

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

Sabrina Silva Gomes

Ciberativismo feminista, ethos do consumo e algoritmos

São Paulo

2019

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

Ciberativismo feminista, ethos do consumo e algoritmos

Sabrina Silva Gomes

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

Orientador: Profa. Dra. Fabiana Felix do Amaral e Silva

São Paulo

2019

AGRADECIMENTOS

À minha família pelo apoio e paciência de sempre. Passei por uma fase difícil enquanto cursava a especialização, e foi muito importante saber que havia pessoas ao meu redor para dizer palavras reconfortantes, de coragem, que tudo iria passar.

À Profa. Dra. Fabiana Felix pela orientação pontual sobre a minha pesquisa, os pontos colocados foram muito relevantes para descobrir o significado deste trabalho. Também, a compreensão e paciência.

Ciberativismo Feminista, ethos do consumo e algoritmos¹

Sabrina Silva Gomes²

Resumo: Este artigo investiga as principais dificuldades do ciberativismo feminista na rede cibernética, em que a cultura se transformou em mercadoria e o consumo hedonista é um estilo de vida. A vivência do ciberfeminismo nesse espaço resulta em um complexo contexto entre o ativismo feminista praticado na rede e o infoentrenamento. Os dois buscam se consolidar nesse meio, com objetivos diferentes. A estrutura da rede baseada no código informático, também opera por meio de estereótipos de gênero, raça e classe. No entanto, o ciberfeminismo consegue se consolidar na rede demonstrando força ao produzir um conteúdo cultural e educativo de antimercado pautado na igualdade de gênero e construindo uma rede de ajuda, identificação e educação entre as mulheres.

Palavras-chave: Democracia digital. Ciberativismo. Ciberativismo feminista. Feminismo digital.

Abstract: This article investigates the main difficulties of feminist cyber-activism in the cybernetic network, where culture has become a commodity and hedonistic consumption is a way of life. The experience of cyberfeminism results in a complex context between the feminist activism practiced in the network and the information training. The two seek to consolidate in this environment, with different objectives. The network structure based on computer code also operates by means of gender, race and class stereotypes. However, cyberfeminism is able to consolidate itself in the network, demonstrating its strength in producing a cultural and educational content of antimarket based on gender equality and building a network of help, identification and education among women.

Key words: Digital Democracy. Ciberativism. Ciberativism feminist. Digital feminism.

Resumen: Este artículo investiga las principales dificultades del ciberativismo feminista en la red cibernética, en que la cultura se transformó en mercancía y el consumo hedonista es un estilo de vida. La vivencia del ciberfeminismo resulta en un complejo contexto entre el activismo feminista practicado en la red y el infoentrenamiento. Los dos buscan consolidarse en ese medio, con objetivos diferentes. La estructura de la red basada en el código informático, también opera por medio de estereotipos de género, raza y clase. Sin embargo, el ciberfeminismo logra consolidarse en la red demostrando fuerza al producir un contenido cultural y educativo de antimercado pautado en la igualdad de género y construyendo una red de ayuda, identificación y educación entre las mujeres.

Palabras clave: Democracia digital. Ciberactivismo. Ciberactivismo feminista. Femenino digital.

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

² Pós-graduanda em Mídia, Informação e Cultura.

INTRODUÇÃO

Este artigo investiga os caminhos do ciberativismo feminista/ciberfeminismo na rede cibernética. O movimento feminista tomou esse espaço como uma alternativa em busca dos direitos das mulheres. Transformou o ciberespaço em local de resistência, ajuda e educação entre as mulheres e de debate para a perpetuação da democracia na sociedade. O ciberespaço proporcionou avanços, por delegar a pessoas o direito de pronunciar seus discursos, no entanto, também se consolida aspectos corporativistas de uso de dados transformando esse conteúdo gerado por nós, em um consumo exacerbado.

No primeiro tópico, *Democracia digital e o ethos do consumo*, evidenciamos o complexo convívio da democracia digital com o ethos midiático. Para Muniz Sodré (2016; 2010) sobre este ethos, descreve como ele se enraizou em nosso cotidiano: trouxe velocidade, produção e consumo para o mesmo polo de atuação e tem transformado os nossos valores. Henrique Parra e Alexandre Abdo (2016) explicam como a democracia digital é um campo emergente, pois o canal (rede cibernética) modificou a nossa liberdade: “[...]quais são as formas e as condições da liberdade produzidas através do controle imanente a este ambiente sociotécnico.” (p. 139). Em seguida, *Mercantilização da cultura e algoritmos*, contextualizamos o campo da cultura e a complexidade do ambiente da informação em conjunto com o entretenimento trazido pelas novas tecnologias. Douglas Kellner (2011) baseia seu trabalho na televisão e no rádio, a comunicação analógica, no entanto, os efeitos sociológicos delas podem ser usados para explicar como a cultura tornou-se um campo muito disputado para os movimentos sociais e para o mercado. Com *Ciberativismo feminista*, explicamos as características do movimento feminista no ciberespaço, suas modulações, lutas e entender como uma rede de indignação pode tomar conta da internet em prol da emancipação social. (CASTELLS, 1999). *Conquistas na cibercultura*, sentimos a necessidade de exemplificar fatos e momentos no Brasil em que o feminismo conseguiu ir além das redes sociais, e como as características da cibercultura ajudaram a construir essa força.

O nosso objeto de estudo, a campanha #euvoucontar do Instituto Anis, em que são contadas 52 histórias de abortos, e uma entrevista com a instituição, nos ajudou a averiguar como o ciberespaço é um meio de conflitos e luta pela atenção dos usuários. Mostramos avanços significativos para o ciberfeminismo e seus principais entraves para ampliar o seu espaço de luta nas redes sociais. Entender mais a fundo o contexto contemporâneo do movimento feminista na rede, suas conquistas e dificuldades, ajuda o campo da Comunicação e o próprio movimento em pensar melhores e novas possibilidades de atuação e engajamento para atingir um público cada vez mais amplo.

“A intenção foi a de trazer um panorama mais amplo do que são as experiências de aborto no Brasil, e também, mostrar que cada história é tão singular, que somente cada mulher em sua individualidade tem condições de dizer se pode ou não seguir

adiante com uma gestação, ter um filho, em determinado momento da vida.”
(INSTITUTO ANIS).

1. DEMOCRACIA DIGITAL E O ETHOS DO CONSUMO

O ciberespaço é um local onde somos vigiados, nossos dados são coletados para interesses mercadológicos e os algoritmos das plataformas sociais incentivam as bolhas ideológicas. Infelizmente todo o conteúdo que aparece na *timeline* segue o pensamento e interesse de cada usuário. Isso é um obstáculo à democracia tanto no cerne do seu conceito e significado quanto para a democracia digital. Como incentivar debates de interesse público na rede cibernética onde somos direcionados a pensar e agir por um mesmo padrão? Temos total liberdade? Segundo Henrique Parra e Alexandre Abdo (2016) a pergunta a qual devemos refletir não coloca em posição controle e liberdade. Mas, é necessário entender “[...]quais são as formas e as condições da liberdade produzidas através do controle imanente a este ambiente sociotécnico. Quais as continuidades e rupturas, modulações e saturações?” (p. 139).

A democracia digital é um campo de estudo emergente com uma relação complexa entre as “tecnologias digitais de comunicação e as práticas democráticas.” (SILVA; SAMPAIO; BRAGATTO, 2016, p.17). Ainda está em percurso compreender e delegar quais seriam as ações tomadas para estender essa democracia usando as ferramentas tecnológicas. Nas primeiras décadas do século XXI o termo e-democracia, democracia digital ou ciberdemocracia, foram usados para ações que acolhiam a participação e a ampliação de direitos da população. O conceito foi difundido para vários países, no entanto, de maneira heterogênea, transformado e discutido conforme a realidade de cada região. O contexto geral atribuído à expansão do campo Democracia Digital, foi “[...] a passagem da comunicação centralizada, vertical e unidirecional (a “comunicação de massa”) às possibilidades trazidas pelo avanço técnico das telecomunicações, relativas a interatividade e ao multimídia, que reúnem num mesmo polo produção e consumo.” (SODRÉ, 2010, p. 20). Além disso, não devemos esquecer que a democracia não é uma ferramenta, ou uma tecnologia, ela faz uso desta como um espaço de difusão e compartilhamento. Não é “uma ferramenta em si, mas um discurso.” (SODRÉ, 2010, p.21).

O que determina se uma tecnologia é democrática, são as maneiras de usá-las na sociedade, seus fins e objetivos. Ademais, o campo da Democracia Digital não é uma ciência acabada, pelo contrário, as pesquisas aprofundam mais esse conhecimento para saber quais são suas necessidades e ineficiências. Está claro, que o ciberespaço é um meio de vinculação de violência, autoritarismo, manipulação e vigilância de dados. Por outro lado, temos em nossas mãos a possibilidade de construir discursos e defender causas, no entanto, simultaneamente deixamos dados por onde passamos, o que lemos, comentamos, assistimos e escutamos compõem para o mercado uma relíquia de possíveis consumidores.

As tecnologias digitais e sua integração às redes cibernéticas estão presentes em diferentes dimensões da nossa existência cotidiana, tornando-se parte da paisagem, uma espécie de segunda “natureza” onde as dimensões sociais e políticas incorporadas na própria tecnologia são invisibilidades. Também é importante destacar que essa mediação dá-se sobre uma infraestrutura física e lógica, *hardware* e *software*, predominantemente privada e corporativa. (PARRA; ABDO, 2016, p.138).

Podemos explicar essa “segunda natureza” pelo conceito de novo *bios* que se refere Muniz Sodré (2006). A partir de Aristóteles com os três gêneros de existência (*bios*) na Polis: *bios theorikos* (vida contemplativa), *bios politikos* (vida política) e *bios apolaustikos* (vida prazerosa), convivemos com uma quarta existência³, o *bios* midiático. Esse novo âmbito já se fazia presente na vida com os meios tradicionais de comunicação, entretanto, sua força se intensifica com a qualificação da tecnocultura. (SODRÉ, 2006). A técnica digital traz velocidade aos processos e ao acesso à informação, ocasiona a nossa imersão que faz do quarto *bios* uma forma de existência. As características dessa nova existência se movimenta pelo ETHOS da sociedade. “O *ethos* de um indivíduo ou de um grupo é a maneira ou o jeito individual de agir, isto é, toda ação rotineira ou costumeira, que implica *contigência*, quer dizer, a vida definida pelo jogo aleatório de carências e interesses, em oposição ao que se apresenta como necessário como dever-ser.” (SODRÉ, 2006, p.46, itálicos do autor). Ou seja, pressupõe a repetição de ações práticas que geram hábitos, costumes e valores, mas se entrelaçam com nossa identidade e sentimentos. Essa ação rotineira cria um aspecto de segurança ao nosso redor que dão forma ao agir, pensar e auto se expressar de um grupo ou vários grupos. Desencadeia uma gama de valores que nomeia o que é moral ou ético na sociedade, e formula regras usadas no âmbito da vida pública, privada e das relações cotidianas.

Sobre essa segurança podemos colocar o que Antony Giddens (1991) diz sobre *segurança ontológica*,

[...] é uma forma, mas uma forma muito importante, de sentimentos de segurança no sentido amplo [...]. A expressão se refere à crença que a maioria dos seres humanos têm na continuidade de sua auto-identidade e na constância dos ambientes de ação social e material circundantes [...]. Mas trata-se de um fenômeno emocional ao invés de cognitivo, e está enraizado no inconsciente. Isto talvez seja parte da reflexividade da modernidade, mas não está certamente limitado em sua aplicação apenas a um período histórico específico. (GIDDENS, 1991 apud DAMIÃO, 2017, p.61).

Se pensarmos em todas as transformações que ocorreram em torno da humanidade conseguimos entender que a segurança ontológica não está determinada a uma fase histórica específica, na verdade ela acompanha o ETHOS na sua jornada, e a cada mudança essa segurança é

³ Segundo Sodré (2006, p. 25), o quarto *bios* não é “uma definição meramente acadêmica, uma vez que já se acha inscrita no imaginário contemporâneo sob formas de ficções escritas e cinematográficas”. Como exemplo, cita o filme *O Show de Truman* (1998) do diretor Peter Weir.

atingida por novos hábitos, costumes, valores e emoções. O nosso inconsciente precisa se habituar a um novo ritmo condizente ao contexto sócio cultural. Somos desafiados. Neste trabalho, refletir sobre os contornos desses desafios é muito importante. Por que colocamos os movimentos sociais, como um todo, em sua forma geral, como ativadores dessa instabilidade da segurança ontológica. Pois, é através deles que novas formas de diversidade entram no aspecto de tradição e hábitos na vida cotidiana. No nosso caso, o ciberativismo feminista/ciberfeminismo. No movimento feminista o direito da mulher é revisto e ampliado, a nós sempre foi colocado o espaço do privado como âmbito de domínio com papéis definidos (mãe e esposa), e a vida pública dominada pelos homens, assuntos de interesse coletivo são resolvidos por uma parte da população (levando em consideração gênero, raça e classe) através da perspectiva masculina.

Simultaneamente em que somos desafiados, ficamos deslumbrados, ou melhor, nos levam ao deslumbramento, a oferta de produtos e a disputa das marcas estão cada vez mais acirradas. O ato de consumir se consolidou como um estilo de vida que tenta atingir muitas identidades. O mercado passou do sistema de produção em larga escala de um tipo de produto, para uma forma flexível dedicada à produção segmentada. Essa tendência sofreu uma forte influência de como utilizamos e de como agora, o quarto *bios* faz parte do nosso cotidiano. Segundo afirmam Henrique Parra e Alexandre Abdo “ [...] a existência cibermediada produziu e desenvolveu-se num ambiente sociotécnico que produziu uma nova partilha do sensível. ” (RANCIÈRE, 2005 apud PARRA; ABDO, 2016, p. 139). Não à toa, no primeiro semestre de 2018, 32% das transações de e-commerce foram realizadas por smartphones e 68% por notebook/computador. Em 2013 eram 14, 1 milhões de e-consumidores, em 2018, 27,4 milhões⁴. “A classe C representou 36% dos consumidores online, enquanto as classes D e E somaram 46%, classes A e B, juntas, representaram 18%”. (WEBSHOPPERS, 2018, p. 09).

2. MERCANTILIZAÇÃO DA CULTURA E ALGORITMOS

Repensando em nossa pergunta do início, a nossa liberdade em caminhar pelo ciberespaço sofre uma forte influência do consumo, somos conduzidos a um comportamento meramente hedonista, dedicado ao prazer, fazemos dessa atitude um estilo de vida. Alcançar conteúdos que nos levem ao pensamento crítico e ao debate é dificultado pela própria modulação da rede, do financiamento que as marcas possuem e a falta de uma educação voltada para a mídia. São obstáculos vivenciados no cotidiano pelo ciberfeminismo. Além, de se depararem com o preconceito estrutural baseado no patriarcado, o embate fica também em encontrar a mesma força e lugar que o consumo possui em nossas vidas. O ciberespaço dá uma abertura maior para a “autonomia cultural” e “intervenções de outras culturas e ideias”, mas ao mesmo tempo são ambíguas porque criam uma nova forma de

⁴ Fonte: WEBSHOPPERS, 38ª EDIÇÃO, **Ebit**, 2018. <Disponível em: http://www.fecomercio.com.br/public/upload/editor/ws38_vfinal.pdf>. Acesso em: 24 jan. 2018.

vigilância e controle, formas mais sutis e quase invisíveis que misturam informação e entretenimento. (KELLNER, 2001). O recolhimento de dados por parte do governo e empresas privadas criam a falsa autorização para que os cidadãos compartilhem seus dados pessoais. Por mais que sejamos avisados, somos obrigados a consentir com essas práticas para continuar conectados à rede, caso fizéssemos o contrário, seríamos impedidos de usar o serviço ou ter acesso a certas páginas. Condição pré-estabelecida para o uso, portanto, cria-se um embate ao *slogan* das novas tecnologias de liberdade de uso.

Afinal, quando uma nova tecnologia é criada ela se insere num mundo pré-constituído, com suas divisões e composições sociais. Por exemplo, ainda que a transparência de dados governamentais amplie o potencial democrático ao criar novas formas de controle social sobre o governo, as condições de acesso e uso dessas informações por atores não governamentais pode potencializar o surgimento de novas concentrações de poder por aqueles que estiverem situados em condições mais favoráveis no interior deste campo de forças. (PARRA; ABDO, 2016, p.143).

O ativismo convive na rede cibernética junto com o fluxo do *infotainment* (infoentretenimento), termo adotado por Douglas Kellner (2001) para exemplificar o complexo ambiente da informação em conjunto com o entretenimento, pois perdemos o limite desses dois espaços, a mídia tornou o entreter uma peça central. Segundo o autor, “[...] o advento da televisão no pós-guerra e o computador pessoal aceleraram a cultura veiculada pela mídia. ” (p.27). Somos submetidos a fluxo de informações e imagens sem precedentes, a reordenação de espaço e tempo anula a distância geográfica, assim convivemos com novos modos de experiência e subjetividades. Esses fatores trouxeram transformações globais, de certo não são somente positivas, mas a cultura tornou-se um elemento imprevisível e dinâmico. “Não devemos nos surpreender, então, que as lutas pelo poder sejam, crescentemente, simbólicas e discursivas, ao invés de tomar, simplesmente, uma forma física e compulsiva [...]”. (HALL, 1997, p.20).

Além de sua forma discursiva e simbólica, a cultura agora é também ordenada e coordenada através da rede cibernética e seus protocolos, “[...] o código informático - regula o que pode ser feito, determina o possível e o impossível, o visível e o invisível. E, enquanto a lei regula por coerção, o programa regula por determinação, sem a possibilidade implícita de desobediência. ” (PARRA; ABDO, 2016, p. 147). O código junto com suas infinitas combinações para determinar o resultado de nossas ações distribui o poder de maneira desigual, pois o quanto podemos fazer está diretamente relacionado a qual posição ocupamos no interior da estrutura do ciberespaço. Outra característica própria da rede, é transformar toda ação em uma nova informação gerando um rastro passível de registro e pesquisa sobre ele. Ou seja, como os dados são gerenciados e obtidos, tornou-se um campo estratégico das instituições. “A capacidade de estabelecer relevância no oceano informacional torna-se simultaneamente uma mina de ouro e uma fonte de controle social. ” (PARRA; ABDO, 2016, p. 147).

Rastro digital usado excessivamente pelas marcas ocasionando uma mudança na cultura e na subjetividade dos consumidores. Pois, estes são usados na venda, publicidade e propaganda dos produtos e se moldam aos vários gostos e colocam como centro da atenção a sensibilidade e a emoção, o que Gilles Lipovetsky e Jean Serroy (2015) chamam de [...] *capitalismo artista* ou *criativo transestético*, onde se cria em massa produtos carregados de sedução, que veiculam afetos e sensibilidade [...].” (loc 230). “Se é verdade que o capitalismo engendra um mundo ‘inabitável’ ou ‘o pior dos mundos possível’, ele também está na origem de uma verdadeira economia estética e de uma estetização da vida cotidiana: em toda parte o real se constrói como uma imagem, integrando nesta uma dimensão estético-emocional que se tornou central na concorrência que as marcas travam entre si.” (loc 231).

A mercantilização da cultura não é um processo iniciado com o advento e popularização da internet, a cultura como produto começa a acontecer com a televisão e o rádio, “[...] veiculada pela mídia transformou-se numa força dominante de socialização: suas imagens e celebridades, substituem a família, escola e Igreja como árbitros de gosto, valor e comportamento.” (KELLNER, 2001, p. 27). A diferença que o ciberespaço traz é justamente na possibilidade que temos de produzir conteúdo dentro dele, de colocar nossos discursos e imagens numa rede gigantesca em que não há muros e nem distância que não possa ser alcançada. O que entra em discussão é como todo esse emaranhado de informações está sendo utilizada: em prol de uma democracia ou simplesmente para o consumo? Pode o ciberfeminismo encontrar o mesmo status de poder que as marcas?

O código informático tem um papel central e significativo na regulamentação da vida social, tanto em seus aspectos socioculturais e econômico quanto na maneira como experimentamos a realidade, o dito real. A forma como o algoritmo, “informa ao computador o que fazer para produzir um determinado resultado⁵” diz muito sobre o contexto que vivemos, pois é levado para estas determinadas tarefas as características das instituições que as definem. Segundo Hannah Fry (2018), “[...] não devemos pensar nos algoritmos como bons ou ruins, mas devemos prestar muito mais atenção às pessoas que os programam. “Eles estão cada vez mais desempenhando um papel enorme. E não são apenas os casos óbvios como algoritmos de pesquisa do Google ou algoritmos de recomendação da Amazon. Convidamos esses algoritmos para nossos tribunais e nossos hospitais e nossas escolas”. (2018, p.02, tradução nossa)⁶. Como exemplo, a plataforma Codin Rights (2018) analisou dois tipos de anúncios no Facebook, aqueles que tinham produto para bebê e outros relacionados à palavra fertilidade, “[...] nas duas pesquisas, ainda que algumas propagandas fossem direcionadas pelos

⁵ Fonte: ILLING, SEAN. How algorithms are controlling your life. **Vox**. 01 out. 2018. Disponível em: <<https://www.vox.com/technology/2018/10/1/17882340/how-algorithms-control-your-life-hannah-fry>>. Acesso em: 14 nov. 2018.

⁶ Id., 2018.

anunciantes para ‘pessoas’, o algoritmo optou por mostrá-los majoritariamente para mulheres. E nenhuma propaganda sobre bebês ou fertilidade estava direcionada apenas para homens.”⁷

Como explica Fry (2018), não existe um modelo específico de agrupamento dos algoritmos e cada um tem suas determinações baseadas em qual tarefa eles devem desempenhar, no entanto, há quatro categorias gerais para a construção de suas arquiteturas: Priorização, classificação, associação e filtro. A maneira como são formatados acabam dando continuidade aos estereótipos de gênero, raça e classe.

Assim que atingi meus vinte e tantos anos, fui bombardeada por anúncios de anéis de diamante no Facebook. E uma vez que acabei me casando, anúncios de testes de gravidez me seguiram pela internet. Para essas irritações leves, eu tive algoritmos de classificação para agradecer. Esses algoritmos, amados pelos anunciantes, funcionam nos bastidores e classificam você como alguém interessado nessas coisas com base em suas características. (p. 11).

A democracia digital que precisamos alcançar não está ligada ao meio ou canal de informação usado para divulgar produtos, ela consiste em quais regulamentações usamos para frear a hegemonia da corporativização da internet, como o governo e empresas privadas usam nossos dados, quais classificações e categorias entram homens e mulheres na construção de um algoritmo. Colocamos aqui também o papel relevante e importante da educação midiática ou transmidiática em preparar a sociedade para utilizar as novas tecnologias como ferramentas para a procura igualdade de gênero, na conscientização de seu funcionamento.

3. CIBERATIVISMO FEMINISTA

O movimento feminista a partir do século XX ganhou mais força e, desde então, a necessidade do movimento tornou-se notória. Passamos por um momento de revisitação histórica do lugar da mulher na sociedade, “[...]toda a história das mulheres foi escrita pelos homens. Há tão grande ausência de registros e informações sobre a mulher e sua condição que muitas afirmam ser o movimento de mulheres algo novo no Brasil.” (TELES, 1999, p.22). Quando na verdade podemos ver já antes mesmo do próprio movimento feminista se afirmar, que as mulheres em união, conjunto ou sozinhas travaram suas lutas. Citando algumas: Chica da Silva, Ana Pimentel, Aqualtune, Filipa Aranha, Zeferina, a luta das mulheres baianas contra os holandeses. São casos de alguns registros, mas o quanto se perdeu, foi esquecido e não registrado?

⁷ Fonte: SOUZA, M. Minas Hackers. UOL, 18 jan. 2019. Disponível em: <<https://tecnologia.uol.com.br/reportagens-especiais/minas-hackers/index.htm#construindo-pontes?cmpid=copiaecola>>. Acesso em: 07 fev. 2019.

Ao longo do movimento feminista as mídias tradicionais: jornais, revistas, TV, rádio e a internet - não podemos esquecer que no ciberespaço há a continuidade do pensamento patriarcal, pois estas mesmas mídias estão convergindo para o digital - divulgam a luta feminista de maneira simplista, pautadas no trivial. Na história do movimento sempre houve a tentativa de burlar o *mass media*, publicando revistas feministas, fazendo documentários, filmes etc. Entre esses arcabouços encontra-se o espaço virtual, um lugar que tem sido muito aproveitado pelos grupos feministas como luta para democratizar os assuntos ligados aos direitos das mulheres.

Sobre o termo ciberfeminismo segundo Remedios Zafra (2015), tem origem em 1991 nos trabalhos do coletivo de artistas australianas VNS Matrix e nos textos de Sadie Plant, “filósofa e pesquisadora do tema, começou a usar o termo [...] para identificar toda e qualquer questão relacionada às mulheres e as novas tecnologias.” (OLIVEIRA; PINTO, 2016, p. 386). A origem dessa concepção é atribuída à bióloga Donna Haraway, por causa do artigo “Manifesto Ciborgue: ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX” de 1985.

A autora “argumenta que esse pensamento de que todas as circunstâncias e questões são naturais e inerentes à vida leva a crer que o *status quo* não pode ser modificado. Por outro lado, se as mulheres (e os homens) não são naturais, mas construídos, tal como um ciborgue, então dados os estímulos adequados, toda e qualquer situação pode ser reconstruída e adaptada. (OLIVEIRA; PINTO, 2016, p. 387).

A internet instrumento basal do Ciberfeminismo, é uma força poderosa para conectar e dividir, o conhecimento e as fontes. Mas, também, é a tecnologia que originalmente pretendia a dominação global e militar. Há muitos benefícios, desde que tenhamos em mente o uso consciente e o conhecimento histórico de seu contexto. Crítica é a resistência à imersão total na tecnologia que resulta no destacamento do mundo ao invés do engajamento com este, e também, um dos pressupostos para que o movimento feminista como um todo mantenha sua força diante das discussões sobre gênero e tecnologia. (LE MOS⁸ apud OLIVEIRA; PINTO, 2016, p. 388).

São por razões e objetivos diferentes, que o feminismo no meio virtual se faz necessário, a compressão espaço-tempo das novas tecnologias tende à uma homogeneização cultural. O ciberativismo feminista é uma tendência contraposta. A partir da década de 90 com a ascensão da internet, as redes sociais tornaram-se um prolongamento do nosso cotidiano. O ciberespaço é um local de troca de mensagens, busca por informações, espaço para nos relacionarmos, reforçamos nossa identidade, ou a procura dela, e atuamos como ativistas.

Não precisamos efetivamente estar um de frente ao outro para discutirmos questões étnicas, sociais ou econômicas, podemos nos juntar por meio de grupos nas redes sociais, criar sites e blogs em prol de uma causa, luta ou reivindicação. Também formar coletivos que existem somente no

⁸ LEMOS, Marina. **Ciberfeminismo**: Novos discursos do feminino em redes eletrônicas. Tese (Mestrado em Comunicação e Semiótica). São Paulo: PUC-SP, 2009, p. 121-122.

ciberespaço e não como local físico. Mesmo esse espaço físico não existindo, as pessoas estão ali reunidas e se movem pela internet em busca de reconhecimento dos seus direitos. A esse conjunto de ações ativistas na rede, chama-se ciberativismo.

Segundo Santos, referindo-se ao termo Ciberativismo e sua definição:

O Ciberativismo chega ao Brasil em meados de 1990, com o avanço da internet e a entrada de ativistas políticos, sociais e ambientalistas na rede. Para os ciberativistas o uso da internet é um meio de “driblar” os meios de comunicação tradicionais, que na maioria das vezes não oferecem espaço para que a opinião pública se manifeste. Com isso a rede se torna um espaço “público” em que os ativistas podem se manifestar, otimizando o impacto de suas idéias. (SANTOS, 2011, p.03).

A internet criou uma conexão entre ideologias e culturas diferentes, e fez a ligação do universo online com offline (CÂMARA, 2016). Moldou nossas vidas, e conforme ela cresce e se expande o seu papel fica cada vez mais relevante na luta por causas, principalmente na busca de direitos das mulheres, o feminismo. Na criação da internet e das redes sociais não se intencionava usá-la como um espaço para o ativismo, mas do mesmo jeito que esse meio vem transformando nossas vidas, conseguimos também moldar esse local. O feminismo busca nessa arena de conflitos de ideologias que é o ciberespaço, seu lugar de afirmação e luta, podemos citar vários exemplos de sites, blogs e grupos no Facebook que propagam as causas feministas e ajudam as mulheres e homens a romperem e perceberem como o patriarcado coloca, nós mulheres, em uma situação vulnerável de desigualdade de direitos. São grupos que têm tomado força, pois geram uma rede de compartilhamento e divulgação de ações sobre a legalização do aborto, denúncia de violência contra a mulher, contra o estupro, busca pela igualdade de direitos, entre outras causas.

O ciberativismo feminista foca também na transformação social, e no diálogo, passando informações sobre as suas causas, além, da divulgação de conceitos sobre o feminismo e suas vertentes. Uma das características mais importantes da internet é a capacidade dos usuários de se transformarem em produtores de conteúdo e informação (CASTELLS, 1999). Isso traz para os grupos feministas a possibilidade de trazer as vozes de mulheres contando suas histórias de abuso, marginalização ou violência. Essas narrativas, como veremos mais adiante na campanha *#eu vou contar*, do Instituto de Bioética (Anis), tem o intuito de conscientizar a sociedade sobre a importância da busca pelos direitos reprodutivos das mulheres.

Cria-se, portanto, uma rede de reconhecimento e identificação entre as mulheres incentivando-as compartilharem suas histórias ou mostrar seu apoio. “[...] o leitor passa a tomar uma posição mais ativa, há a reconfiguração da informação como marca de uma cultura mais participativa.” (REIS; LOUREIRO, 2013 apud CÂMARA, 2016, p.671).

Somos tomados por uma perspectiva diferente de cultura de séculos anteriores, a cultura “consiste em ofertas, e não em proibições; em proposições, não em normas. [...] a cultura agora está engajada em fixar tentações e estabelecer estímulos, em atrair e seduzir, não em produzir uma

regulamentação normativa” (BAUMAN, 2013, *loc* 182). A sedução que fala Bauman está orientada para um mercado de consumo rotativo, em que todos estão competindo pela atenção de potenciais clientes. Do mesmo jeito que o mercado usa ferramentas tentadoras para buscar seus consumidores, o discurso do ativismo feminista também precisa tentar estar na mesma posição de atrair seguidores. Os objetivos são diferentes, mas o que tem em comum entre a indústria cultural e o ciberativismo são o discurso e o campo de lutas, ou seja, a cultura.

Precisamos entrar em um processo de aprendizagem para uma inteligência coletiva. Sabemos que esse aprendizado é feito de tentativas e erros, complexo e paradoxal, causa por vezes o contrário de um progresso da liberdade e da emancipação social (LEMONS; LÉVY, 2010). Ao mesmo tempo que os grupos feministas crescem na rede, aumentam também casos de comentários de ódio em post, blogs, sites e até mesmo ataques físicos. Entretanto, essas situações justificam por nossa parte pensar esse progresso da liberdade no ciberativismo como espaço para a denúncia e conscientização social.

4. AS CONQUISTAS ATRAVÉS DA CIBERCULTURA

Em novembro de 2015, por exemplo, através da hashtag *#meuamigosecreto* as redes sociais Facebook e Twitter foram invadidas por relatos de mulheres que denunciaram abusos e frases machistas vivenciados no cotidiano. A corrente virtual foi iniciada pelo coletivo feminista *Não Me Kahlo*⁹ que tem no Facebook 1.233.264 seguidores e 1.238.740 pessoas que curtem a página (MOREIRA, 2015). Foi um movimento iniciado nas redes, mas foi além desse local, pois na mesma semana a corrente virou notícia em revistas e jornais digitais. Além do lançamento do livro, *#MeuAmigoSecreto: feminismo além das redes*, em 2016. (LINS, 2016).

Também não podemos esquecer do movimento *Primavera das Mulheres* de 2015 e 2016, em que as mulheres foram às ruas protestar contra o assédio e reivindicar os seus direitos. O movimento tomou força nas mídias sociais pela hashtag *#primaveradasmulheres*, além de outras relembrando mulheres de destaque e força como a cantora Elza Soares. (GRILLO, 2015). E em outubro de 2017, houve o lançamento do documentário *Primavera das Mulheres*¹⁰, produzido por Antonia Pellegrino e Isabel Nascimento Silva. O foco do filme são as manifestações feministas dos dois últimos anos no Brasil e os protestos virtuais como o *#meuprimeiroassédio*, iniciado pelo coletivo *Think Olga*.

Segundo a produtora Pellegrino, em entrevista para a revista Carta Capital, “Eu também sou do coletivo *#AgoraÉQueSãoElas* e temos no nosso DNA a missão de levar os debates feministas ao

⁹ COLETIVO NÃO KAHLO. Disponível em: <<https://www.facebook.com/NaoKahlo/>>. Acesso em: 04 dez. 2018.

¹⁰ PRIMAVERA DAS MULHERES. Direção: Antonia Pellegrino, Isabel Nascimento e Silva. São Paulo: Doce Fúria, 2017. Documentário. Trailer disponível em: <<https://www.canalmeio.com.br/2017/10/17/trailer-primavera-das-mulheres/>>. Acesso em: 09 set. 2018.

mainstream. Eu e as minhas companheiras acreditamos que isso é fundamental, já que o mainstream é muito ocupado por vozes masculinas [...]”. (OLIVEIRA, 2017). As redes sociais criam, sim, suas “bolhas”, entretanto não podemos negar que essas conexões virtuais ajudam vários movimentos a favor da diversidade a ganharem força nas ruas.

Para Kerckhove (2015) o impacto social da internet é como um sistema límbico. Esse sistema funciona através de um conjunto complexo de pequenas estruturas que regulam os ritmos biológicos vitais, incluindo as reações emocionais. Portanto, há na interação social virtual um “compartilhamento de emoções” e a “[...] rede transforma continuamente estímulos emocionais em configurações velozes e engenhosas por ser fundamentalmente relacional. As mídias sociais (entre outras plataformas) desenvolvem nossas emoções e dispersam-nas em redes, como o sistema límbico faz no corpo. ” (p.54). Essas emoções partem do individual e agregam-se na multidão que está interconectada, como no caso de coletivos feministas na internet, como os mencionados acima, que através da hahstag conseguem denunciar as frustrações das mulheres e o desejo por mudanças.

Esses tipos de ações mencionadas anteriormente geram na rede virtual uma valorização simbólica, portanto, “é atribuído às formas simbólicas um determinado valor simbólico pelos indivíduos que as produzem e recebem. ” (THOMPSON, 2011, p.203). Diferente do valor econômico que dá as formas um valor em que elas podem ser trocadas ou vendidas. No contexto ontológico no qual vivemos, em que a tecnologia ganha mais atenção tanto da ciência quanto do mercado, há um monopólio de empresas que comandam a internet e de outras que pagam por ter os seus anúncios interagindo com o seu público-alvo, então, valores simbólicos e econômicos estão em constante conflito. O fluxo de discursos que tem tomado conta do espaço virtual, pelo menos o que percebemos hoje, é uma hegemonia de empresas privadas sobre o comando de algoritmos que geram mais valor econômico sobre as formas simbólicas. Pois, estas por causa do capital que têm, estão em posições mais favoráveis. Assim,

Tais conflitos sempre têm lugar dentro de um contexto social estruturado que se caracteriza por assimetrias e diferenças de vários tipos. Assim, as valorizações simbólicas oferecidas por diferentes indivíduos que estão diferencialmente situados são, raras vezes, de mesmo status. Algumas valorizações levam um maior peso do que outras em função do indivíduo que as oferece e da posição da qual fala; e alguns indivíduos estão em uma melhor posição do que outros para oferecer valorizações e, se for o caso, impô-las. As palavras do Diretor da Galeria Tate, pronunciadas no canal de televisão da BBC sobre o trabalho de um novo artista, estão mais propensas a ganhar um maior peso do que os comentários de um transeunte na rua. Ao adquirir valor simbólico, um trabalho pode adquirir um grau de legitimação, isto é, pode ser reconhecido como legítimo não apenas por aqueles que estão bem posicionados para atribuir valor simbólico, mas também pelos que reconhecem e respeitam a posição daqueles. (THOMPSON, 2011, p. 203).

Ao mesmo tempo, cria-se estruturas de resistências e embates que vez ou outra assumem a mesma posição de status, como foram os casos das campanhas feministas com hashtags. O conflito

simbólico de discursos não depende só do capital econômico, ele se administra por posições que conseguimos manter frente a um determinado contexto e assunto.

“As novas mídias certamente criaram esse sentimento por terem tornado visíveis ações e comportamento repreensíveis local e globalmente e que se costumam ser abafados pela censura ou pela ignorância geral. ” (KERCKHOVE, 2015, p.54). Toda manifestação antes de ir para o espaço físico passa antes pelas redes sociais agregando a multidão por meio de compartilhamento e junção das emoções e frustrações coletivas. “O tempo real é essencialmente uma nova velocidade da *aprendizagem coletiva*. (LEMOS; LÉVY, 2010, p.45). O ciberativismo feminista ou ciberfeminismo é ainda ignorado, e colocado como ação menor, muitos acreditam ser um ativismo de sofá pouco significativo, ou até um modo preguiçoso. Não podemos esquecer que o acesso à internet vem aumentando a cada ano. Segundo a pesquisa TIC Domicílios de 2015, 58% da população brasileira usam a internet. “A proporção é 5% superior à registrada no levantamento de 2014. ” (BOCHINI, 2016, n.p.).

“[...] o compartilhamento de experiências facilitadas por *fan pages* em redes sociais reforça a noção nas mulheres de que tais desigualdades podem ser politizadas com o intuito de desestruturar a hegemonia patriarcal. ” (DIEMINGER; OLIVEIRA, 2015, p.11). Como exemplo de compartilhamento, podemos citar o coletivo feminista, *Nós mulheres da periferia*¹¹, que além de divulgar notícias sobre as mulheres da periferia, feminismo e eventos da região, disponibiliza em sua página *post* de leitoras que desejam falar sobre suas vidas, ou relatar experiências na seção do site chamado de “Nossas vozes”. O ciberativismo feminista tem buscado dar vozes a infinita diversidade de mulheres, considerando suas classes e raças. Caminhamos com ele para uma reconfiguração social do lugar da mulher na sociedade e uma transformação também na sua identidade. Esta, não é única e nem submissa. Em 2016, as redes sociais (Facebook, Instagram e Twitter) foram tomadas por posts, memes e gifs irônicos sobre a frase, “Bela, recatada e do lar”, reportagem da revista *Veja* de 18 de abril sobre Marcela Temer¹². Descrição de adjetivos que ajuda a confirmar os estereótipos da mulher difundidos principalmente pelo *mass media*. Estela Rocha em depoimento para o site *Donna* (2016), explica porque a frase gerou tanta polêmica:

Simplesmente porque sabemos que somos parte atuante da sociedade. Então, quando alguém escreve que uma pessoa pública é “bela, recatada e do lar” e enaltece isto, está de novo nos condicionando a acreditar que o que é bom é algo que nos submete. Não é um problema quando a pessoa quer ser bonita, ou quer ser recatada, ou ser do lar. Estamos em uma época em que queremos a liberdade: para ser dona de casa, para ser mãe, para não ser mãe, para ser prostituta, para ser uma trans... Quando

¹¹ NÓS MULHERES DA PERIFERIA. Disponível em: < <http://nosmulheresdaperiferia.com.br/>>. Acesso em: 11 fev. 2019.

¹² LINHARES, J. Bela, recatada e do lar. **Revista Veja**, 18 abr. 2016. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar/>>. Acesso em: 04 nov. 2017.

postamos essa hashtag, não estamos criticando a Marcela ou a mulher que quer ser dona do lar, o que criticamos é o padrão que eles querem que seja estabelecido como o de uma mulher perfeita. A gente consegue hoje, dentro da internet, ter uma liberdade, mas a mídia tradicional supervaloriza coisas relacionadas à mulher de 1950. (DONNA, 2016).

Ainda sobre a construção da identidade da mulher como imutável, passiva, de perfeição, do mito da beleza estética, Simone de Beauvoir no segundo volume do livro, *O segundo sexo* (1967), explica como a figura da mulher se constrói desde a sua infância:

[...]a menina embala sua boneca e enfeita-a como aspira a ser enfeitada e embalada; inversamente, ela pensa a si mesma como uma maravilhosa boneca. Através de cumprimentos e censuras, de imagens e de palavras, ela descobre o sentido das palavras "bonita" e "feia"; sabe, desde logo, que para agradar é preciso ser "bonita como uma imagem"; ela procura assemelhar-se a uma imagem, fantasia-se, olha-se no espelho, compara-se às princesas e às fadas dos contos. (p.20).

[...]

A boneca ajuda-a, mas não desempenha tampouco um papel determinante; o menino pode também querer bem a um urso, um polichinelo, nos quais se projeta; é na forma global de suas vidas que cada elemento — pênis, boneca — assume sua importância. Assim, a passividade que caracterizará essencialmente a mulher "feminina" é um traço que se desenvolve nela desde os primeiros anos. Mas é um erro pretender que se trata de um dado biológico: na verdade, é um destino que lhe é imposto por seus educadores e pela sociedade. (p.21).

O caso da hashtag *#belarecatadaedolar*, como de outras já abordadas neste trabalho pelo ciberativismo feminista, são o que Castells chama de ator coletivo consciente. Foram reivindicações iniciadas por eventos significativos que desencadearam emoções nos manifestantes por mudança social, sua essência foi “emocionalmente motivada.” (p.127, 2013). O processo de identificação e indignação foi compartilhado por indivíduos conectados em rede, essa ação comunicativa induz mudanças coletivas endossadas pela morfologia da internet: autocomunicação de massa, horizontalidade, multidirecionalidade e interatividade.

O ciberativismo feminista é um prolongamento do movimento social feminista iniciado nos espaços urbanos, e como outros movimentos sociais, representa as nossas indignações com as instituições da sociedade que falharam na representação e poder de voz dados pelos representados. “O que esses movimentos sociais em rede estão propondo em sua prática é uma nova utopia no cerne da cultura em sociedade em rede: a utopia da autonomia do sujeito em relação às instituições da sociedade.” (CASTELLS, 2013, p.134). A autonomia a qual Manuel Castells diz surgir dos movimentos sociais em rede, está usando a internet não só com a finalidade de um instrumento de organizar, coordenar ou mobilizar, eles criam condições de uma prática comum inserida na vida cotidiana dos indivíduos. Os movimentos e protestos na rede mantêm a comunicação das pessoas do movimento com a sociedade em geral no processo de mudança social.

Essa caminhada em busca da transformação social pressupõe uma mudança de valores culturais ancorados na autonomia, “[...] os quais nascem nos movimentos sociais da década de 1970 e, com crescente intensidade, permeiam toda a sociedade nas décadas seguintes.” (CASTELLS, 2013, p.135.). A autonomia é a capacidade de um ator social (indivíduo) torna-se sujeito de um projeto que não está sujeito às regras e burocracias das instituições. A tomada de decisões não depende delas, mas de um conjunto de compartilhamento feito entre sujeitos conectados em rede.

Essa colaboração em rede das novas tecnologias da comunicação trazem uma nova configuração social, cultural, comunicacional e política. Ela emerge, segundo André Lemos e Pierry Lévy (2010) dos três princípios básicos da cibercultura. O primeiro, liberação do polo da emissão, diz respeito à característica virótica da informação mostrando as emergências de vozes e discursos antes reprimidos pelo *mass media*. “Tudo em rede”, segundo, é a conectividade transversal e planetária que começa com o computador pessoal e hoje com o computador móvel. O terceiro, reconfiguração de estruturas sociais, instituições e práticas sociais. Esses princípios não geram simplesmente uma recombinação, mas um alcance maior do ciberativismo. A internet é o lugar do tempo real e da desterritorialização, essas duas modalidades condicionam um crescimento e complexificação desse meio. Vivenciamos a era da ciberdemocracia.

Ciberespaço é um neologismo dos anos 1980 e faz referência à cibernética, corrente científica dos anos 1940 e 1950 que trouxe as noções de informação e de comunicação no mundo científico. A cibernética significa “ a ciência do comando e do controle”, ciência do governo. (LEMOS; LÉVY, 2010). Portanto, a governança das sociedades passa por um ciberespaço no sentido mais amplo, pelo universo da linguagem e pela comunicação em um dado momento. E as técnicas de comunicação aumentam a potência da linguagem humana desempenhando uma evolução da governança política. “ [...] a natureza mesma da cidadania democrática conhece, graças à nova rede de comunicação planetária, uma profunda evolução que a dirige ainda mais no sentido de um aprofundamento da liberdade: desenvolvimento do ciberativismo em escala mundial [...]. (LEMOS; LÉVY, 2010, p.53). Ainda segundo os autores:

A ciberdemocracia é um tipo de aprofundamento e de generalização das abordagens de uma livre diversidade em espaços abertos de comunicação e de cooperação. Há na noção de democracia a ideia de *direitos* e de *liberdades* que implicam a dignidade eminente de *cidadão* (versão política da *pessoa*) e a ideia de deliberação, do debate e da pesquisa comum das melhores leis [...] a *emancipação humana* é a essência do progresso e a principal variável dos processos de evolução social contemporâneos [...]. Uma das dificuldades maiores é fazer com que as pessoas cooperem, busquem formas comunicativas essenciais em que a construção do processo se dá pela troca efetiva entre consciências engajadas em um objetivo comum, e não em reter ou impor determinado ponto de vista. (p. 55, grifo dos autores).

Não podemos efetivamente dizer qual será o destino dos movimentos sociais em rede, ou mesmo se o ciberativismo feminista conseguirá no final que todas as suas reivindicações sejam

atendidas. O feminismo entra nesse espaço porque ele está se consolidando como uma alternativa eficaz de mudança dos valores patriarcais que não condizem com as demandas da contemporaneidade. Por ele, a autonomia e autogovernança do povo está mais presente, “[...] se os cidadãos não tiverem meios e formas de se autogovernar, as políticas mais bem planejadas, os programas mais bem-intencionados, as estratégias mais sofisticadas podem ser ineficazes ou corromper-se ao serem implementados.” (CASTELLS, 2013, p.176).

Vemos uma profusão de blogs, campanhas hahstag, e grupos feministas que se auto-organizam para estender suas lutas e saberes para a sociedade em prol de uma mudança de valores. É o caso da campanha #euvoucontar do Instituto de Bioética Anis, que será analisada no próximo tópico.

5. ANÁLISE - #EUVOUCONTAR



Segundo o 29º relatório mundial da organização Human Rights Watch de 2018¹³, 416 mil mulheres brasileiras realizaram aborto em 2015 e os médicos administraram apenas 1.667 abortos legais naquele ano. A pesquisa Nacional do Aborto de 2016¹⁴ entrevistou 2.002 mulheres alfabetizadas, “[...] entre 18 e 39 anos, das entrevistas pela PNA 2016, 13% (251) já fez ao menos um aborto. [...]. Na faixa etária de 35 a 39 anos, aproximadamente 18% das mulheres já abortou. Entre as de 38 e 39 anos a taxa sobe a quase 19%. ” (DINIZ; MEDEIROS; MADEIRO, 2017, p. 654). A campanha analisada trabalhou pelos direitos dessas mulheres, que na grande maioria precisa praticar o aborto clandestinamente sem acesso a atendimentos médicos e por medo de serem presas por crime. A #EuVouContar foi iniciada pela ONG, Instituto de Bioética (Anis), em 29 de setembro de 2017. O instituto tem 20 anos de existência e iniciou suas atividades em 1999 e tem como objetivos “[...] o de promover a pesquisa e o ensino da Ética e da Bioética, relacionando-a à temática dos direitos humanos, do feminismo e da justiça entre os gêneros [...]” (INSTITUTO ANIS). “*Em 2015, a Anis começa a ocupar o espaço das redes sociais para produzir conteúdo, que*

¹³ HUMAN RIGHTS WATCH. **Relatório Mundial 2018**. Disponível em: <<https://www.hrw.org/pt/world-report/2018/country-chapters/313303>>. Acesso em: 04 fev. 2019.

¹⁴ DINIZ, D.; MEDEIROS, M.; MADEIRO, A. Pesquisa Nacional de Aborto 2016. **Ciênc. saúde coletiva**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 2, p. 653-660, fev. 2017. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232017000200653&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 04 fev. 2019. <http://dx.doi.org/10.1590/1413-81232017222.23812016>.

consequentemente tornaram o instituto mais visível, as publicações tiveram um alcance maior de diferentes tipos de públicos e ampliaram-se os temas para outros espaços além do acadêmico.” (Apêndice A). A campanha tem como finalidade publicar 52 histórias de aborto, uma a cada semana. Essas histórias são contadas em formato de vídeo disponíveis no Facebook e no YouTube, as autoras das histórias não aparecem, é utilizada uma narradora, Débora Diniz, que conta a narrativa em 1ª pessoa, “ [...] histórias ocorridas há mais de 8 anos, esse foi um critério bem claro para garantir a segurança das mulheres, já que esse é o tempo de prescrição do crime.” (Apêndice A). A campanha também é apoiada pela página *Think Olga* outra ONG feminista, que tem como missão “empoderar mulheres por meio da informação e retratar as ações delas em locais onde a voz dominante não acredita existir nenhuma mulher”, (THINK OLGA) responsável por campanhas hahstag que abalaram as redes sociais e a mídia, como #ChegadeFiuFiu e #PrimeiroAssedio. Em entrevista realizada com a Anis, a ideia da campanha surgiu “[...] da certeza de que ouvir e contar essas histórias é uma forma de cuidado entre mulheres e é também um ato de resistência frente a perversidade da criminalização do aborto, uma maneira de contribuir para romper com o medo e o estigma, e no lugar disso, oferecer solidariedade e cuidado às mulheres.” (Apêndice A).

No Brasil, segundo o artigo 124 do Código Penal Brasileiro, que trata do “Aborto provocado pela gestante ou com seu consentimento”, “Art. 124 - Provocar aborto em si mesma ou consentir que outrem lho provoque: Pena - detenção, de um a três anos.” (BRASIL, 1940). O aborto é somente permitido em decorrência de estupro, risco à saúde da mulher ou a de feto anencéfalo. Um dos grandes temas colocados pelo movimento feminista é a descriminalização do aborto e a campanha objetiva:

[...] mostrar para um público mais amplo que essas histórias são histórias concretas de mulheres comuns e reais, mulheres de todas as classes sociais, religiões, idades e regiões, mulheres que poderiam ser da sua família, trabalho, igreja ou comunidade de fé, uma em cada cinco mulheres abortam até os 40 anos segundo a Pesquisa Nacional do Aborto. E ao final trazer a provocação: essa mulher merece ir para cadeia? (Apêndice A).

Como a própria abertura do início das histórias diz, a questão não é saber quem é contra ou favor do aborto, mas chamar as pessoas para escutar essas vozes que foram reprimidas e silenciadas. Como nos disséssemos “escute o outro lado do aborto, não aquele divulgado pela mídia”, como crime, e nem aquelas histórias contadas no mundo fictício das novelas e séries televisivas: “Não pense se você é contra ou a favor do aborto. Pare e se permita conhecer essas histórias reais. Você é capaz de ouvir?”¹⁵. Há aqui um progresso da liberdade possibilitado pelas redes, ele tem abertura para um espírito coletivo, que está aberto para escutar as vozes reprimidas. E esse progresso é alimentado do

¹⁵ #euvoucontar: 1ª História. Disponível em:

<<https://www.facebook.com/AnisBioetica/videos/1688524604553798/>>. Acesso em: 04 fev. 2019

risco de contar histórias que são vistas pela sociedade neoconservadora como uma atitude criminosa e demoníaca. Também tornar essas histórias viróticas, como vimos anteriormente, o polo da emissão, um dos princípios da cibercultura, é a emergência de vozes e discursos anteriormente silenciados na edição da informação pela mídia.

Propõe uma reconfiguração social, uma conscientização da importância da legalização do aborto, sem explicitamente dizer que a descriminalização é necessária, mas informando através das redes sociais. Há uma busca pela transformação das estruturas sociais e práticas comunicacionais. Já que esse assunto no passado e na conjuntura atual sempre gerou opiniões binárias na população, contra ou a favor, e a lei de descriminalização do aborto sofrer forte ameaça no congresso pelos fundamentalistas e conservadores. A questão da legalização do aborto sempre foi pauta do movimento feminista, o que diferencie esse tema, por exemplo da década de 70, com o atual contexto, é a onda conservadora que cresceu desde 2005, com a apresentação do projeto de lei pelo Poder Executivo em favor da legalização do aborto. “Retrocessos neoconservador o período que se inicia claramente ao final de 2005 e que se agudiza a partir dos anos 2010, com o crescimento do poder político da movimentação pró-vida no Parlamento brasileiro que reage a um processo de secularização da sociedade e ao crescimento dos movimentos sociais por direitos humanos.” (MACHADO, 2017, p. 03).

Os vídeos trazem o aspecto pós-massivo, por serem personalizável e interativos, continuam massivos, mas são abertos ao debate, e são colaborativos, as histórias só são possíveis porque 52 mulheres se dispuseram a relatar sobre o que aconteceu. E como demonstrado acima, há um forte impacto político por ter um modelo conversacional “todos-todos”, a informação parte de uma ONG feminista, de um coletivo para outro coletivo, a sociedade. Modelo diferente das mídias de massa, “um-todos”. Segundo o Instituto,

[...] nos vemos como uma organização também ciberfeminista [...]. Entendemos que as novas tecnologias podem ser ferramentas importantes e fortes aliadas para os movimentos feministas. Para nós, esse tem sido um espaço para difundir nossos debates, discutir temas sensíveis sobre direitos das mulheres apresentando informações e dados confiáveis a um número muito maior de pessoas, mobilizando mulheres de diversos lugares. Isso é algo bastante relevante para o trabalho de organizações com o perfil da Anis. (Apêndice A).

O vídeo da História 1 teve 63 mil visualizações, 128 comentários, 197 compartilhamentos. (Figura 1). O imediatismo da mídia social permite ao indivíduo se envolver num nível emocional com as questões sociais. A prontidão para reagir emocionalmente a acontecimentos públicos externos é resultado da percepção, por parte dos usuários [...] que eles estão conectados uns com os outros, compartilhando seus próprios pontos de vista.” (KERCKHOVE, 2015, p. 58).

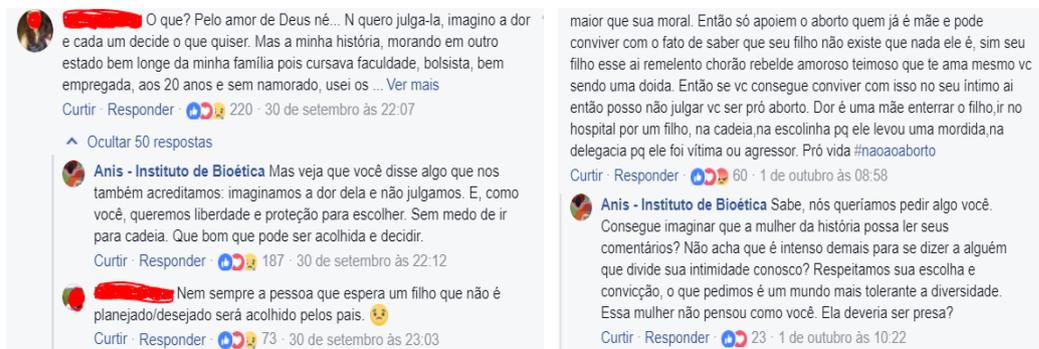
Figura 1. Imagem da História 1 da campanha #euvoucontar



Fonte: YouTube

Nos comentários do vídeo da História 1 (Anexo A), imagem da descrição da história), a opinião dos usuários (Figura 2) se dividiu, contra ou a favor do aborto como pontuado anteriormente pelo contexto atual. O ciberativismo feminista foca nesse debate e a tentativa é sempre chamar o maior número de pessoas para fazer comentários e dialogar. É disseminar vozes antes ocultas por medo e que tiveram seus direitos subjugados ou neste caso, o aborto ser considerado um crime.

Figura 2. Comentários sobre a legalização do aborto na *fan page* do Instituto de Bioética.



Fonte: Facebook.

Entretanto, por vezes, o ciberespaço é um lugar onde o preconceito, a discriminação, o racismo e a violência ganham espaço. Um dos debates da democracia digital ou ciberdemocracia tem como ponto a vigilância e o controle de dados na internet, em como lidar com essas situações e evitá-las, a própria característica do meio, que propõe a interatividade, mas sem precisarmos estar fisicamente nos olhando, dá um viés maior para que as pessoas sejam em seus comentários mais ofensivas. Se soma outra questão, a democracia precede de atitudes que instiguem o cidadão ao debate, se preconceitos também se disseminam rápido, faltam uma preparação e estrutura no espaço público. Portanto, se entrelaçam na rede o seu perfil sociotécnico e a dificuldade de se encontrar na sociedade um espaço público que promova a democracia.

A Débora Diniz, uma das fundadoras da ONG Anis, venceu o prêmio Cláudia de 2018 na categoria Políticas Públicas, mas não pode comparecer para recebê-lo, já que está em proteção por receber ameaças de morte. A campanha #EuVouContar começou em setembro de 2017 em um contexto político no Brasil de maior conservadorismo. Vocês acham que essa campanha ajudou a ganhar o prêmio e ao aumento das ameaças?

Sem dúvida, a campanha trouxe bastante visibilidade para a atuação da Anis e, particularmente, da professora Debora Diniz na proteção dos direitos e da saúde sexual e reprodutiva das mulheres nas redes, mas mesmo antes do #EuVouContar existiram outras ocasiões de ameaças à Debora, especialmente na época da ação sobre anencefalia. Portanto, essas ameaças são anteriores e vem pelo estigma em torno do histórico de trabalho dela. No último ano, em especial, acreditamos que o aumento das ameaças se deveu principalmente à convocação de audiências públicas pela ministra Rosa Weber, para discutir a ADPF 442, ação que pede pela descriminalização do aborto até a 12ª semana de gestação, e mais ainda, à participação da professora Debora Diniz na audiência. (Apêndice A).

Além disso, três perguntas não foram respondidas pela ONG, se tratavam de questões sobre o funcionamento interno e organização para a campanha: “[...]no contexto de ameaças em que nos encontramos, para nos resguardar, temos adotado a política de preservar algumas informações sobre funcionamento interno e de pessoal da Anis. ” (informação pessoal).¹⁶ Ademais das dificuldades expostas acima, a ONG também relata os entraves em impulsionar o alcance de conteúdos, já que recentemente o instituto entrou no contexto da hiperconectividade e a alteração no algoritmo do Facebook ocorrida em 2018, a mudança colocou como menor relevância fanpages e priorizou páginas de amigos e familiares. A decisão foi tomada, segundo Mark Zuckerberg, a partir das reclamações dos usuários por causa da quantidade de *posts* de marcas, empresas e veículos de comunicação em seus *feeds*. Retomando Thompson (2011) e Sodré (2016) ressaltamos que para os movimentos sociais que estão na rede, essa alteração teve mais impacto, no contexto atual a postagem de marcas e produtos tem mais valor, já que estamos vivenciando o bios midiático, portanto, adquirindo essa maior valorização pelos usuários e conseqüentemente maior status e poder dentro do espaço cibernético.

Uma saída, não delimitada, mas iniciada, é atualização do marketing digital por ONGs para engajamento dos usuários. Exemplo que procuramos encontrar na campanha #euvoucontar:

No espaço da internet também há uma grande gama de anúncios e marcas, que fazem uso de estratégias de marketing digital para impulsionar conteúdo e compartilhamento entre os usuários. Vocês também adotaram estratégias de marketing digital na campanha?

Nós realizamos sorteios das impressões das ilustrações que representam cada história e aparecem como plano de fundo de cada vídeo. Isso foi, na verdade, uma estratégia de engajamento para fazer com que as pessoas organicamente fizessem a divulgação do conteúdo com outras pessoas que elas achassem que poderiam se interessar ou pensar mais sobre o tema.

¹⁶ INSTITUTO ANIS. **Entrevista**. Mensagem recebida por e-mail em 04 fev. 2019.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As dificuldades que o ciberativismo feminista vivencia na rede cibernética estão relacionadas às modulações e características do próprio ciberespaço determinado por protocolos que tem o papel de funções delegadas por instituições com objetivos e intuítos diferentes. A horizontalidade é uma verdade, no entanto, ela não consegue superar sempre as posições de poder estabelecidas no meio digital. Para isso, como exemplificamos, há a necessidade de uma união e força maior que forme uma rede de indignação. Mas, a luta e força do movimento feminista não se mede por poucos momentos, ele carrega uma história e vem se moldando junto com o contexto sociotécnico dos algoritmos. Além disso, estamos numa corrente de aprendizado, nossa segurança ontológica é colocada em risco, precisamos nos guiar melhor no ciberespaço e entender mais a fundo o capitalismo transéstético, o qual tem modificado nossas subjetividades. Ele ganha força e velocidade na rede por entrar em mundos privados. Entender especificamente o seu discurso para aprendermos a nos contrapor aos seus resultados e conquistar direitos reprodutivos, igualdade de gênero, respeito, canais de ajuda e uma verdadeira democracia.

Mas, a onda de violência e ameaças a qual a organização como um todo e umas das fundadoras tem passado é baseada na estrutura do patriarcado, no preconceito e na falta de informação e debate que a mídia por vezes não consegue cumprir o seu papel. Não basta o meio disponibilizar ferramentas democráticas, é necessário que o discurso das instituições e seus algoritmos sejam e tentem cada vez mais incluir a igualdade de gênero, o aborto não deve ser um tabu, para que seu ato, sua ação não se torne também um tabu, e nosso caso, um crime. Alcançar um público amplo sobre esse assunto e as pautas do movimento feminista é dificultado pela gama de estratégias das marcas em atrair usuários. ONGs e coletivos não tem os mesmos recursos financeiros que empresas privadas. Entretanto, o movimento conseguiu se estabilizar na rede cibernética e tem transformado também as orientações e estratégias das marcas que para atingir o público feminino colocou na sua pauta, o empoderamento feminino. O ciberativismo feminista também é um observatório para entender e explicar sobre os abusos das marcas, e transforma-las já que seus anúncios e propagandas espalham estereótipos das mais variadas maneiras. Além disso, uma das saídas encontradas pelo ciberativismo é entrar no ciberespaço com as mesmas ferramentas e estratégias que o marketing digital das marcas usam para atrair seguidores, o objetivo aqui não é lucro, mas conscientização.

REFERÊNCIAS

- BAUMAN, Z. **A cultura no mundo líquido moderno**. E-book. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2013.
- BEAUVOIR, S. **O segundo sexo II: a experiência vivida**. Rio de Janeiro: Difusão Europeia do Livro, 1967.
- BELA, recata e do lar: porque a expressão gerou tanta polêmica. **Revista Donna**, 20 abr. 2016. Disponível em: <<http://revistadonna.clicrbs.com.br/comportamento-2/bela-recatada-e-do-lar-por-que-a-expressao-gerou-tanta-polemica-nas-redes-sociais/>>. Acesso em: 02/11/2017.
- BOCHINI, B. Pesquisa mostra que 58% da população brasileira usam internet. **Agência Brasil**, 13 set. 2016. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/pesquisa-e-inovacao/noticia/2016-09/pesquisa-mostra-que-58-da-populacao-brasileira-usam-internet>>. Acesso em: 02 nov. 2017.
- BRASIL. Decreto Lei nº 2.848 de 07 de Dezembro de 1940. Código Penal. Aborto provocado pela gestante ou com seu consentimento. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del2848compilado.htm>. Acesso em: 04 fev. 2019.
- CÂMARA, M. Ciberativismo Feminista. **Investigação Qualitativa em Ciências Sociais**. v.3, p.669-678, 2016. Disponível em: <<http://www.proceedings.ciaiq.org/index.php/ciaiq2016/article/view/1012/988>>. Acesso em: 23 out. 2017.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- _____. **Redes de indignação e esperança: Movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Zahar Editorial, 2013.
- COLETIVO NÃO KAHLO. Disponível em: <<https://www.facebook.com/NaoKahlo/>>. Acesso em: 04 dez. 2018.
- DAMIÃO, P. A. Confiança e segurança ontológica na sociedade de risco. **Revista do Laboratório de Estudos da Violência da UNESP/Marília**, Edição 7, p. 61-71, jun. 2011. Disponível em: <<http://www2.marilia.unesp.br/revistas/index.php/levs/article/view/1676>>. Acesso em: 10 jan. 2019.
- DIEMINGER, C. C.; OLIVEIRA, S. R. Protagonismo ascendente: o ativismo online nas lutas feministas. **Derecho y Cambio Social**. p. 1-18, 2015. Disponível em: <http://www.derechoycambiosocial.com/revista039/PROTAGONISMO_ASCENDENTE_LUTAS_FEMISTAS.pdf>. Acesso em: 23 out. 2017.
- DINIZ, D.; MEDEIROS, M.; MADEIRO, A. Pesquisa Nacional de Aborto 2016. *Ciênc. saúde coletiva*, Rio de Janeiro, v. 22, n. 2, p. 653-660, fev. 2017. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232017000200653&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 04 fev. 2019. <http://dx.doi.org/10.1590/1413-81232017222.23812016>.
- FRY, H. **Hello World: How to be Human in the Age of the Machine**. Nova York: W. W. Norton & Company, 2018.
- GRILLO, C et al. A Primavera das Mulheres. **Revista Época**, 07 nov. 2015. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/vida/noticia/2015/11/primavera-das-mulheres.html>>. Acesso em: 04 abr. 2018.
- HENRIQUE, Z.M. Parra; Alexandre Hannud Abdo. **Tendências democráticas e autoritárias, arquiteturas distribuídas e centralizadas**. In: Organizadores. *Democracia Digital*, 2016.

- HUMAN RIGHTS WATCH. **Relatório Mundial 2018**. Disponível em: <<https://www.hrw.org/pt/world-report/2018/country-chapters/313303>>. Acesso em: 04 fev. 2019.
- ILLING, SEAN. How algorithms are controlling your life. **Vox**, 01 out. 2018. Disponível em: <<https://www.vox.com/technology/2018/10/1/17882340/how-algorithms-control-your-life-hannah-fry>>. Acesso em: 14 nov. 2018.
- INSTITUTO DE BIOÉTICA – ANIS. Disponível em: <www.anis.org.br>. Acesso em: 01 fev. 2019.
- KELLNER, D. **A cultura da Mídia**. Bauru: EDUSC, 2001.
- KERCKHOVE, D. E-motividade: o impacto social da internet como um sistema límbico. **Revista Matrizes**, v.9, nº1, p. 53-65, 2015. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/100673>>. Acesso em: 03 nov. 2017.
- LEMONS, A.; LÉVY, P. **O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária**. 2 ed. São Paulo: Paulus, 2010.
- LINHARES, J. Bela, recatada e do lar. **Revista Veja**, 18 abr. 2016. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar/>>. Acesso em: 04 nov. 2017.
- LINS, L. Campanha #meuamigosecreto vira livro. **Diário de Pernambuco**, 18 abr. 2016. Disponível em: <http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/viver/2016/04/18/internas_viver,639598/campanha-meuamigosecreto-vira-livro-o-primeiro-de-colecao-dedicada-a.shtml>. Acesso em: 05 nov. 2018.
- LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. E-book. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.
- MACHADO, L. Z. O aborto como direito e o aborto como crime: o retrocesso neoconservador. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 50, e17504, jul. 2017. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332017000200305&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 29 out. 2017. Epub jul. 2017. <http://dx.doi.org/10.1590/18094449201700500004>.
- MOREIRA, I. 20 Relatos da hashtag #meuamigosecreto que precisam ser lidos. **Revista Galileu**, 25 nov. 2015. Disponível em: <<http://revistagalileu.globo.com/blogs/buzz/noticia/2015/11/20-relatos-da-hashtag-meuamigosecreto-que-precisam-ser-lidos.html>>. Acesso em: 04 nov. 2018.
- NÓS MULHERES DA PERIFERIA. Disponível em: <<http://nosmulheresdaperiferia.com.br/>>. Acesso em: 11 fev. 2019.
- OLIVEIRA, R. S.; PINTO, R. G. Mães de suas decisões: O papel do ciberfeminismo no empoderamento da mulher e na reivindicação de direitos relativos ao parto a partir do acesso à informação. **Revista do Mestrado em Direito (RVMD)**, Brasília, v.10, nº2, p. 378-405, jul.-dez. 2016. Disponível: <<https://portalrevistas.ucb.br/index.php/rvmd/article/view/7660/4789>>. Acesso em: 14 jan. 2019.
- OLIVEIRA, T. Retaliar o feminismo é vital para quem ocupa hoje o poder. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/diversidade/retaliar-o-feminismo-e-vital-para-quem-ocupa-hoje-o-poder>>. Acesso em: 30 out. 2017.
- PRIMAVERA DAS MULHERES. Direção: Antonia Pellegrino, Isabel Nascimento e Silva. São Paulo: Doce Fúria, 2017. Documentário. Trailer disponível em: <<https://www.canalmeio.com.br/2017/10/17/trailer-primavera-das-mulheres/>>. Acesso em: 09 set. 2018.
- SANTOS, F. O ciberativismo como ferramenta de grandes mobilizações humanas: das revoltas do Oriente Médio às ações pacíficas do Greenpeace no Brasil. **Revista Anagrama: Revista Científica**

Interdisciplinar da Graduação. Ano 5, Edição1, 2011. Disponível em:
<http://www.usp.br/anagrama/AnheSantos_ciberativismo.pdf>. Acesso em: 03 nov. 2017.

SILVA, DA P. S.; SAMPAIO, C. R.; BRAGATTO, C. R. Concepções, debates e desafios da democracia digital. In: SILVA, DA P. S.; BRAGATTO, C. R. **Democracia digital, comunicação política e redes: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Folio Digital: Letra e Imagem, 2016.

SODRÉ, M. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. São Paulo: Editora Vozes, 2006.

_____. **Reinventando @ cultura: A comunicação e seus produtos**. São Paulo: Editora Vozes, 2010.

SOUZA, M. Minas Hackers. **UOL**, 18 jan. 2019. Disponível em:
<<https://tecnologia.uol.com.br/reportagens-especiais/minas-hackers/index.htm#construindo-pontes?cmpid=copiaecola>>. Acesso em: 07 fev. 2019.

STUART, H. A centralidade da cultura. **Educação e Realidade**, v. 22, n. 2, jul. /dez., 1997, p. 15-46.

TELES, A. A. M. **Breve história do feminismo no Brasil**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1999.

THINK OLGA. Disponível em: <<https://www.thinkolga.com>>. Acesso em: 04 dez. 2018.

THOMPSON, B. J. **Ideologia e Cultura Moderna**. 9ª edição. Petrópolis: Editora Vozes, 2011.

ZAFRA, R. Ciberfeminismo: bases y propuestas em um mundo global. **Mujer y Cultura Visual**, 2004, p. 1-6. Disponível em: <http://www.2-red.net/mcv/pensamiento/tx/text_rz3.html> . Acesso em: 14 jan. 2019.

WEBSHOPPERS, 38ª EDIÇÃO, **Ebit**, 2018. <Disponível em:
http://www.fecomercio.com.br/public/upload/editor/ws38_vfinal.pdf>. Acesso em: 24 jan. 2018.

Anexo A. História 1 na íntegra da campanha #euvoucontar do Instituto de Bioética (Anis).



Anis - Instituto de Bioética

29 de setembro · 🌐

...

[#euvoucontar, história 1]

"Eu nunca me senti à vontade para falar a respeito. Nem na terapia. A minha memória falha, a garganta chega a doer só de pensar no assunto. Eu tinha 15 anos quando fiz o aborto, hoje tenho 35. Foram 20 anos em silêncio.

Eu tinha um namorado, e percebi que algo estava errado quando a menstruação atrasou. Fiz o teste de farmácia e deu positivo. Não acreditei. Fui sozinha no posto de saúde e pedi um exame de urina. Novamente positivo. Como eu era adolescente, a enfermeira me chamou para falar do resultado. Foi naquele momento que senti o impacto. Ela falava de banco de leite e do pré-natal. Eu achei que iria desmaiar. Eu nunca senti isso.

Sai dali e falei com o meu namorado, que também não sabia o que fazer. Ele falou com um amigo que conhecia alguém numa farmácia, foi lá que conseguimos comprar o citotec. Eu me lembro que era caríssimo na época e eu tive que arranjar dinheiro de formas que eu nunca tinha feito antes: roubei em casa e vendi coisas pessoais.

Eu sempre fui uma boa filha, nunca havia sido desonesta com minha família. Era muito difícil esconder aquilo tudo dos meus pais. Foi horrível. Era como ter um peso enorme para resolver e não poder contar para as pessoas que mais me amavam e confiavam em mim. Eu nunca tive problemas para falar com eles, mas eu tinha que disfarçar minha angústia. Conseguimos juntar o dinheiro, dei para o meu namorado, e entregaram o remédio.

Eu fiz como mandaram, acho que foram dois na vagina e dois orais. Não me lembro bem. Horas depois comecei a ter um sangramento intenso e muita dor. Entrei no chuveiro para acalmar a dor. Eu estava sozinha, tinha que conter o choro. Meu pai estava em casa e acordou, começou a bater na porta. Falei que era uma cólica forte, ele insistia em me levar ao hospital. Eu disse que não, e passei dias sangrando, disfarçava com vários absorventes. Eu recolhia o lixo do banheiro sem que ninguém percebesse.

Meus pais notaram que eu estava diferente e deram falta do dinheiro. Eles acharam que eu estava usando drogas. Um dia, meu pai me colocou contra a parede, queria saber o que acontecia. Pedi que eu mostrasse os braços para ver se tinha picadas. Eu não aguentei e falei a verdade. Você não sabe o quanto me dói lembrar a cara dele quando ouviu a verdade. Ele saiu do quarto e pediu um tempo para pensar. Minha mãe voltou, me acalmou e contou a história dela. Ela tinha feito um aborto de meu pai quando eles namoravam. Nunca mais falamos a respeito, e eu agradeço os pais que tenho.

Hoje eu tenho uma ponta de orgulho por ter resolvido e não comprometido meu futuro. Eu não me arrepenho, mas o silêncio me oprime, por isso resolvi contar minha história. Eu não quero que mais nenhuma mulher sinta o que eu passei. Eu quero ajudar, como eu puder. Nem que seja contando pela primeira vez a minha história".

Acesse: eu-vou-contar.tumblr.com

Apêndice A. Entrevista com o Instituto de Bioética.

O Instituto Anis de Bioética se denomina como feminista, suas ações são voltadas para a pesquisa e o ensino, com temática dos direitos humanos e igualdade de gênero. Possuem um site, perfil no Facebook e no Instagram, um canal YouTube, vocês também se consideram ciberfeministas? Por que?

Sim, nos vemos como uma organização também ciberfeminista, embora tenhamos apenas recentemente começado a ocupar o espaço das redes. Entendemos que as novas tecnologias podem ser ferramentas importantes e fortes aliadas para os movimentos feministas. Para nós, esse tem sido um espaço para difundir nossos debates, discutir temas sensíveis sobre direitos das mulheres apresentando informações e dados confiáveis a um número muito maior de pessoas, mobilizando mulheres de diversos lugares. Isso é algo bastante relevante para o trabalho de organizações com o perfil da Anis.

A ONG Anis foi criada em 1999, em que ano o Instituto resolveu criar perfis nas redes sociais? Entrar no ciberespaço trouxe algum benefício? Quais?

Em 2015 começamos um projeto de comunicação voltado para produção de conteúdo em redes sociais. A partir dessa entrada nossas pesquisas e os conteúdos produzidos por nós ganharam mais visibilidade e alcançaram um número maior de pessoas, e diferentes tipos de pessoas, o que é algo muito importante para organizações que lidam com debates sobre direitos fundamentais. Além disso, conseguimos também dar novos formatos aos debates com os quais sempre trabalhamos, levando esses temas a outros espaços que não apenas o acadêmico.

Entrar no ciberespaço trouxe mais visibilidade para as ações da ONG, o conteúdo que é produzido conseqüentemente chega para mais pessoas, que concordam e discordam das iniciativas conduzidas pelo instituto. Vocês sofrem algum tipo de violência (verbal ou física, leve, moderada, grave) ou ameaça pelas redes sociais?

Sim, nossas redes são alvos permanentes de discursos de ódio e mensagens agressivas, variando a frequência de acordo com o contexto político ou com a visibilidade que ganhamos na mídia. As mensagens se tornam mais recorrentes, sobretudo, naquelas postagens que trazem discussões sobre a defesa dos direitos sexuais e reprodutivos das mulheres. O episódio mais grave, até o momento, que tem origem nas redes, foram as ameaças dirigidas à professora Debora Diniz, fundadora e pesquisadora da Anis, no ano passado. Debora teve, inclusive, que ingressar no Programa de Proteção aos Defensores de Direitos Humanos do governo federal.

A Débora Diniz, uma das fundadoras da ONG Anis, venceu o prêmio Cláudia de 2018 na categoria Políticas Públicas, mas não pode comparecer para recebê-lo, já que está em proteção por receber ameaças de morte. A campanha #EuVouContar começou em setembro de 2017 em um contexto político no Brasil de maior conservadorismo. Vocês acham que essa campanha ajudou a ganhar o prêmio e ao aumento das ameaças?

Sem dúvida, a campanha trouxe bastante visibilidade para a atuação da Anis e, particularmente, da professora Debora Diniz na proteção dos direitos e da saúde sexual e reprodutiva das mulheres nas redes, mas mesmo antes do #EuVouContar existiram outras ocasiões de ameaças à Debora, especialmente na época da ação sobre anencefalia. Portanto, essas ameaças são anteriores e vem pelo estigma em torno do histórico de trabalho dela. No último ano, em especial, acreditamos que o aumento das ameaças se deveu principalmente à convocação de audiências públicas pela ministra Rosa Weber, para discutir a ADPF 442, ação que pede pela descriminalização do aborto até a 12ª semana de gestação, e mais ainda, à participação da professora Debora Diniz na audiência.

Como surgiu a ideia da campanha #EuVouContar? Qual o seu principal objetivo?

#EuVouContar é uma campanha iniciada para ouvir e contar histórias de aborto. A ideia surgiu da certeza de que ouvir e contar essas histórias é uma forma de cuidado entre mulheres e é também um ato de resistência frente a perversidade da criminalização do aborto, uma maneira de contribuir para romper com o medo e o estigma, e no lugar disso, oferecer solidariedade e cuidado às mulheres. Quisemos mostrar para um público mais amplo que essas histórias, são histórias concretas de mulheres comuns e reais, mulheres de todas as classes sociais, religiões, idades e regiões, mulheres que poderiam ser da sua família, trabalho, igreja ou comunidade de fé, uma em cada cinco mulheres abortam até os 40 anos segundo a Pesquisa Nacional do Aborto. E ao final trazer a provocação: essa mulher merece ir para cadeia?

São 52 histórias, vocês receberam mais do que isso? Quais foram os critérios para selecionar as histórias?

Sim, recebemos mais histórias. Selecionamos histórias ocorridas há mais de 8 anos, esse foi um critério bem claro para garantir a segurança das mulheres, já que esse é o tempo de prescrição do crime. Buscamos mostrar histórias com mulheres de diferentes idades, regiões, em fases diferentes da vida, com filhos, sem filhos, que fizeram uso de métodos distintos, que viveram e entenderam esse momento de maneiras diferentes. A intenção foi a de trazer um panorama mais amplo do que são as experiências de aborto no Brasil, e também, mostrar que cada história é tão singular, que somente cada mulher em sua individualidade tem condições de dizer se pode ou não seguir adiante com uma gestação, ter um filho, em determinado momento da vida.

Durante a campanha o Facebook anunciou em janeiro em 2018 que faria uma mudança no algoritmo. Os posts de amigos e familiares foram priorizados em detrimento de posts de páginas. Houve alguma diferença no alcance e tráfego da campanha no Facebook depois dessa mudança?

Sim, sem dúvida a mudança no algoritmo do Facebook alterou de maneira significativa o alcance dos vídeos da campanha nessa rede.

Quais são as principais dificuldades de manter uma campanha no ciberespaço?

Pensar estratégias para impulsionar o alcance dos conteúdos é um desafio importante. Principalmente para organizações com o perfil como o nosso que não se iniciam nesse contexto da hiperconectividade.

De que maneira vocês se organizaram para a campanha?

*

No espaço da internet também há uma grande gama de anúncios e marcas, que fazem uso de estratégias de marketing digital para impulsionar conteúdo e compartilhamento entre os usuários. Vocês também adotaram estratégias de marketing digital na campanha?

Nós realizamos sorteios das impressões das ilustrações que representam cada história e aparecem como plano de fundo de cada vídeo. Isso foi, na verdade, uma estratégia de engajamento para fazer com que as pessoas organicamente fizessem a divulgação do conteúdo com outras pessoas que elas achassem que poderiam se interessar ou pensar mais sobre o tema.

Uma das críticas ao ciberfeminismo é a falta de revisitação histórica ao Movimento Feminista para aprender com as lições do passado. Vocês de alguma maneira fazem esse tipo de revisitação quando pensam em estratégias de comunicação para a internet? Sentem essa necessidade de pensar quais foram os erros do movimento no passado e quais seriam as novas modulações do movimento dentro de uma cultura tecnológica?

Sim, com toda a certeza conhecer a história do movimento feminista é algo fundamental para entendermos onde estamos no presente. A Anis é uma organização que existe há 20 anos e que não surge na época das redes sociais, nossa atuação é de certa forma uma atuação transgeracional, o que é

bastante interessante quando pensamos em formas de ocupar também esse espaço. É importante percebermos que existe hoje uma nova maneira de participação e entrada política que passa por essa articulação nas redes, é fundamental que os movimentos de mulheres avancem também nesse movimento aliando passado e presente.

Há algum tipo de formulações de postura e crítica política que devem ser adotadas pela ONG na rede cibernética?

Sempre prezamos pela confiabilidade não só do que produzimos, obviamente, mas também daquilo o que replicamos, e essa é uma postura que sempre tivemos, mesmo antes das polêmicas de *fake news* e campanhas de desinformação. Até por sermos uma organização de pesquisa, temos essa preocupação com a confiabilidade dos dados e com produção de dados. Então, não replicamos qualquer coisa, apenas o que conhecemos, e quando conhecemos a metodologia de como foram coletados aqueles dados para atestar que são dados confiáveis. Nesse contexto político em que vivemos pensar nisso é cada vez mais importante.

Quantas pessoas ao total trabalham na ONG? A maioria tem que idade? Possuem outro tipo de função, além do trabalho dentro da instituição?

*17

Como vocês se organizam dentro da ONG? Quais são as funções de cada membro? Vocês adotam algum tipo de modelo horizontal?

*

¹⁷ As perguntas com * asterisco não foram respondidas pela Instituição Anis para preservar a identidade e funcionamento da organização que no contexto atual passa por ameaças.