

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
CENTRO DE ESTUDOS LATINO-AMERICANOS SOBRE CULTURA E
COMUNICAÇÃO

ANA PAULA CRUZ

**A Militância Feminista e o Backlash nas Redes Sociais:
Análise de narrativas sobre feminismo nas redes sociais
durante o período pré-eleitoral de 2018**

**São Paulo
2019**

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
CENTRO DE ESTUDOS LATINO-AMERICANOS SOBRE CULTURA E
COMUNICAÇÃO

**A Militância Feminista e o Backlash nas Redes Sociais:
Análise de narrativas sobre feminismo nas redes sociais
durante o período pré-eleitoral de 2018**

Ana Paula Cruz

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial para
obtenção do título de Especialista em
Mídia Informação e Cultura

Orientador: Prof. Dr. Vinicius Romanini

São Paulo
2019

AGRADECIMENTOS

Ao Prof. Dr. Vinicius Romanini
Às mulheres que lutaram para chegarmos até aqui.

A MILITÂNCIA FEMINISTA E O BACKLASH NAS REDES SOCIAIS¹

Ana Paula Cruz²

Resumo: Este artigo analisa narrativas sobre feminismo coletadas a partir de publicações feitas nas redes sociais durante o primeiro semestre de 2018. Para coletar essas informações, foi usada a ferramenta de monitoramento e análise de redes sociais via inteligência artificial chamada Stilingue. O estudo visa compreender o discurso construído pela militância feminista e compará-la discursos contrários a este pensamento adotados pela nova direita. O *Backlash* é a denominação adotada para as tentativas, por parte da mídia ou de políticos, de desacreditar argumentos sobre a igualdade de gênero ou a natureza de gênero da violência. Por meio da análise de ambas as narrativas e suas principais figuras de destaque, procura-se entender como a contra informação se articulou e tem ganhado expressividade política nos últimos anos.

Palavras-chave: Feminismo. Redes Sociais. Militância Digital. Haters. Backlash.

Abstract: This article evaluates narratives on feminism, gathered from publications on social networks during the first half of 2018. In order to collect this information, it was used a social media monitoring and analysis tool via artificial intelligence called Stilingue. The study aims to understand the construction of the discourse built by feminist militancy and compare it to discourses opposed to it adopted by the new Brazilian right partisanship as a Backlash, term adopted to describe the attempts of the mainstream media or politicians to discredit arguments about gender equality or the violence based on gender. Through the analysis of both narratives and their main prominent players, we try to understand how counter information has been articulated and has gained political expressiveness in recent years.

Keywords: Feminism. Social Media. Digital Militancy. Haters. Backlash.

¹ Trabalho de conclusão de curso apresentado como condição para obtenção do título de Especialista em Mídia, Informação e Cultura.

² Pós-Graduando em Mídia, Informação e Cultura pela Cellac-USP, <celacc@celacc.org>.

1. INTRODUÇÃO

O avanço das tecnologias no final do século XX é um fenômeno amplamente estudado. Atrelado a ele, nos últimos anos, amplia-se o estudo dos principais impactos do uso da internet na sociedade pós-moderna, como a mudança no sistema de comunicação e nas relações pessoais com a chegada das redes sociais.

Ao início dos anos 2010, pudemos observar o surgimento de fenômenos que envolviam a agitação política através das redes sociais, combinadas com ações físicas orquestradas em fóruns digitais. A onda de manifestações e protestos que ocorreram no Oriente Médio e no Norte da África em 2011 - provocado pela crise econômica e pela falta de processos político democráticos nesses países - colaboraram para o surgimento de um novo comportamento entre as gerações mais jovens: o uso das redes sociais como plataforma de ativismo político. A onda de protestos e revoltas corroboraram para a queda dos regimes ditatoriais do Egito e da Tunísia, além da morte de Muammar Kadafi, na Líbia.

Não demorou para manifestações organizadas ou iniciadas a partir de redes sociais se espalharem pelo mundo, como Estados Unidos, em 2011, com o *Occupy Wall Street*. No Brasil, essa onda teve início com as manifestações contra o aumento das passagens de ônibus na cidade de São Paulo, em 2013. Com eventos organizados pelo Facebook e com auxílio do envio de mensagens pelo aplicativo WhatsApp, também do Facebook, as maiores manifestações duraram cerca de um mês. Aos poucos, foram perdendo contingente nas ruas na mesma medida que ganhavam nas redes sociais. De acordo com Alegretti (2016), foi durante este período que “emergiu” a chamada “nova direita” no cenário político brasileiro, “Caracterizado pelo discurso violento, assentado no ódio partidário, esse novo espectro político refugiou-se nas redes sociais, propagando o sentimento descrito como antipetismo.”

Durante o ano de 2015, tive a oportunidade de analisar o comportamento online de diversos atos em pró dos direitos das mulheres, que aconteceram em reação a ações parlamentares encabeçadas pelo então Deputado Federal Eduardo Cunha e que ameaçavam os direitos humanos. Entre elas, estão o Projeto de Lei nº 7.443, de 2006, que pretende: “fazer a inclusão do aborto como modalidade de crime hediondo”, além do Projeto de Emenda Constitucional 164/2012, que “visa dar nova redação ao artigo 5º da Constituição Federal, intentando considerar a vida desde a concepção, garantindo assim a inviolabilidade do feto” e evitar qualquer tentativa de legalização

do aborto (ABREU; MELO; SILVA, p. 149, 2017). Mais tarde, estes atos foram chamados pela revista *Época*, em matéria de capa de novembro de 2015, de “A Primavera das Mulheres”.

Este trabalho de observação rendeu um estudo³ breve divulgado em formato de infográfico, trazendo uma linha do tempo dessas ações e apontando um crescimento de 86,7% e 354,5% nas buscas no Google pelos termos “feminismo” e “empoderamento feminino”, respectivamente, durante o período de janeiro de 2015 e outubro de 2015.

Com base no infográfico, foi possível identificar um crescimento do interesse em ações mais eficientes para contestar políticas públicas voltadas para as mulheres consideradas negativas. Estas ações foram semeadas no crescente discurso gerado em redes sociais e fóruns digitais sobre o assunto. Contudo, o impacto somente chegou aos grandes veículos de comunicação quando as pessoas se sentiram motivadas a saírem de suas casas e ir às ruas.

Passados quase três anos desse período em que o feminismo ganhou força nas redes sociais e chegou a ser apontado como “a palavra do ano”, pretende-se uma análise da atualização desse discurso.

Atualmente, o posicionamento político das pessoas está mais latente, e o conservadorismo tem ganhado força. Neste cenário, a equidade de direitos é apontada como pauta exclusivamente da esquerda. Este estudo, realizado a partir da análise de publicações coletadas durante o primeiro semestre de 2018 em ambiente digital, pretende fazer o recorte para entender o impacto da militância feminista na formação do pensamento, bem como analisar o surgimento de um novo tipo de contra-ataque na tentativa de desconstruir ou desmoralizar a linha de pensamento feminista.

O período escolhido precede as eleições presidenciais, realizadas em outubro de 2018. Por isso, optei por um período de coleta de 6 meses, no lugar de 12. A decisão partiu do pressuposto de que o aquecimento da corrida presidencial trouxe um aspecto político partidário à militância feminista, o que prejudicaria a análise, focada principalmente nas bandeiras levantadas em torno do pensamento feminista em sua essência, não como um posicionamento político dentro de um contexto eleitoral.

2. NOVOS TEMPOS E FERRAMENTAS PARA O FEMINISMO

³ Estudo divulgado pelo Think Olga e Folha de S.Paulo, realizado em nome da Agência Ideal H+K.

Stuart Hall apontou em *A identidade cultural na pós-modernidade*, que um dos principais fatores que colaboraram para a formação da identidade cultural da pós-modernidade foi a descentralização do sujeito, causada por uma série de rupturas nos discursos do conhecimento moderno. Por meio deste pensamento, Hall aponta cinco grandes avanços na teoria social e nas ciências humanas da segunda metade do século XX que colaboraram para essa mudança, são eles: o pensamento marxista; a “descoberta” do inconsciente por Freud; o trabalho do linguista Ferdinand de Saussure; os estudos de “genealogia do sujeito moderno” de Michel Foucault; e o impacto do feminismo.

Sobre o feminismo, Hall destacou que o movimento fez parte “daquele grupo” de “novos movimentos sociais” que emergiram durante os anos 1960 junto às revoltas estudantis e movimentos contra culturais e antibelicistas, e demais associados às lutas de 1968. O autor chegou a afirmar que estes movimentos são “um grande marco da modernidade tardia” (HALL, 2015, p. 27-28).

Com base na análise de Stuart Hall sobre os impactos do feminismo na formação da identidade cultural na pós-modernidade, este projeto pretende analisar o quanto este novo formato de feminismo poderá impactar na construção da identidade das próximas gerações, quais as vozes, e principalmente, quais os formatos responsáveis por disseminar tal discurso visto que o acesso a este tipo de militância se torna cada vez mais democrático, rompendo o meio físico e acadêmico para chegar até a palma da mão através de celulares.

Para compreendermos melhor esta análise baseada na coleta de publicações em redes sociais, também é preciso entender o contexto brasileiro em relação ao acesso à internet. De acordo com a pesquisa realizada pela eMarketer⁴, em 2016 42% da população da América Latina (260 milhões em números absolutos) acessam as redes sociais regularmente. O Brasil é apontado como o país com mais usuários no continente, com um total de 93,2 milhões de pessoas, portanto é possível considerar este ambiente um novo campo de manifestações políticas.

Ainda que a análise seja baseada no que é compartilhado através das redes sociais, também é importante considerar que, segundo estudo divulgado pelo IBGE em março de 2018, o Brasil soma um total de 48,1 milhões de residências com acesso

⁴ eMarketer é um dos principais provedores de pesquisas digitais do mundo, sendo citado por veículos como o New York Times, BBC e Wall Street Journal.

à internet (69,3% da população). O estudo indica, portanto, que ainda há uma parcela significativa da sociedade brasileira que só tem acesso à discussão quando ela “rompe a bolha” do ambiente digital e chega até às grandes mídias, onde se dissemina de maneira mais democrática, como os principais canais de televisão.

Também é importante levar em conta as informações que podem ser compartilhadas em grupos de amigos e familiares no WhatsApp, aplicativo de troca de mensagens com mais de 120 milhões de usuários ativos no Brasil. Porém, como os dados dos usuários são protegidos por criptografia, não é possível realizar monitoramento nessa rede. Muitas vezes, as mensagens compartilhadas nessa rede podem ser superficiais, rotuladas ou falsas, ressignificando a agenda de minorias sem um aprofundamento ao problema.

Além disso, quando pensamos no uso massivo do Whats App, o foco principal das análises é o fenômeno da manipulação por meio da disseminação de notícias falsas, conhecidas popularmente em seu termo em inglês, fake news.

No último semestre de 2018, durante a conferência da YoupixCon, um estudo mostrou que as informações compartilhadas no chamado dark social - redes sociais criptografadas ou de API fechada e que, portanto, não fornecem a possibilidade de análise via monitoramento - representam 80% das informações compartilhadas nas redes sociais. Posto isso, vale ressaltar que esta análise trata-se de um recorte, não podendo ir mais a fundo em algumas das redes sociais mais utilizadas do momento e que cujo papel fundamental é, através do olhar da “ponta do iceberg” é ampliar o entendimento de como essa estrutura de multiplicação de notícias falsas ou tendenciosas pode funcionar, e desta forma, encontrar as ações corretas para combatê-las.

A abordagem utilizada é inspirada na utilizada por Susan Faludi, em seu livro “Backlash - o Contra-Ataque na Guerra Não Declarada Contra as Mulheres”, de 2001, que denunciou o uso de pesquisas sem bases comprobatórias ou inconclusivas pela mídia para criar uma aura de medo e culpa diante das conquistas das mulheres após os anos de 1970. As informações criaram um “senso comum” que serviu para embasar grande parte dos processos políticos retrógrados liderados pela direita americana na década seguinte.

Entender o contexto em que o movimento está inserido, e entender em que proporção o movimento contrário a ele também ganhou força, foi fundamental para entender as táticas da chamada “nova direita”, que culpa o movimento feminista pelas

múltiplas jornadas de trabalho da mulher, além de trazer impactos negativos na educação de novas gerações sem a presença de suas mães em casa por causa da independência trazida pelo movimento. Segundo a autora:

A verdade é que os anos 80 presenciaram um poderoso contra-ataque aos direitos da mulher, levando a um retrocesso, uma tentativa de reduzir o punhado de pequenas e sofridas vitórias que o movimento feminista a custo conseguiu. Este refluxo antifeminista, ou backlash, é extremamente insidioso: travestido de versão popular de Grande Mentira, enfeita-se pomposamente com um halo de verdade e proclama que as mesmas iniciativas que levaram a mulher a uma posição superior foram responsáveis pela sua ruína (FALUDI, 2001, p. 17).

O termo “Backlash” é utilizado para denominar um comportamento negativo e hostil contra uma ideia política, em especial ao que se refere aos direitos das mulheres. Faludi chega a citar diversos meios como isso acontece, através da construção de uma narrativa enviesada por meio dos grandes veículos de comunicação ou mesmo projetos de leis que visam diminuir a liberdade de escolha das mulheres, tudo isso são “tentativas de desacreditar argumentos sobre a igualdade de gênero ou a natureza de gênero da violência. Também apóia esforços para preservar as normas e hierarquias de gênero existentes.”⁵ (MCDONALD; WHITE, 2018, tradução nossa).

Aqui no Brasil, este tipo de comportamento que parece estar datado tem se tornado cada vez mais expressivo nos dias de hoje, este discurso se repete através de vozes políticas de extrema direita e os chamados “robôs” (mecanismos de perfis fakes em redes sociais, criados para causar volume a assuntos específicos por meio da replicação de conteúdo e ataques em massa com construção de diálogos pré-programados), que replicam intensamente notícias falsas e distorcidas por meio das redes sociais, alterando o seu sentido ou mesmo impondo uma agenda que não lhe pertence.

⁵ Backlash includes attempts to discredit arguments about gender equality or the gendered nature of violence. It also supports efforts to preserve existing gender norms and hierarchies. In organisations, backlash undermines attempts to eradicate sexual harassment and other forms of gender based violence.

4. METODOLOGIA APLICADA

Para esta pesquisa foi criado um monitoramento de redes sociais na ferramenta Stilingue⁶, que utiliza a tecnologia em Processamento de Linguagem Natural (PLN)⁷, totalmente em português, para detectar padrões de linguagens em publicações coletadas a partir das seguintes palavras-chaves:

Quadro 1 - Monitoramento de termos pelas redes sociais

(continua)

Assunto	Termos pesquisados	Redes Sociais Analisadas
Empoderamento feminino	empoderamento feminino, direito da mulher, informação (combinado a) feminismo, poder feminino, direitos da mulher, igualdade de gêneros, igualdade feminina, equidade de gênero, combate ao assédio, combater o assédio, informação (combinado a) feminista, feminismo, feminista e feministas.	Facebook (posts de fanpages ⁸), Instagram, Twitter, Tumblr, Google+, Portais, Blogs, YouTube e Disqus ⁹ .

⁶ A Stilingue é uma ferramenta de monitoramento de redes sociais que utiliza inteligência artificial com fins comerciais, utilizada por agências de comunicação e publicidade para planejamento de estratégias digitais e gerenciamento de páginas proprietárias de redes sociais. O uso da ferramenta foi concedido para fins acadêmicos após solicitação e apresentação do projeto de pesquisa.

⁷ Subárea da Inteligência Artificial (IA), o objetivo da PLN é fornecer aos computadores a capacidade de entender e compor textos. Muito usada na construção de Bots, quando a tecnologia é aplicada para “entender” possibilita o reconhecimento de contextos, análise sintática, morfológica, semântica e léxica, criar resumos, analisar sentimentos ou mesmo aprender conceitos.

⁸ De acordo com os termos de privacidade do Facebook, somente é possível coletar via monitoramento, posts realizados a partir de fanpages de marcas e/ou personalidades.

⁹ Comentários em artigos de portais de notícias.

Quadro 1 - Monitoramento de termos pelas redes sociais

(conclusão)

Feminismo	feminismo branco, feminismo rico, feminismo (combinado a) classe média, feminismo indígena, mulher indígena, feminismo negro, mulher negra, feminismo pobre, feministas negras, feminista negra, blogueiras negras, feminismo (combinado a) racismo, feminismo (combinado a) periferia, feminismo (combinado a) raça, feminismo (combinado a) racial, trans feminismo, lesbofobia, transfobia, transfóbico, lesbofóbico, lesbofóbica, transfóbica, identidade de gênero, mulher transgênera, cissexismo, cisgênero, feminismo interseccional, identidade trans	Facebook (posts de fanpages), Instagram, Twitter, Tumblr, Google+, Portais, Blogs, YouTube e Disqus.
-----------	---	--

Fonte: A autora (2019).

A ferramenta coleta publicações feitas de maneira pública em redes sociais a partir dos termos citados por meio de uma configuração prévia e traduz tal análise utilizando gráficos quantitativos.

4.1. A ESCOLHA DAS PALAVRAS-CHAVE

Antes da definição das palavras-chave apontadas, foi estipulada uma coleta mais ampla contendo palavras que giram em torno das pautas levantadas pela militância feminista, como: assédio, crime passionai, igualdade de gênero, poder feminino, “ser mulher” e as hashtags de movimentos que lutam por estes direitos como #chegadefiu, #meuprimeiroassedio, entre outras. Este tipo de coleta mais ampla possui a função de identificação de termos do que a Stilingue chama de “contexto”, ou seja, palavras que, quando combinadas, coletam publicações mais específicas, o que evita a possibilidade da coleta de publicações que não se referem ao tema que se pretende pesquisar - que tecnicamente é denominado como “lixo” ou spam.

Após esta primeira etapa de coleta, é analisado uma amostra do material trazido para identificação do lixo e das combinações mais frequentes. Por fim, são retiradas da coleta as palavras que trazem maior volume de lixo em comparação a conteúdo útil para análise, e consideradas combinações mais frequentes para que a coleta seja mais eficaz e traga menos lixo.

5. FORMA DE ANÁLISE E RESULTADO ESPERADO

Por meio de inteligência artificial, a Stilingue possibilita organizar as publicações por ordem de influência. O ranking é produzido a partir de uma análise de audiência e relevância do publicador e a organização das publicações por meio de temas previamente determinados. Depois, é feita a separação de assuntos mais discutidos e definição de públicos entre “a favor” e “contra”.

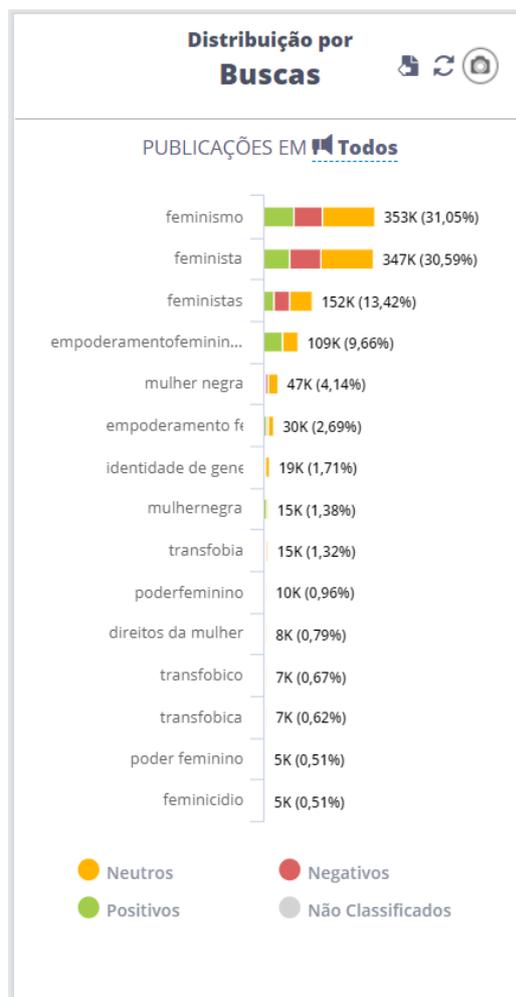
Como isso, é possível identificar os principais padrões de narrativas e quem são seus disseminadores, para então determinar quais assuntos possuem maior adesão da audiência. A audiência leva em conta o volume de interações gerados por cada narrativa. Por fim, é identificado quando tais padrões de narrativas se cruzam e quais fatores de diferenciação são criados entre eles para sua amplificação.

6. A PESQUISA

Para realização desta pesquisa foi analisada uma amostra total de 1.054.920 publicações feitas por um total de 506.543 usuários e coletadas durante o período de 1 de janeiro a 30 de junho de 2018.

Um dos primeiros pontos a serem analisados é como a temática feminista é abordada pelos usuários das redes sociais. É possível notar que o termo feminismo concentra o maior volume de menções coletadas, representando 31% da amostra; seguido pela palavra feminista, com 30,5%. Outros termos do contexto também foram inseridos, mas representaram uma presença muito menor nas publicações, como é o caso de “direitos da mulher”, com 0,8% de publicações, e feminicídio, com 0,5%, conforme indica a tabela abaixo:

Gráfico 1 – Distribuição dos termos por buscas

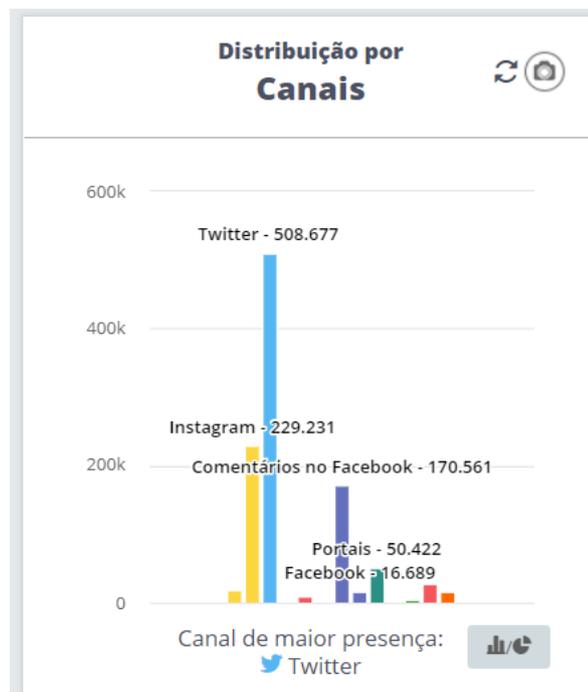


Legenda: O gráfico representa a distribuição da presença das palavras dentro das publicações coletadas

Fonte: A autora (2019).

Outro ponto a ser observado é a origem destas publicações, o que pode indicar as redes sociais onde o discurso se mostra mais frequente, além de indicar o local onde se iniciam as ondas e movimentos. O Gráfico 2 mostra que o Twitter, ainda é a rede com maior volume de publicações que falam sobre o tema, sendo responsável pela disseminação de campanhas como “Chega de Fiu Fiu” e “Meu Primeiro Assédio”, encabeçadas pela Think Olga em 2015, e que mobilizaram mulheres de todo país a denunciar assédios sofridos. Considerando que essa também tem sido a principal rede usada para divulgação e pronunciamentos do Presidente da República, Jair Bolsonaro, podemos considerar que o Twitter pode voltar a ser palco dos principais debates nos próximos anos.

Gráfico 2 – Distribuição por canais



Legenda: O gráfico representa a distribuição das publicações coletadas por redes sociais.
Fonte: A autora (2019).

O procedimento seguinte foi separar os usuários por grau de influência. Para isso, foi considerada a métrica aplicada no Ranking AAA da Stilingue. Essa métrica tem um sistema de pontuação a partir de três critérios de avaliação de usuário. O coeficiente de influência se dá a partir da média das notas desses três critérios. São eles:

- a) alcance: ranqueia cada usuário pelo número de seguidores nas redes sociais. A pontuação varia de 0 a 100, sendo 0 o usuário com menor número de seguidores e 100 o usuário com maior número de seguidores;
- b) atratividade: este indicativo pontua de 0 a 100 o usuário a partir do total de interações recebidas em cada publicação. É dado um peso para cada tipo de interação conforme a relevância em cada rede social onde ela foi realizada e o cálculo é ponderado conforme a base de seguidores do usuário.
- c) afinidade: é calculado a partir da similaridade entre o conteúdo postado pelo usuário e os termos usados para coleta de publicações. Quanto mais o usuário repetir em seu conteúdo as palavras-chave, mais pontos são atribuídos a ele.

Após a definição de ranking, é preciso separar os usuários, excluindo da análise todos aqueles que apenas repercutem notícias, e manter aqueles que iniciam conversas e discursos. Também é possível separar os usuários em duas variáveis: quem fala contra e quem fala a favor do assunto, no caso deste estudo, o feminismo.

6.1. O DISCURSO FEMINISTA E SEUS PRINCIPAIS PORTA VOZES

Após a triagem de publicações inicial, considerando a pontuação de influência e o tom do discurso em relação ao assunto, foi possível analisar uma amostragem de 4.720 publicações realizadas por um total de 140 usuários.

6.1.1. O que se fala a favor do feminismo?

No gráfico abaixo reunimos, via NLP os principais padrões narrativos registrados dentro das publicações coletadas, de forma a entendermos melhor as conversas mais relevantes geradas dentro do ambiente digital.

- c) Mulheres negras: o pertencimento e a luta feminista das mulheres negras, bem como o reconhecimento do feminismo branco em ter certos privilégios dentro da militância;
- d) Força: enaltecimento pelo crescente número de acontecimentos relacionados à resistência feminista, atos de denúncia e posicionamento de pessoas influentes em apoio à causa – que é citada como a “quarta onda” do feminismo;
- e) Lesbofobia: denúncias de violência e ações preconceituosas contra as mulheres lésbicas.

É possível observar dentro das narrativas sobre o feminismo que pouco se mudou no que diz respeito à essência do movimento, conforme apontado por Faludi antes da popularização do uso da internet, nos anos de 1990.

Na verdade, o sentido da palavra “feminista” nada mudou desde que apareceu pela primeira vez numa resenha literária publicada na *Athenaeum*, em 27 de abril de 1895, descrevendo uma mulher que ‘tem nela a capacidade de lutar para chegar à sua própria independência’. É a proposta básica feita por Nora, há um século, em *Casa de bonecas*, de Ibsen ‘antes de mais nada, eu sou um ser humano’. É simplesmente o cartaz que uma mocinha segurava em 1970 durante a Greve das Mulheres pela Igualdade: EU NÃO SOU UMA BONECA BARBIE. O feminismo pede que o mundo finalmente reconheça que as mulheres não são elementos decorativos, biscuits preciosos, membros de um ‘grupo de particular interesse’. Elas são merecedoras de direitos e de oportunidades, tão capazes de participar dos acontecimentos mundiais quanto os homens. O programa feminista é muito simples: pede que as mulheres não sejam forçadas a ‘escolher’ entre justiça pública e felicidade privada. Pede que as mulheres sejam livres para definir a si mesmas - em lugar de terem a sua identidade definida pela cultura e pelos homens que as cercam (FALUDI, 2001, p. 22).

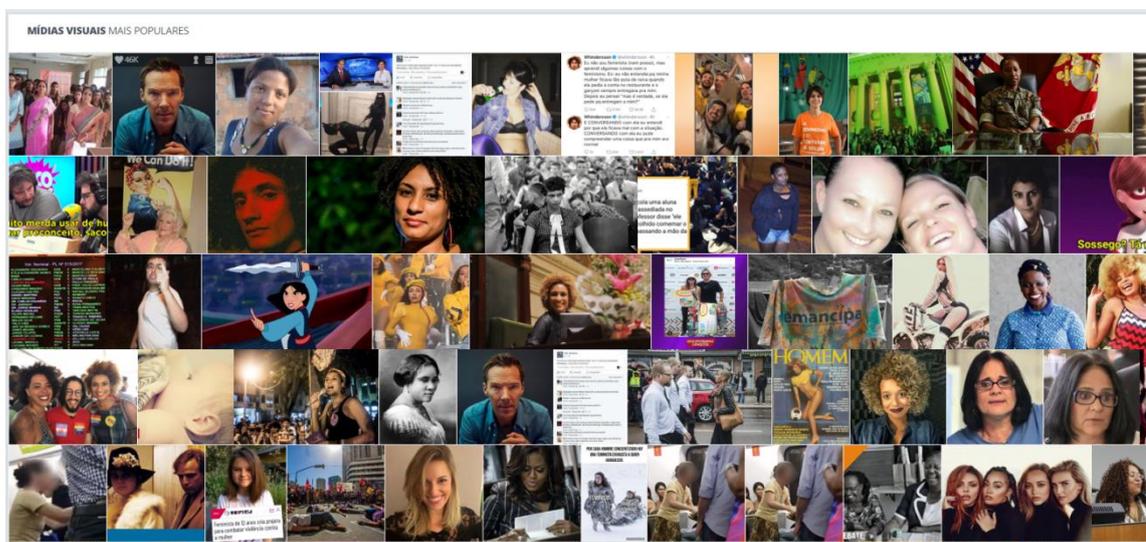
As vozes que falam mais alto nas redes sociais estão sempre a postos a lembrar a essência do movimento, justamente pela distorção causada pelas vozes dos movimentos contrários. Essas mesmas vozes alertam para o fato de que novas pautas só ganham maior notabilidade quando há acontecimentos trágicos. Um exemplo disso é a visibilidade que se dá ao feminismo negro. Durante a pesquisa, identificou-se que o movimento teve um aumento no volume de publicações após o assassinato da vereadora do Rio de Janeiro, Marielle Franco.

Mas narrativas também procuram enaltecer as vitórias, apontando como as mulheres vêm se posicionando e reagindo a imposições culturais da sociedade

patriarcal. Nesse contexto, cabe às redes sociais a responsabilidade pela popularização de assuntos e termos como “empoderamento feminino”, muito presente no contexto da militância.

Além dos padrões narrativos que indicam os principais assuntos abordados, também é possível identificar, através das imagens coletadas, um padrão entre as mulheres que são ativas no movimento feminista e as vítimas de crimes motivados por gênero.

Figura 1 – Padrão narrativo através de imagens



Legenda: Acima, estão concentradas, algumas das imagens coletadas junto às publicações e organizadas das que receberam mais interações para as que receberam menos.
 Fonte: A autora (2019).

6.1.2. Quem fala sobre feminismo?

Ao analisar os usuários mais influentes -usando como base do critério de influência a pontuação do Ranking AAA, indicado anteriormente -, apenas dois perfis, entre os 10 usuários que mais pontuaram, são de pessoas, ambas mulheres que atuam na política. A primeira de Talíria Petrone, vereadora eleita no Rio de Janeiro pelo PSOL; e Manuela D'Ávila, candidata a vice-presidente na chapa de Fernando Haddad pelo PT nas eleições de 2018. Todos os demais perfis estão associados a páginas ou blogs que abordam temáticas relacionadas aos direitos humanos, como por exemplo o Quebrando o Tabu, o Fatos Desconhecidos, o Geledés e o Hopeness.

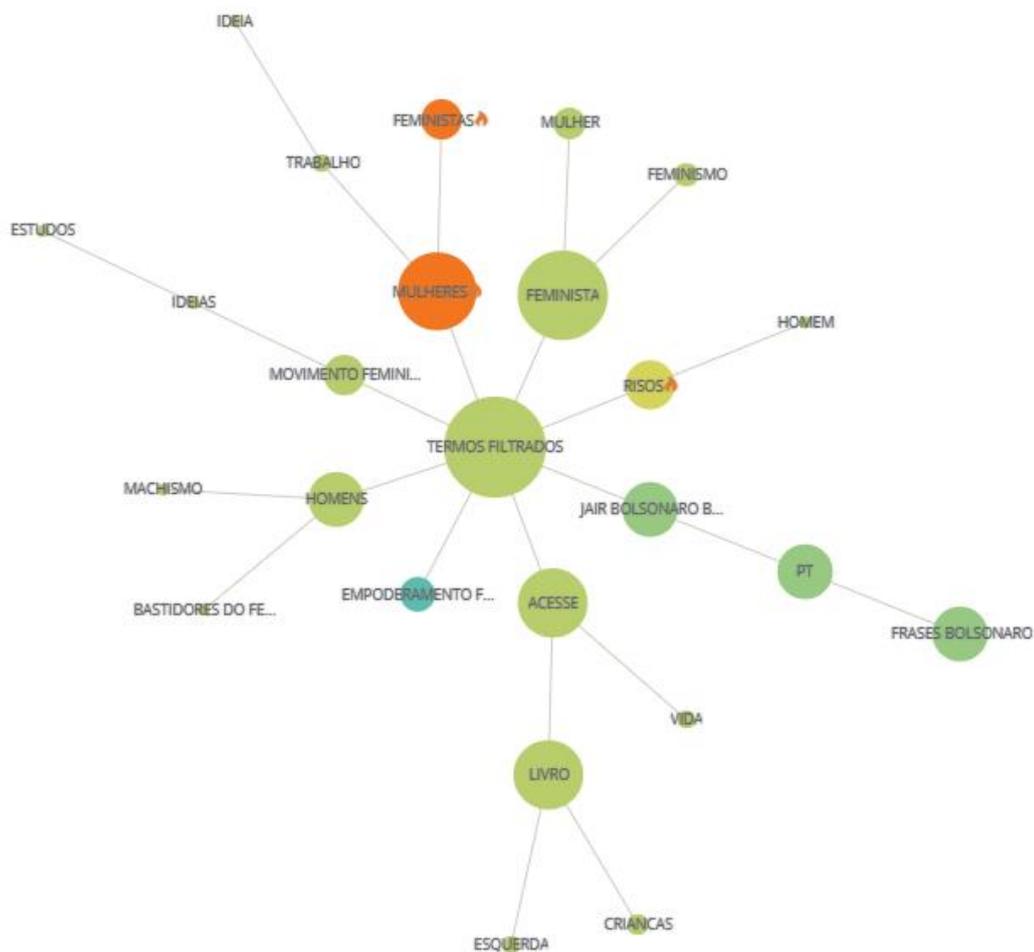
6.2. A CONSTRUÇÃO DO DISCURSO ANTI-FEMINISTA

Sob o ponto de vista do discurso contrário ao da militância feminista, coletado neste monitoramento, foi possível selecionar uma amostragem de 1.279 publicações feitas através de 103 usuários. Os números indicam que, proporcionalmente, há uma menor atividade destes perfis. Segundo análise, de maneira geral, os posts de ataque são pontuais e de oportunidade, principalmente em períodos próximos a eventos onde o assunto está em alta. É o caso do principal pico de publicações contra o discurso feminista registrado durante período analisado, em março, iniciando-se com a celebração do Dia Internacional da Mulher e encerrando-se após a repercussão da morte da vereadora do PSOL, Marielle Franco.

6.2.1. O que falam contra o feminismo?

Comparando a análise de termos das publicações contrárias ao discurso feminista, um dos pontos de maior destaque é a quantidade de narrativas com tom de escárnio, destacadas em círculos de cor laranja no Gráfico 4. Ainda assim, o gráfico indica que há um volume muito maior de engajamento, comportamento comum em publicações de humor.

Gráfico 4 – Padrões narrativos



Legenda: O gráfico representa todos os padrões narrativos coletados das publicações dos usuários analisados durante o período da pesquisa.
 Fonte: A autora (2019).

Em uma análise das narrativas, destacadas em sentido horário, podemos identificar:

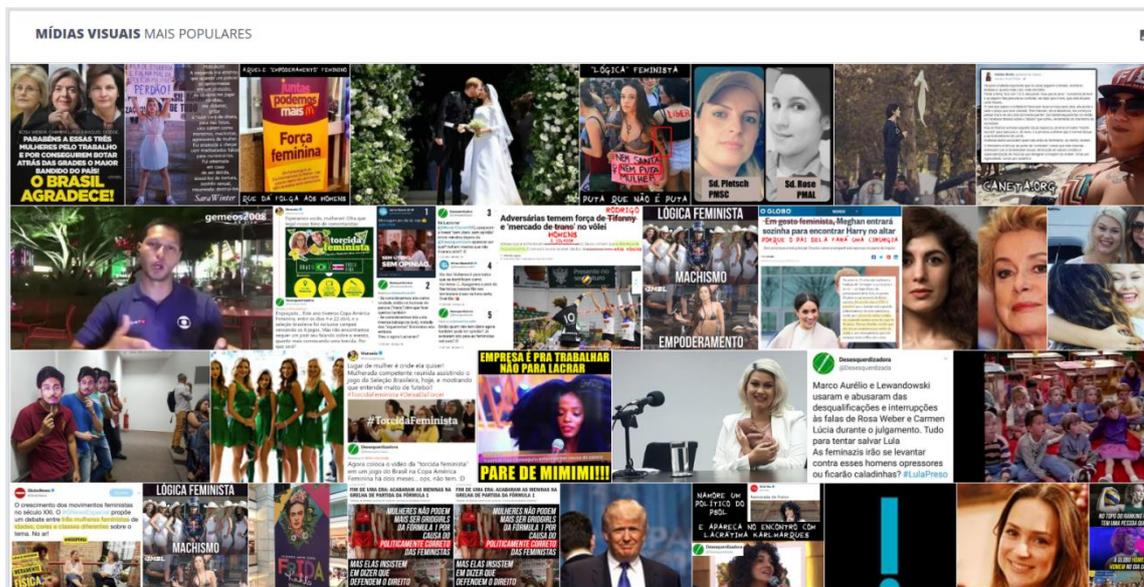
- f) Feministas: narrativa mais ampla entre todas as analisadas. Aqui estão publicações em tom de acusação ou piadas que incluem questionamentos sobre a falta de ação de feministas. Neste contexto é muito comum encontrar frases como “Onde estão as feministas?” ou “Se as feministas realmente defendessem...” e “as feministas não gostam...!” relacionadas a notícias que envolvam mulheres;
- g) Risos: aqui a ferramenta unificou toda as narrativas com padrões de risos presentes na internet, como “kkk”, “hahaha” etc. Este tipo de padrão indica alta concentração de piadas e memes de alta repercussão;

- h) Jair Bolsonaro: padrão narrativo adotado por perfis atribuídos ao então pré-candidato à presidência, Jair Bolsonaro, e sua agenda de combate ao que é chamado aqui de “agenda da esquerda”, que inclui ações do movimento feminista;
- i) Livro: publicações com indicações ao livro “Os bastidores do feminismo”, escrito pela ex-ativista Sara Winter, e que hoje é um dos principais nomes a se posicionar contra aos movimentos e suas pautas, como a legalização do aborto;
- j) Empoderamento feminino: publicações com indicações do que de fato se acredita ser o empoderamento feminino. Em geral, muitas delas em tons humorísticos, utilizando frases de funk ou mesmo enaltecendo a ação de uma policial militar que atirou em um homem durante uma tentativa de assalto na porta de uma escola.

Assim como as mensagens amplamente divulgadas, como na publicidade, por exemplo, esse tipo de conteúdo também se apresenta como produção simbólica, principalmente quando é feita pelos chamados influenciadores ou por figuras de relevância política, servindo como instrumento de dominação. Tais ideologias “servem interesses particulares que tendem a apresentar como interesses universais, comum aos conjuntos e grupos” (BOURDIEU, 1998, p. 10). A distorção do sentido da palavra “feminismo” ou o uso dela fora de contexto é um dos princípios fundamentais que dão origem às chamadas Fake News. Mesmo a apropriação do discurso, como é feito entre as publicações que questionam as ações feministas, pode servir como ferramenta de discriminação, estabelecida ou legitimada, contra minorias. Uma publicação em uma plataforma que possibilita mediação e compartilhamento de conteúdo através da repetição, como é o caso do Facebook, apontado por Viegas e Recuero, por exemplo, reforçam “a dominação masculina de forma sutil e natural, robustecendo normas de maneira latente no habitus dos indivíduos.” (VIEGAS; RECUERO, 2014, p. 14-15).

Como nos textos analisados, o padrão imagético coletado junto às publicações analisadas está relacionado ao humor ou ao contraste de imagens e textos que se contrapõem.

Figura 2 – Análise de imagens



Legenda: Acima, estão concentradas, algumas das imagens coletadas junto às publicações e organizadas das que receberam mais interações para as que receberam menos.

Fonte: A autora (2019).

6.2.2. Quem fala contra o feminismo?

Diferente do resultado da pesquisa sobre os principais influenciadores a favor do feminismo, onde apenas 2 eram pessoas, no cenário envolvendo os detratores, 4 dos 10 usuários mais bem pontuados são pessoas. São os perfis do presidente Jair Bolsonaro, que no período pesquisado era candidato, do deputado estadual Kim Kataguirí, da ex-jogadora de vôlei Ana Paula, e do humorista e influenciador Luiz (@oiluiz).

Entre os 6 perfis atribuídos a movimentos e blogs, estão em destaque o MBL - Movimento Brasil Livre, Evangélicos da Ilha, o perfil de humor Caneta Dezesquedizadora e o movimento Direita Vive 3.0.

Não é surpresa identificar que nas principais vozes na construção de um discurso contrário ao feminismo estão as figuras já apontadas como responsáveis pelo avanço político que a direita alcançou após as grandes manifestações realizadas em 2013. Em seu artigo “Redes Sociais e comportamento político violento: Uma síntese das ameaças aos direitos humanos”, Jonas Modesto Abreu, Danielle Pereira Melo e Larissa Alvarenga Silva ilustram muito bem como este tipo de movimento colocou em destaque tais políticos, de modo que já podemos ver como principais resultados a vitória de um dos principais nomes deste período: Jair Bolsonaro.

O surgimento de uma nova direita no Brasil, a partir das manifestações de 2013, e, sua eficiente atuação nas redes sociais, acabaram favorecendo a expansão de deputados conservadores no parlamento federal. A ação destes parlamentares conservadores vem provocando impactos negativos à legislação de direitos humanos desde a implantação da legislatura federal de 2015. Com eles, um conjunto de Projetos de Lei conservadores, há tempo arquivados na Câmara dos Deputados e no Senado, voltaram a tramitar. (ABREU; MELO; SILVA, 2017, p. 152).

7. CONCLUSÃO

Tal qual apontado por Faludi em sua análise sobre os processos políticos construídos nos anos de 1980 contra a emancipação conquistada pelas mulheres, a história deixa claro que, quanto mais direitos conquistados pelas mulheres, mais “as forças conservadoras” usam o Backlash, reforçando a teoria do quanto os papéis de homens e mulheres são “tradicionais ou naturais” (MCDONALD; WHITE, 2018).

Atualmente, as redes sociais se tornaram o principal campo na batalha contra os avanços conquistados pela luta feminista. Neste estudo, pudemos acompanhar que o Backlash é orquestrado por grandes políticos e organizações relevantes dentro do contexto social, como é o caso do Movimento Brasil Livre (MBL), que desde as manifestações de 2013 se tornou referência no combate à corrupção entre o público conservador. Tanto na análise textual, mas principalmente na análise imagética, podemos notar o quanto o processo do Backlash baseia-se na desconstrução do discurso pelo próprio discurso, apontando incoerências e retirando de contexto declarações feitas por representantes do movimento feminista.

Esta ordem social imposta pelas vertentes mais conservadoras “funciona como uma imensa máquina simbólica que tende a ratificar a dominação masculina sobre a qual se alicerça” e serve como sustentação para grande parte das acusações atuais, dada por políticos e articuladores da nova direita. A principal delas é que o contexto de luta por direitos das minorias é tratado como um subterfúgio para a vitimização. Esse processo atribui às mulheres, no caso da militância feminista, a responsabilidade por sua própria opressão (BOURDIEU, 2010), seja por meio de acusações diretas ou cobranças de ações “feminista”, em situações cuja agenda da militância não se aplica ou mesmo com a criação de Fake News.

Recentemente, para deslegitimar o movimento de mulheres que organizou as manifestações contra a candidatura de Jair Bolsonaro à presidência, em outubro de

2018, onde foram divulgadas imagens de uma peça de teatro em que mulheres nuas zombavam de ídolos religiosos. Enviadas através de mensagens no WhatsApp e fora do contexto, as imagens foram atribuídas à manifestação.

O que nos leva a concluir que o Backlash nas redes sociais tem sido também uma ferramenta para fomentar o ódio contra as minorias, além de dar visibilidade a um discurso conservador, com intuito de enfraquecer a militância. Tendo em vista que grande parte dos influenciadores da militância feminista usam de sua visibilidade muito mais para educar e desconstruir informações falsas geradas pelo Backlash do que para trazer novas pautas e fomentar discussões saudáveis que agregariam novos pontos de vista ao movimento. Em todas as narrativas analisadas do discurso feminista, o tom segue uma linha didática de exaltação da importância movimento para os direitos das mulheres, mas pouco aponta para ações e pautas novas, o que pode trazer a impressão de um longo looping em torno de cada narrativa falaciosa e contrária, que colabora para um atraso na evolução da pauta.

REFERÊNCIAS

ABREU, J. M.; MELO, D. P. Redes sociais e comportamento político violento: uma síntese das ameaças aos direitos humanos no Brasil. **Revista da Faculdade de Direito**, v. 27, n. 2, 2017. Disponível em: <<https://doaj.org/article/3998cfb6cf68467cb99de1b638ec9df1>>. Acesso em: 15 fev. 2019

BOURDIEU, P. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

FALUDI, S. **Backlash**: o contra-ataque na guerra não declarada contra as mulheres. Tradução de Mario Fondelli. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

HALL, S. **A identidade cultural na pós modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: Lamparina, 2015.

KELLNER, D. **A Cultura da mídia - estudos culturais**: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. São Paulo: EDUSC, 2001.

MCDONALD, P.; WHITE, D. Backlash against gender equality is arising in new forms. **LSE Business Review**, [S.l.], 08 nov. 2018. Disponível em: <<http://blogs.lse.ac.uk/businessreview/2018/11/08/backlash-against-gender-equality-is-arising-in-new-forms/>>. Acesso em: 15 fev. 2019

RECUERO, R.; VIEGAS, P. Violência Simbólica de Gênero na Publicidade Digital. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 37., 2014, Foz do Iguaçu. **Anais...** Foz do Iguaçu: Intercom, 2014.

VAN DIJCK, J. Datafication, dataism and dataveillance: Big Data between scientific paradigm and ideology. **Surveillance & Society**, v. 12, n. 2, 2014.