os memes feministas tendem a ocupar lugar como o que Bennett e Segerberg (2013) classificariam como uma ação coletiva híbrida, uma espécie de meio-termo entre as ações coletivas tradicionais e as ações conectivas.

Sobre as reivindicações levantadas pelas campanhas (Q2), observa-se uma reincidência dos temas de violência sexual (assédios, abusos e estupros) (N=40), relações abusivas (N=12) e estímulo à sororidade (N=14). Este último grupo conjuga tanto manifestações que prestam solidariedade e cuidado mútuo (#VamosJuntas, #UmaMinaAjudaAOutra), quanto as que afirmam identidades coletivas com base em vivências compartilhadas (#NiUnaAMenos, #MexeuComUmaMexeuComTodas, #SomosTodasThaísAraújo). As ações sobre relações abusivas são as mais comuns entre aquelas de autoria de indivíduos privados.

Os memes que enfatizam relacionamentos abusivos têm caráter particularmente pedagógico: #ÉRelacionamentoAbusivoQuando, #NamoroViolentoNãoÉAmor. Trata-se de uma discussão na qual os coletivos feministas procuram criar ou traduzir parâmetros que permitam às vítimas de

abusos identificarem sua condição – assim como propiciar uma reflexão aos abusadores que eventualmente não se identificam como tal.

Um tom semelhante pode ser encontrado em memes que enfatizam a violência sexual, e buscam repectuar e endurecer o entendimento (jurídico e/ou cultural) sobre o que deve ser considerado assédio e estupro (ChegadeFiufiu, #NãoÉNão, #FoiEstuproSim) e a cultura de responsabilização da vítima (#EuNãoMereçoSerEstuprada, #UCSSTips). A maioria das campanhas, portanto, se traduz em manifestações críticas e que apelam ao papel de instâncias de regulação capazes de conter a chamada “cultura do estupro”⁹. Dessa maneira, a agenda das ações é claramente regulatória.

Por fim, no que concerne ao modo como são executadas essas ações (Q3), observamos que as manifestações que originam memes feministas, em sua maior parte, emergem como reações a casos de machismo noticiados na mídia ou envolvendo personalidades públicas, se aproveitam de uma discussão que ganha destaque na grande mídia para atrair a atenção pública para suas pautas. As ações são, portanto, mais reativas do que propositivas, têm no mais das vezes caráter pedagógico. Trata-se de um movimento de conscientização, e também de formação de quadros políticos. Muitos destes novos coletivos fazem uso dos memes como estratégia de reconhecimento e ação política, mas assumem um caráter oportunista ao embarcar em temas em voga na mídia.

⁹ Embora o objetivo deste texto não seja o de historicizar a origem da expressão “cultura do estupro”, mesmo porque seu significado parece-nos muito claramente associado a uma resposta a um certo imaginário constituído em torno da sociedade patriarcal, é notável como essa mesma expressão se popularizou recentemente. Não apenas no vocabulário ativista, mas em muitas outras esferas do cotidiano, passou-se a evocar a “cultura do estupro”, inclusive como forma de luta e mobilização por uma necessária revisão do marco legal sobre o estupro (Sousa, 2017). Nesse sentido, a expressão parece, ela própria, ter assumido o caráter de um meme feminista.

Adicionalmente, avaliamos que as ações feministas são caracterizadas pelo que Van Laer e Van Aelst (2009) designariam como ações políticas baseadas na internet (*internet-based*). Quanto aos custos de envolvimento, pode-se inferir que se trata de manifestações de baixo custo uma vez que o engajamento não implica em possíveis complicações legais ou dificuldades práticas. A ideia é justamente que a participação seja propositadamente simplificada para alcançar o maior número de pessoas possível. Todavia, há que se considerar os custos emocionais envolvidos em denúncias de violência sexual e doméstica, assédio moral e sexual, descredibilização da vítima etc. Justamente pela dificuldade em se mensurar esse tipo de custo, optamos por desenvolver um modelo alternativo.

Em relação aos dados cronológicos, os anos com maior quantidade de ações são 2016 e 2015, nessa ordem. Em 2017, há uma sensível queda na quantidade de campanhas. Esse padrão, contudo, deve levar em consideração que o ano de 2017 viu surgir campanhas transnacionais de grande impacto (como #MeToo), que concentraram em uma única ou em algumas poucas *hashtags* ações de múltiplos países e tendências. No Brasil, algumas campanhas contra o assédio mais direcionadas chegaram a se constituir, com *hashtags* como #CarnavalSemAssedio, #EstadioSemAssedio ou #ChegaDeAssedio. Mas a visibilidade alcançada com as denúncias capitaneadas pela *hashtag* #MeToo e suas variantes mundo afora (incluindo #EuTambem) acabaram por reunir relatos pessoais de forma mais marcante e eficiente. Em 2020, o movimento #MeToo deu origem a uma filial brasileira, acolhido pelo Projeto Justiceiras e com apoio da OAB-SP. O surgimento de uma espécie de franquia nacional é prova de que a campanha se tornou, de fato, um marco relevante na atuação de diversos coletivos no Brasil e em outros lugares do mundo. É importante, portanto, observar com maior atenção mudanças nesses

padrões de comportamento e mobilização, tendo em vista que elas podem apontar tendências de planejamento e realização de ações políticas na internet.

5. Discussão

Este artigo se propôs a uma análise das campanhas feministas *online* mobilizadas na última década em alguns países do mundo, a partir de um banco de dados com ênfase em Brasil e Estados Unidos. O intuito foi o de compreender o funcionamento destas ações, entendendo-as a partir da chave dos memes feministas. Levantamos três indagações: (Q1) Que características comuns entre os acontecimentos que funcionaram como estopim para estes memes podem ser destacadas? (Q2) Quais as principais reivindicações incorporadas na agenda desses movimentos? E, por último, (Q3) como são executadas essas ações na internet? Para respondê-las foram coletadas mais de 150 ações, categorizadas a partir do ano e local de origem. Posteriormente aplicamos a elas duas variáveis afim de depreender: (a) se foram iniciadas ou tiveram a participação de coletivos políticos e personalidades públicas ou usuários comuns; (b) se compunham uma agenda que destaca a liberdade de autodeterminação dos indivíduos, e compreende a construção de uma agenda política que parte do indivíduo em relação ao Estado ou se estimulavam uma agenda regulatória, que compreende a construção de uma agenda política que parte do Estado em relação ao indivíduo.

Como procuramos ressaltar, as ações avaliadas tendem a assumir um modelo de ação coletiva híbrida, que se caracteriza por uma coordenação relativamente frouxa, em que usuários têm um amplo grau de liberdade para compor ou trazer novas perspectivas aos debates postos. As ações são ainda, em sua maioria, impulsionadas por coletivos e organizações políticas ou por

personalidades públicas, que expressam e fomentam enquadramentos pessoais de ação. A participação é propositadamente facilitada aos sujeitos, não apenas por almejar um maior alcance, mas também por procurar refletir a experiência ampliada das mulheres na sociedade contemporânea. Em paralelo, as ações se ocupam de uma agenda negativa, buscando promover a reflexão sobre a opressão de gênero e oferecer respostas a expressões cotidianas de machismo.

A partir da análise conjugada dessas duas variáveis, portanto, conseguimos esboçar que posição os memes feministas ocupam no modelo analítico de memes de ação popular que propusemos. A comparação entre o lugar ocupado no espectro apresentado no Gráfico 1 por um dado meme feminista e outro, ou pelo conjunto de memes feministas (como aqui fizemos) e ações políticas desempenhadas, digamos, por grupos populistas ultraliberais, como o MBL (Santos e Chagas, 2018; Rocha, 2019), pode nos indicar aspectos relevantes para a compreensão dos modos de engajamento político nas mídias sociais e sobretudo da instrumentalização dos memes como estratégia de ação política por parte de diferentes grupos de interesse.

Referências bibliográficas

ALDÉ, A. O internauta casual: notas sobre a circulação da opinião política na internet. *Rev. USP*, 90, 2011.

ARAÚJO, J. O pessoal ainda é político: hashtags e compartilhamento de testemunhos pessoais como estratégias ciberfeministas. In: ABCiber, São Paulo: PUC-SP, 2016.

BANET-WEISER, S.; MILTNER, K. #MasculinitySoFragile: culture, structure and networked misogyny. *Feminist Media Studies*, 16, 2016.

BENNETT, W. L. When politics becomes play. *Political Behavior*, 1(4), 1979.

BENNETT, W. L.; SEGERBERG, A. The logic of connective action. *Information, Communication & Society*, 15(5), 2013.

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

ISSN 2175-8689 –v. 24, n. 2, 2021

DOI: 10.29146/ecopos.v24i2.27427

- BENNETT, W. L.; TOFT, A. Identity, technology, and narratives: transnational activism and social networks. In: CHADWICK, A.; HOWARD, P. N. *The Routledge Handbook of Internet Politics*. Londres: Routledge, 2009.
- BERENTS, H. Hashtagging girlhood: #IAMalala, #BringBackOurGirls and gendering representations of global politics. *International Feminist Journal of Politics*, 2016.
- BIMBER, B.; FLANAGIN, A.; STOHL, C. *Collective action in organizations: interaction and engagement in an era of technological change*. New York: Cambridge University Press, 2012.
- BIROLI, F. Autonomia, opressão e identidades: a ressignificação da experiência na teoria política feminista. *Estudos Feministas*, 21(1), 2013.
- BORE, I.; GRAEFER, A.; KILBY, A. This pussy grabs back: humour, digital affects and women's protest. *Open Cultural Studies*, 2017(1), 2017.
- CAL, D. G. R. *Comunicação e trabalho infantil doméstico: política, poder, resistências*. Salvador: EdUFBA, 2016.
- CHAGAS, V.; FREIRE, F.; RIOS, D.; MAGALHÃES, D. A política dos memes e os memes da política: proposta metodológica de análise de conteúdo de memes dos debates eleitorais de 2014. *Intexto*, 38, 2017.
- CHRISTENSEN, H. S. Political activities on the Internet: Slacktivism or political participation by other means? *First Monday*, 16(7), 2011.
- CLARK-PARSONS, R. Building a digital Girl Army: the cultivation of feminist safe spaces online. *New Media & Society*, online-first, 2017.
- DEPEXE, S. GELAIN, G.; CORRÊA, L. #primeiroassedio: quando a tela da TV é só o começo. *Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos*, 19(2), 2017.
- DICKER, R. *A History of U.S. Feminisms*. Berkeley: Seal Press, 2008.
- DUMITRICA, D. Mediated grassroots collective action: negotiating barriers of digital activism. *Information, Communication & Society*, 23(13), 2020.
- FADNIS, D. Feminist activists protest tax on sanitary pads: attempts to normalize conversations about menstruation in India using hashtag activism. *Feminist Media Studies*, 17(6), 2017.

FOTOPOULOU, A. Digital and networked by default? Women's organisations and the social imaginary of networked feminism. *New Media & Society*, online-first, 2014.

FRASER, N. Que é crítico na teoria crítica? O argumento de Habermas e o gênero. In: BENHABIB, S.; CORNELL, D. *Feminismo como crítica da modernidade*. Rosa dos Tempos, 1987.

GAJJALA, R. "Third World" perspectives on cyberfeminism. *Development in Practice*, 9(5), 1999.

GAJJALA, R. Woman and other women: implicit binaries in cyberfeminisms. *Communication and Critical/Cultural Studies*, 11(3), 2014.

HANISCH, C. The personal is political. In: Carolhanisch.org, 2006[1969]. Disponível em: <<http://carolhanisch.org/CHwritings/PIP.html>>. Acesso em: 03/06/2018.

HERRING, S. C. Gender and democracy in computer-mediated communication. *The Electronic Journal of Communication*, 3(2), 1993.

HONNETH, A. *Luta por reconhecimento*. São Paulo: Ed. 34, 2003.

HOPKE, J. Hashtagging politics: transnational anti-fracking movement Twitter practices. *Social Media + Society*, 1(2), 2015.

JANE, E. A. Online misogyny and feminist digilantism. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, online-first, 2016a.

JANE, E. A. "Back to the kitchen, cunt": speaking the unspeakable about online misogyny. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 28(4), 2016b.

KLANG, M.; MADISON, N. The domestication of online activism. *First Monday*, 21(6), 2016.

KIM, J. #iamafeminist as the "mother tag": feminist identification and activism against misogyny on Twitter in South Korea. *Feminist Media Studies*, online-first, 2017.

KROLØKKE, C. H. Grrl explorers of the World Wide Web. *NORA - Nordic Journal of Feminist and Gender Research*, 11(3), 2003.

MANSBRIDGE, J. A conversação cotidiana no sistema deliberativo. In: MARQUES, A. C. S. (org.). *A deliberação pública e suas dimensões sociais, políticas e comunicativas: textos fundamentais*. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

- MANTILLA, K. Gendertrolling: misogyny adapts to new media. *Feminist Studies*, 39(2), 2013.
- MASSANARI, A. *Participatory culture, community, and play*. Oxford: Peter Lang, 2014.
- MIGUEL, L. F.; BIROLI, F. *Feminismo e política: uma introdução*. São Paulo: Boitempo, 2014.
- NAGLE, A. *Kill all normies: online culture wars from 4chan and Tumblr to Trump and the alt-right*. Londres: Zero Books, 2017.
- NATANSOHN, G.; REIS, J. S. Com quantas hashtags se constrói um movimento? O que nos diz a “Primavera Feminista” brasileira? *Tríade*, 5(10), 2017.
- NEVES, G. S. O caso hashtag #primeiroassédio: narrativas testemunhais como semântica coletiva nas lutas por reconhecimento no contexto digital. In: *Compolítica, Anais...* Porto Alegre: UFRGS, 2017.
- O'BRIEN, J. Writing in the body: gender (re)production in online interaction. In: KOLLOCK, P.; SMITH, M. *Communities in cyberspace*. Londres: Routledge, 1999.
- OKIN, S. Gênero, público e privado. *Estudos Feministas*, 16(2), 2008.
- PAPACHARISSI, Z. The virtual sphere 2.0: the internet, the public sphere, and beyond. In: CHADWICK, A.; HOWARD, P. N. *The Routledge Handbook of Internet Politics*. Londres: Routledge, 2009.
- PATEMAN, C. *The sexual contract*. Stanford, Stanford University Press, 1988.
- RENTSCHLER, C. A. Rape culture and the feminist politics of social media. *Girlhood Studies*, 7(1), 2014.
- RENTSCHLER, C. A.; THRIFT, S. Doing feminism in the network: networked laughter and the 'Binders Full of Women'meme. *Feminist Theory*, online-first, 2015.
- RIZZOTTO, C.; FERRACIOLI, P.; BRAGA, L. Como elxs discutem questões de gênero? Análise do potencial deliberativo de discussões online sobre feminismo. *Contemporânea*, 15(1), 2017.
- ROCHA, C. *'Menos Marx, mais Mises': uma gênese da nova direita brasileira (2006-2018)*. São Paulo: USP, 2019. Tese de Doutorado.

SANTOS, J.G.B.; CHAGAS, V. A revolução será memetizada: engajamento e ação coletiva nos memes dos debates eleitorais em 2014. *E-Compós*, 20(1), 2017.

SANTOS, J.G.B.; CHAGAS, V. Direita transante: enquadramentos pessoais e agenda ultraliberal do MBL. *Matrizes*, 12(3), 2018.

SARMENTO, R. *Das sufragistas às ativistas 2.0: feminismo, mídia e política no Brasil (1921 a 2016)*. Belo Horizonte: UFMG, 2017. Tese de Doutorado.

SARMENTO, R.; CHAGAS, V. Bela, recatada e do bar: memes de internet, política e gênero. *Rumores*, 14(27), 2020.

SHIFMAN, L.; LEMISH, D. Between feminism and fun(ny)mism. *Information, Communication & Society*, 13(6), 2010.

SHIFMAN, L.; THELWALL, M. Assessing global diffusion with web memetics: the spread and evolution of a popular joke. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60, 2009.

SHIFMAN, L. *Memes in digital culture*. Cambridge: MIT Press, 2014.

SOBIERAJ, S. Bitch, slut, skank, cunt: patterned resistance to women's visibility in digital publics. *Information, Communication & Society*, online-first, 2017.

SOUSA, R. F. Cultura do estupro: prática e incitação à violência sexual contra mulheres. *Revista Estudos Feministas*, 25(1), 2017.

TAY, G. Binders full of LOLitics: political humour, internet memes, and play in the 2012 US Presidential Election (and beyond). *The European Journal of Humour Research*, 2(4), 2014.

TAY, G. *Embracing LOLitics: popular culture, online political humor, and play*. Christchurch: University of Canterbury, 2012. (Dissertação de mestrado.)

THRIFT, S. #YesAllWomen as feminist meme event. *Feminist Media Studies*, 14(6), 2014.

VAN DOORN, N.; VAN ZONEN, L. Theorizing gender and the internet: past, presente, and future. In: CHADWICK, A.; HOWARD, P. *The Routledge Handbook of Internet and Politics*. Londres: Routledge, 2011.

VAN LAER, J.; VAN AELST, P. Cyber-protest and civil society: the Internet and action repertoires in social movements. In: JEWKES, Y.; YAR, M. *Handbook of Internet Crime*. Londres: Routledge, 2009.

VAN ZOONEN, L. *Feminist media studies*. London: Sage, 1994.

VAN ZOONEN, L. I-Pistemology: Changing truth claims in popular and political culture. *European Journal of Communication*, 27(1), 2012.

VOCHOCOVÁ, L. Witty divas, nice mothers and touch girls in a sexista world: experiences and strategies of female influencers in online political debates. *Media, Culture & Society*, online-first, 2017.

VOCHOCOVÁ, L.; ŠTĚTKA, V.; MAZÁK, J. Good girls don't comment on politics? Gendered character of online political participation in the Czech Republic. *Information, Communication & Society*, online-first, 2015.

WILDING, F. Where is feminism in cyberfeminism? In: Faithwilding.refugia.net, 2007. Disponível em: <<http://faithwilding.refugia.net/wherem.pdf>>. Acesso em: 03/06/2018.

WALKER, R. Becoming the Third Wave. *Ms. Magazine*, jan.-fev., 1992.