

AS REDES SOCIAIS COMO INSTRUMENTO DE APOIO E EMPODERAMENTO

Vera Vieira*

Comunicação e Feminismo - as possibilidades da era digital é o título de minha tese de Doutorado, defendida em 2012, na USP/ECA, que foi objeto de pesquisa-ação junto a lideranças de ONGs feministas, universo em que atuo há mais de vinte anos. A tese considera que as Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) — que têm na internet a sua maior expressão — não são um fim, mas um instrumento para a transformação social.

Com a revolução das TIC, o avanço do trabalho pela equidade das relações sociais de gênero depara-se com o desafio da mudança de mentalidade. Concomitantemente com a revolução tecnológica, ocorrem as revoluções do aprendizado e da expressão pessoal e interpessoal, acarretando outras formas de representação da mulher em função das novas dinâmicas comunicacionais.

É por meio de ações educacionais que se vislumbra um caminho de reformulação da agenda feminista, com novas estratégias de intervenção política e de atuação. Nas lutas pela emancipação da mulher, a mídia tem exercido uma função importante, prestando um papel incontestável nessa trajetória que vai dos meios impressos, passando pelos analógicos até os digitais, seja no cenário nacional ou internacional.

Essa intervenção transformadora caminha na contracorrente da linguagem estereotipada, seja escrita ou imagética, que reforça o sexismo e outras discriminações. Interligar as TIC com as questões de gênero significa conscientizar-se de sua influência em todos os âmbitos da vida das pessoas. Um novo tempo, um novo espaço, as coisas fora do lugar, com a moldagem da sociedade pelas TIC em todos os campos: técnico, político, econômico e sociocultural.

O feminismo e a comunicação caminham lado a lado, colocando-se como um trajeto inegável e necessário para o avanço da luta pela equidade das relações de gênero. Gênero é uma construção social, que vem sendo culturalmente aceita e historicamente mantida, há milênios. São relações assimétricas que colocam a mulher em condição de inferioridade ao homem, com sérias consequências para toda a sociedade. Vejam algumas estatísticas:

→ a cada 10 segundos uma mulher é agredida;

→ a cada 11 minutos uma mulher é estuprada;

- a cada 2h30 ocorre um estupro coletivo;
- o Brasil é o quinto país do mundo com o maior número de feminicídio;
- o Brasil é campeão do mundo em assassinato de transgêneros;
- o país é uma rota de origem, destino e movimento de pessoas traficadas, sendo que 83% das vítimas são exploradas sexualmente;
- 40% das mulheres são chefes de família;
- as mulheres ganham em média 30% menos do que os homens na mesma função, mesmo com maior número de anos de estudo.

O estigma do termo feminismo e a contribuição das redes sociais

Feminismo é um movimento social e político que busca igualdade de direitos entre homens e mulheres. Até há bem pouco tempo, o termo era estigmatizado, sendo sinônimo de movimento seguido por “mulheres mal-amadas, que não gostam de homem e queimam sutiã em praça pública”. Trata-se de uma forma de desqualificar as feministas (e as mulheres, em geral), para manter os privilégios do machismo – comportamento que coloca o homem em condições de superioridade à mulher.

As redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, WhatsApp...) possibilitam o encontro de mulheres para falar sobre a opressão de gênero: assédios nas ruas, estupros, situações de desvalorização no mercado de trabalho, violência doméstica, etc.

As novas mídias são uma revolução tecnológica que traz consigo uma revolução do aprendizado e das relações pessoais e interpessoais. Com isso, está havendo uma reconfiguração da representação dos papéis da mulher no mundo por meios de novas narrativas. É possível criar novas representações de nós mesmas, com nossas próprias palavras, vozes e imagens.

Campanhas nas redes sociais aumentam em 40% as denúncias no 180

#primeiro assédio

Depois que homens adultos postaram comentários de cunho sexual a uma garota de 12 anos que participou do MasterChef Junior, em 2015, milhares de mulheres passaram a relatar o primeiro assédio sofrido, muitas vezes, envolvendo estupro, pedofilia, constrangimentos.

#ChegaDeFiuFiu (iniciada pela ONG Think Olga)

Campanha contra o assédio sexual em espaços públicos

#MeuAmigoSecreto (criação espontânea)

Expõe “brincadeiras” machistas que passam despercebidas.

#vamosfazerumescandalo (criada pela vlogger Jout Jout)

Em um vídeo, Julia Tolezano, a Jout Jout, afirma que as mulheres não podem se submeter à cultura do estupro e que devem denunciar situações de assédio (principalmente nos transportes coletivos). Pouco tempo depois, a página dela no Facebook foi retirada do ar após denúncias à rede social, vindas de supostos grupos que discordam das suas opiniões. A página foi reestabelecida dois dias depois. O Facebook se desculpou e afirmou que ela foi removida “por um erro de avaliação de uma denúncia”.

#vaitershortinhosim

Foi criada por alunas de colégio no Rio Grande do Sul para protestar contra a proibição do uso de shorts nas dependências da escola. Adolescentes alegaram que a justificativa apresentada por inspetores é de que a roupa poderia “distrair meninos e professores”. Em petição online, elas pediram o fim do “machismo, da objetificação e sexualização dos corpos das alunas” por parte da instituição.

#vamosjuntas

Projeto foi criado no Rio Grande do Sul pela jornalista Babi Souza, que lançou uma página no Facebook para encorajar a união de desconhecidas contra a insegurança das ruas e do transporte público. A ideia é que mulheres dividam o percurso sempre que se sintam ameaçadas, ajudando quem possa estar na mesma situação.

#HeForShe

Termo originado da campanha da Organização das Nações Unidas (ONU), que visa criar consciência entre os homens a não repetirem e perpetuarem comportamentos machistas e se envolverem na resolução das desigualdades que atingem as mulheres. A ação é endossada pela atriz e embaixadora da boa vontade da agência ONU Mulheres Emma Watson, que fez discurso no lançamento da campanha. Após se pronunciar, ela foi ameaçada a ter fotos nuas vazadas na internet, fato que nunca se concretizou. A USP também fez parceria com a ONU para levar o programa à universidade.

#askhermore

A campanha foi criada pelo “The Representation Project”, com o objetivo de incentivar que entrevistas com as atrizes de Hollywood tivessem perguntas mais inteligentes, além de apenas aparência e moda. A hashtag cresceu durante o Oscar de 2015, quando várias

estrelas afirmaram que gostariam de ser questionadas sobre seu trabalho, e não só sobre o que estão vestindo.

As contracampanhas nas redes sociais

Por um lado, as redes sociais abriram um espaço importante para a reafirmação do discurso e do ativismo feminista, principalmente por parte das mulheres jovens. Por outro, cresceram os ataques provenientes de grupos misóginos e machistas.

Tais grupos circulam acusações às *feminazis**, buscando frear as expressões do ativismo e bloquear contas.

Expressão pejorativa utilizada para descrever “pessoas extremas ou radicais que lutam pela superioridade das mulheres” (sic).

As mulheres têm se preparado no sentido do cuidado e colaboração coletiva, para fazer frente a tais violências, com denúncias e solicitações de desativação.

* *merdalheres* e *bucetocard* também são expressões usadas

O jogo de forças nas redes sociais

Há diversos materiais de estudos para essa nova ideologia misógina e machista, incluindo estratégias de aumento do número de adeptos(as) no Brasil, até a maneira de agir das mulheres e a suposta inconstitucionalidade da lei Maria da Penha. É hora de desmascarar os micromachismos, que, cotidianamente e com um discurso que aparenta pouca agressividade, buscam frear o avanço das mulheres e a consolidação do cumprimento de seus direitos em sociedade.

Também é preciso enfrentar as novas expressões de misoginia que agredem psicológica e emocionalmente às mulheres, tanto de maneira individual como as expressões coletivas de um modelo de dominação patriarcal que deve ser erradicado.

A era da pós verdade [neologismo que descreve a situação na qual, na hora de criar e modelar a opinião pública, os fatos objetivos têm menos influência que os apelos às emoções e às crenças pessoais] precisa responder com as certezas que alicerçam o movimento feminista atual, para terminar com as falsidades construídas com base na submissão das mulheres a uma ordem desigual.]

***Vera** Vieira, doutora em comunicação e feminismo pela USP/ECA, é diretora-executiva da Associação Mulheres pela Paz.