

XV Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã / Mídia Cidadã

Tema central:

**Comunicação Cidadã: gênero, raça, diversidade e redes
colaborativas no contexto da pandemia**

22 a 24 de junho de 2021, online

Iniciativa e Realização

Associação Brasileira de Pesquisadores e Comunicadores em Comunicação Popular,
Comunitária e Cidadã - **ABPCom**
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho – **UNESP**
Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design – **FAAC**
Departamento de Comunicação Social – **DCSO**

GRUPOS DE TRABALHO TEMPLATE PARA O TEXTO COMPLETO

**O FEMINISMO ATRAVÉS DO INSTAGRAM: COMO O PERFIL @todasfridasoficial
CONTRIBUI PARA A CONSCIENTIZAÇÃO DA IMPORTÂNCIA DO MOVIMENTO.**¹

Autora: Suzana da Silva Rangel
Universidade Federal Fluminense
Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano

Resumo: Este artigo busca analisar a importância e relevância, do perfil @todasfridasoficial no Instagram, para a construção de debates sobre o feminismo na mídia social. O objetivo é compreender como os conteúdos gerados por este perfil, podem contribuir para reflexão e ao mesmo tempo, como rede de apoio à seguidoras, que estejam em relacionamentos abusivos e/ou sofrendo com algum outro tipo de violência. Pretende-se também, apresentar postagens e comentários de suas seguidoras, que exemplifiquem como as postagens do perfil, despertam a identificação e geram reflexões mediante os temas apresentados. Como metodologia, foi usada a entrevista com a criadora da página (via whatsapp) e a coleta de dados no perfil @todasfridasoficial. Concluiu que as informações obtidas durante a pesquisa, revelam como páginas de conteúdos feministas, fortalecem a representatividade feminina.

Palavras-chave: Feminismo; instagram; seguidoras; representatividade; reflexão.

¹ Trabalho apresentado no GT (3- **Redes Sociais e Ativismo Midiático- CBCC**) da XV Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã 2020-2021, de 22 a 24 de junho de 2021, na modalidade online – realizada ABPCOM – Associação Brasileira de Pesquisadores e Comunicadores em Comunicação Popular, Comunitária e Cidadã e UNESP – Universidade Estadual Paulista / FAAC – Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Departamento de Comunicação.

O FEMINISMO ATRAVÉS DO INSTAGRAM: COMO O PERFIL @todasfridasoficial CONTRIBUI PARA A CONSCIENTIZAÇÃO DA IMPORTÂNCIA DO MOVIMENTO.

Atualmente, discussões sobre feminismo e gênero, retornaram aos noticiários, impulsionado pelas mídias sociais. Elas não só foram importantes ferramentas para dar visibilidade novamente a temática, como também propagaram distorções sobre as finalidades do movimento feminista, e da falaciosa “ideologia de gênero” nas escolas. A desinformação acarreta não só a reprodução errônea dos fatos, como cria um ambiente propício para a manipulação de uma sociedade, altamente moralista e sexista. E é nesse mesmo ambiente hostil, que são eleitos governantes, que se beneficiam de discursos conservadores/religiosos, para propagarem o ódio aos movimentos sociais.

Os movimentos sociais têm sido historicamente ignorados pelos meios de comunicação, e, quando precisam ser mostrados sob o pretexto da neutralidade ou imparcialidade, são criminalizados. No que se refere às mulheres, em termos gerais, a mídia presta escassa atenção para as questões que têm importância específica para elas, como o movimento feminista ou as contribuições feitas por mulheres em várias áreas da sociedade. (SANTOS e MIRANDA, [n.p], 2017)

O reflexo desse pensamento retrógrado, pode ser visto em números, através de “pesquisas nos Estados Unidos e no Reino Unido, onde revelam que menos de uma em cada cinco mulheres se declara feminista” (SCHARFF, 2019). A pesquisa² evidencia que, quanto mais baixa a classe social dessas mulheres, menos elas se identificam com o termo. Existe até um reconhecimento aos princípios do feminismo, o que elas rejeitam é a palavra em si. A pesquisa ainda mostra que, mulheres latinas são as que menos se identificam com o feminismo (apenas 12% que se consideram feministas), atrás de mulheres negras (21%), asiáticas (23%) e brancas (26%).

A hipótese levantada na pesquisa é que, essa rejeição em se assumir feminista, venha da forma estereotipada como elas são retratadas: “feministas não usam maquiagem, não se depilam e odeiam homens” são uns dos mais recorrentes esteriótipos declarados pelas entrevistadas. Frequentemente, ouvimos piadas e vimos imagens de mulheres semi-nuas em atos (sendo contra a opressão da Igreja ou contra os próprios governantes) massivamente veiculada pela mídia e associadas, de forma pejorativa, ao feminismo. Uma das sugestões oferecidas para o combate dessa visão esteriótipada, seria a de “tornar o movimento mais inclusivo” afim de que, mulheres se sintam pertencentes a ele para “resultar em um tipo de feminismo mais aberto às experiências e preocupações de grupos mais diversos de mulheres” (SUDRÉ, c.2014).

Sendo assim, para o movimento ser inclusivo, ele necessita pensar nas classes mais baixas e na pluralidade de identidade de gênero. Mulheres bissexuais, transexuais, transgeneras, travestis e lésbicas, necessitam ser representadas assim como, as moradoras de comunidades. O feminismo

²<https://www.bbc.com/portuguese/geral47283014#:~:text=No%20entanto%2C%20as%20pessoas%20n%C3%A3o,mac hismo%20ainda%20%C3%A9%20um%20problema>

precisa acolher todas, para que seja aceito pelas mesmas. Construir a ideia do feminismo em mulheres é um exercício pedagógico, que requer afetividade, atenção e tempo, mas que se não for feito, continuaremos assistindo mulheres, também reproduzindo falas machistas, e reféns do patriarcado.

O feminismo nas mídias sociais

A expansão das mídias sociais, tem oportunizado também mulheres mais jovens, a terem seu “primeiro contato” com o feminismo. São nesses espaços, que grupos são criados “com mais de 20 mil mulheres, nos quais os temas e as discussões são mais amplas, com posts que variam de conselhos amorosos, até denúncias de assédio”(EFRAIM,[s.d]). Fica evidente como a adesão ao movimento tem crescido, e isso se dá muito pelo fato da velocidade que a internet tem em “disseminar ideologias e fortalecer a luta feminista” (EFRAIM, [s.d]).

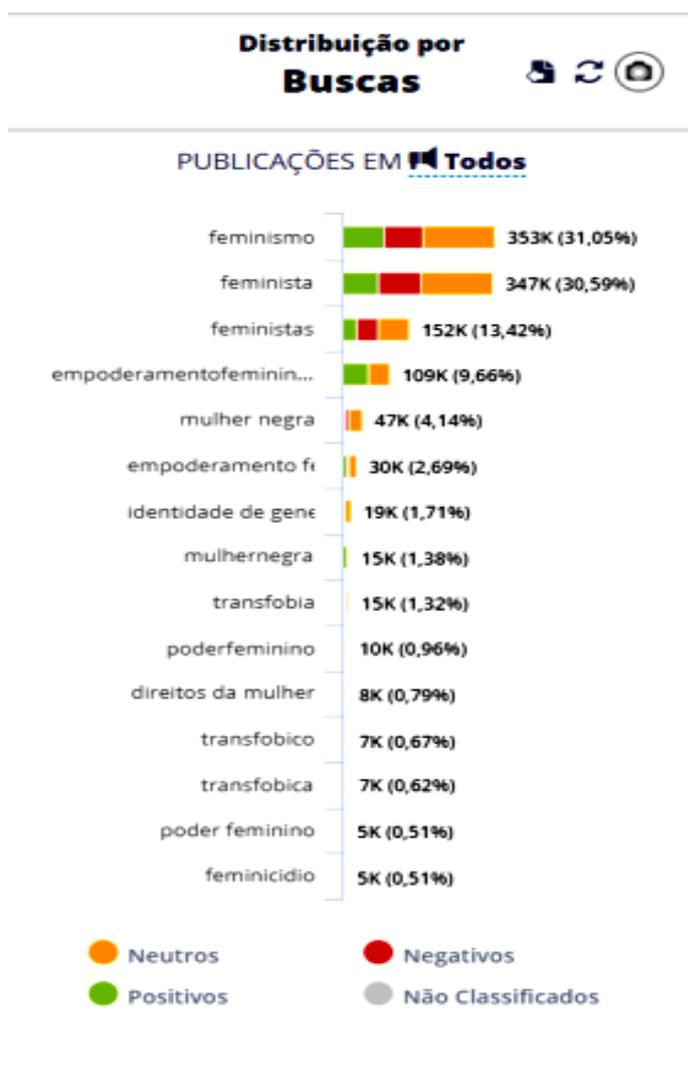
As redes são facilitadoras, na realidade, de um processo de longa data. A luta pelo empoderamento da mulher não vem de hoje, mas está, sim cada dia mais latente com a ajuda desse amplo debate que tem se aberto com a ajuda do Facebook, do You Tube, do Twitter etc. Essas ferramentas servem para que a mulher tenha coragem de falar, de se expor, de conquistar o espaço que já lhe pertence e que está sendo consistentemente negado pelo machismo” (CAPELAS, apud, EFRAIM, s.d)

Em pesquisa realizada por CRUZ (2019), no período de 1 de janeiro a 30 de junho de 2018, foi analisada uma amostra total de 1.054.920 publicações feitas por um total de 506.543 usuários. O objetivo era analisar como a temática feminista é abordada pelas redes sociais. Segundo CRUZ (2019, p. 13).

É possível notar que o termo feminismo concentra o maior volume de menções coletadas, representando 31% da amostra; seguido pela palavra feminista, com 30,5%. Outros termos do contexto também foram inseridos, mas representaram uma presença muito menor nas publicações, como é o caso de ‘direitos da mulher’, com 0,8% de publicações, e feminicídio, com 0,5%.

Abaixo, o gráfico apresentado por CRUZ (2019, p.13) representando a distribuição da presença das palavras dentro das publicações coletadas.

Figura 1- Printscreen do gráfico “Distribuição dos termos de busca”



Fonte: Cruz, Ana Paula (2019)

Notamos aqui, como o tema tem sido muito recorrente nos sites de busca.

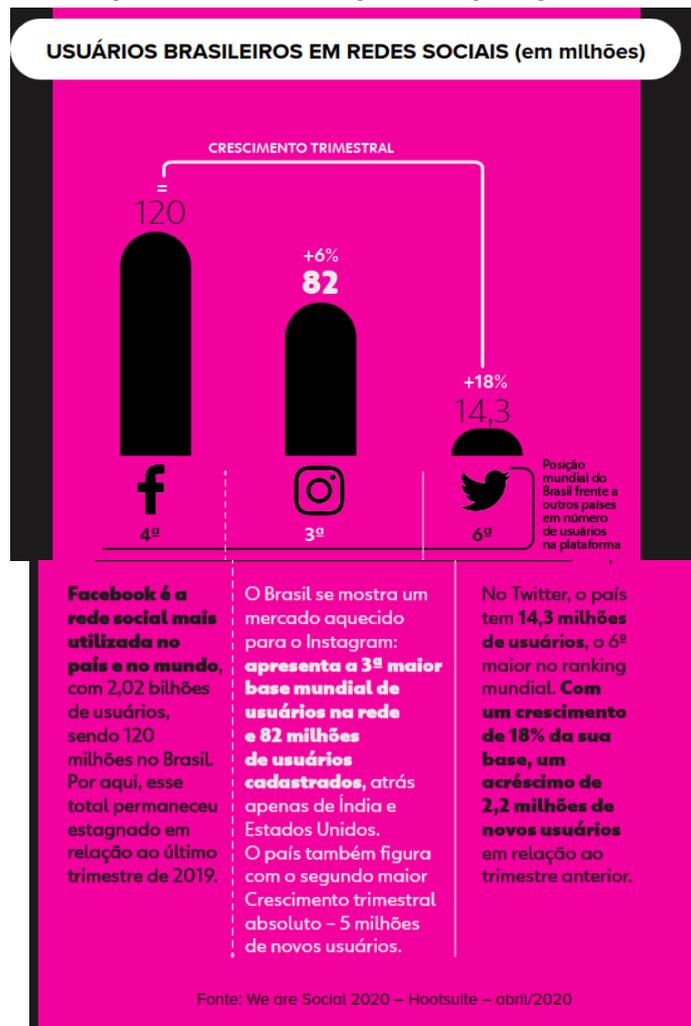
#Ficaemcasa e o aumento do consumo do Instagram

Ao longo do ano de 2020, o mundo necessitou “parar” devido a Pandemia causada pelo Covid-19. A Pandemia exigiu que mudanças de hábitos e rotinas fossem feitas, para evitar a propagação do vírus, que ainda naquele momento, não existia uma vacina. A hashtag #ficaemcasa foi amplamente compartilhada pelos usuários brasileiros das redes sociais, após o anúncio da OMS (Organização Mundial da Saúde) de que o isolamento social seria a forma mais segura, para evitar a contaminação naquele período. Permanecendo mais em suas casas, os brasileiros viram nas redes sociais, uma das poucas formas de se obter entretenimento, socialização e até informação. Em 2020,

saiu uma pesquisa³, onde sinaliza que mais da metade dos brasileiros estão nas redes sociais e que o Instagram “deve ultrapassar o Twitter em uso de consumo para notícias no mundo até o próximo ano; no Brasil a situação já acontece”

Ainda segundo o site, são 140 milhões de brasileiros que acessam as redes sociais, representando um aumento de 11 milhões entre abril de 2019 e janeiro de 2020. Com a Pandemia, 58% dos brasileiros afirmaram que aumentaram o tempo de consumo nas redes sociais.

Figura 2- Printscreen do gráfico do gente.globo.com



Fonte: We are Social (2020)

O sucesso do Instagram em 2020, durante a Pandemia no Brasil, também foi potencializado pelas inúmeras lives com shows de artistas brasileiros. Com o isolamento social em vigor, cantores nacionais viram alí a possibilidade de retornarem aos holofotes, chamando a atenção da mídia e lucrarem através de seus patrocinadores. A estratégia foi um acerto! “8 das 10 lives mais vistas em 2020 são brasileiras” e coube a cantora Marília Mendonça, o título de live com maior visualização, 3,31 milhões de acessos.

³ [https://gente.globo.com/pandemia-e-o-consumo-de-noticias-nas-redes-sociais/.](https://gente.globo.com/pandemia-e-o-consumo-de-noticias-nas-redes-sociais/)

@todasfridasoficial- o empoderamento como transformação social.

O perfil @todasfridasoficial no Instagram, se define como feminista, pautada na luta “contra opressões do patriarcado, do racismo e do capitalismo”. Criada em 2015, inicialmente no facebook, @todasfridasoficial expandiu também para demais redes como: Twitter, TikTok e um Blog. Com uma marca surpreendente de 775 mil⁴ seguidoras e seguidores (há homens na lista de seguidores) e a página é administrada por Letícia Barros, Antônia Tavares e Bruna Brito.

Figura 3- Printsreen do perfil @todasfridaoficial .



Fonte: Instagram (2021)

Letícia, além de administradora foi também a criadora da página, e no dia 10 de maio de 2021, conversei com a mesma via whatsapp. Nesse dia, Letícia me passou um pouco de suas experiências pessoais e o motivo que a levou à criação da página. A estudante de Licenciatura em Educomunicação - USP, paulista de 23 anos, relatou que, o que a impulsionou para a criação do perfil @todasfridasoficial, foi o término de seu relacionamento tóxico. Letícia enxergava ali, um meio de ajudar outras mulheres: “queria apoiar mulheres que estavam na mesma condição que a minha”, disse. Tamanha é sua preocupação com o tema, que Letícia, juntamente com Antônia, administram minicursos para suas seguidoras, via Google Meet. Letícia pensa em trabalhar mais nessa “questão educativa, sobre o movimento social”, como a própria afirmou e continua: “a gente precisa estudar e aprender mais sobre o movimento, pra entender o que a gente tá buscando, e pelo o quê a gente tá lutando também”, disse.

⁴ Número atualizado em 23/05/2021, às 21:03h, horário de Brasília.

Seguindo esse princípio, no mês de Maio, por exemplo, as administradoras ofertarão dois minicursos, com emissão de certificados e e-books. Letícia será responsável por ministrar dois desses cursos, e Antônia um. As inscrições variam de R\$10,00 a R\$30,00. Os temas dos cursos ofertados, são:

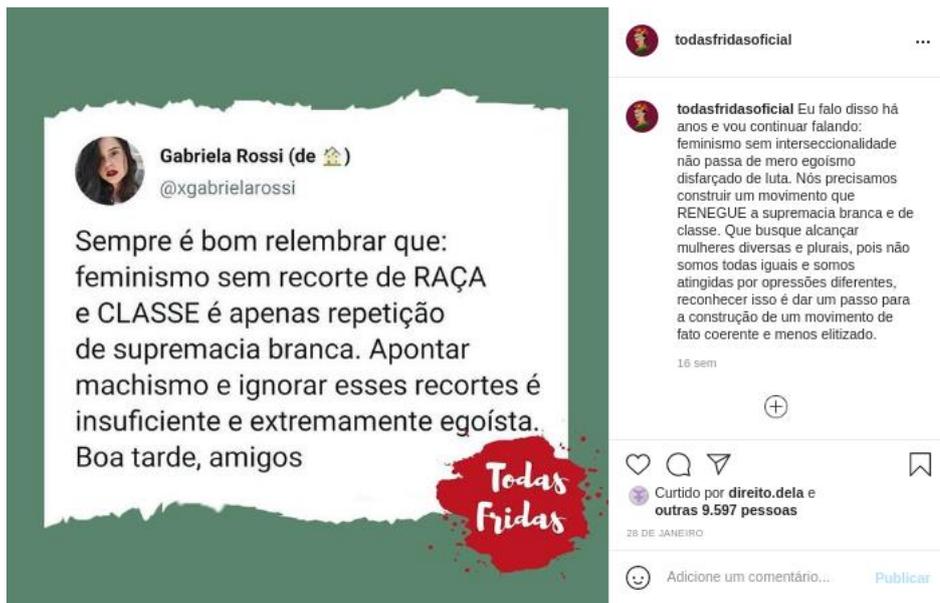
- “Feminismo – do início aos dias atuais”. Segundo a descrição na própria página, o curso terá “uma parte teórica sobre o início do movimento feminista no mundo e no Brasil” . Serão abordadas as ondas e vertentes do feminismo.
- “Divisão sexual do trabalho - uma relação de poder entre homens e mulheres” tem como objetivo: “discutir patriarcado, formação família e sua relação com o capitalismo. Por que ainda hoje a sociedade idealiza o casamento e maternidade como ápice da felicidade feminina? Por que apesar de sermos maioria na graduação e pós graduação ainda ganhamos menos que os homens? Por que ser mãe e ocupar o mercado de trabalho é angustiante? A divisão sexual do trabalho pode responder essas questões.”
- Já em junho, será ofertado o Feminismo- Parte 2, “ sobre o movimento feminista na América Latina”, com foco no: “Ecofeminismo, Movimento de mulheres indígenas, Feminismo Decolonial e Feminismo e mulheres com deficiência”.

Letícia relata que vem recebendo um retorno positivo de suas seguidoras, através dos cursos: “isso tem ampliado muito nosso olhar para outras questões, fez a gente pensar em outras questões que a gente não pensava”, explicou. O @todasfridasoficial conta ainda, com um grupo de colaboradoras (mulheres das mais distintas formações profissionais) que ajudam alimentar essa rede de apoio à mulheres, por muitas vezes, vítimas de relacionamentos abusivos. Com seus textos autorais, as colaboradoras trazem temas à página, como: gordofobia, saúde mental, relacionamentos, questões sociais, questões de raça e classe, cultura e o próprio feminismo.

Em muitos storys, Letícia sugere filmes e livros às seguidoras, que contemplem também essas discussões. Abaixo, podemos ver alguns posts criados na página⁵.

⁵ <https://www.instagram.com/todasfridasoficial/>

Figura 4- Printscreen de uma postagem do perfil de @todasfridasoficial



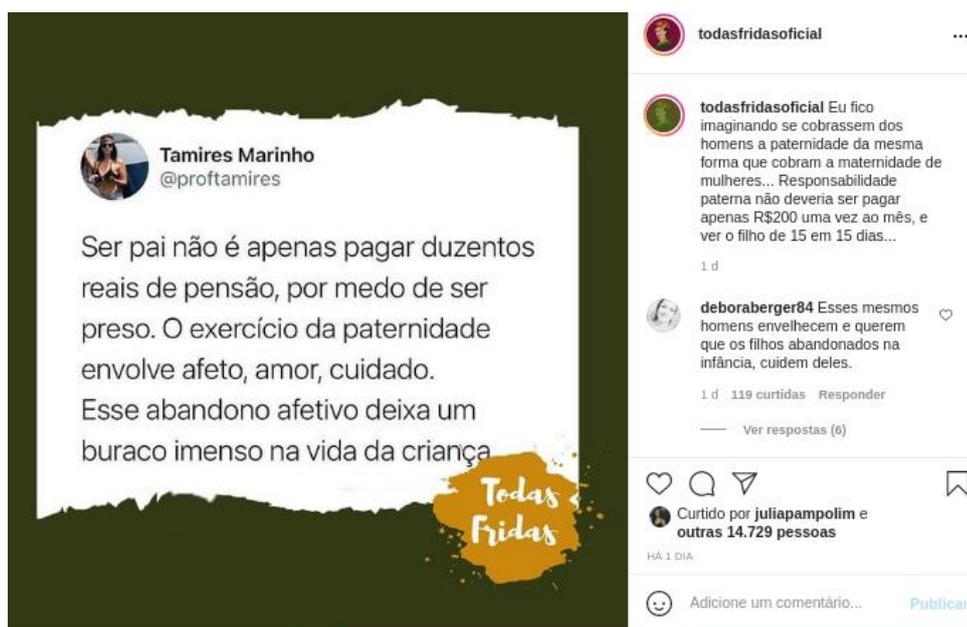
Fonte: Instagram (2021)

Figura 5- Printscreen de uma postagem do perfil de @todasfridasoficial



Fonte: Instagram (2021)

Figura 6- Printscreen de uma postagem do perfil de @todasfridasoficial



Fonte: Instagram (2021)

Figura 7- Printscreen de uma postagem do perfil de @todasfridasoficial



Fonte: Instagram (2021)

A maior parte das postagens, possui um teor crítico que estimula o debate e reflexão em suas seguidoras e seguidores, como também frases motivacionais de empoderamento feminino, sororidade e política. A primeira postagem é datada de 21 de outubro de 2017, com a frase

“Feminismo- ideia radical de que mulheres são pessoas”, seguida também por uma em 24 de outubro de 2017, que ironizava sobre o tabu que ainda existe sobre o uso, ou não, do sutiã. A exaltação da estética perfeita pela sociedade, também é criticada em diversas postagens, como também posts sobre a cultura do estupro, direitos das mulheres, transfobia, aborto, privilégio branco, liberdade sexual, amor próprio, assédio e críticas ao atual Presidente Bolsonaro.

Análise dos comentários:

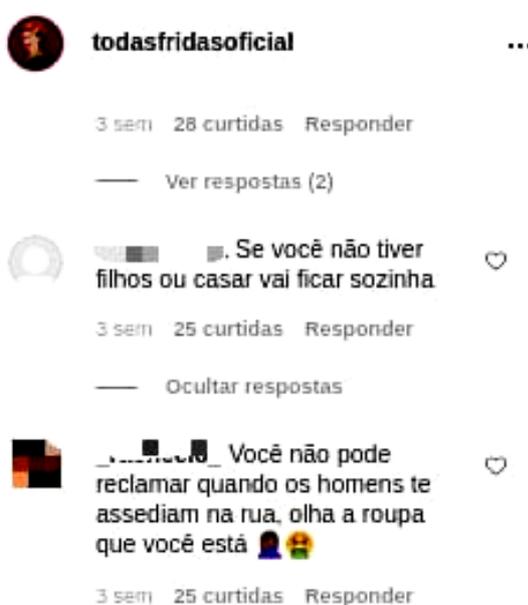
A postagem do dia 27 de abril de 2021, tinha como questionamento: “Qual foi a coisa mais machista que te disseram?”. Esse post recebeu 4.055 comentários de suas seguidoras, ficando exposto ali, como o machismo deixa marcas profundas e latentes.

Figura 8- Printscreen de comentários na postagem de “Qual foi a coisa mais machista que te disseram?”



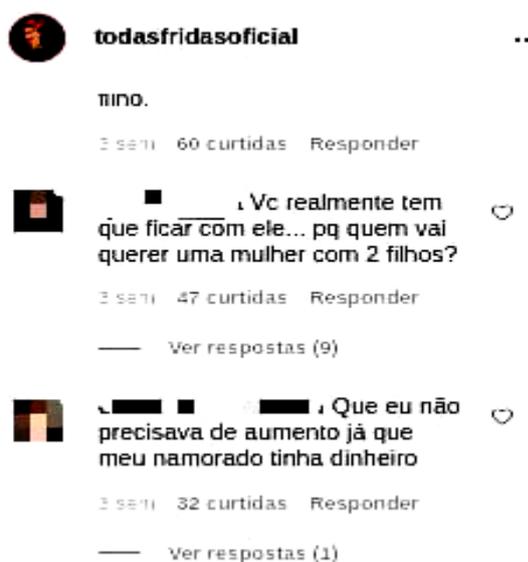
Fonte: Instagram (2021)

Figura 9- Printscreen de comentários na postagem de “Qual foi a coisa mais machista que te disseram?”



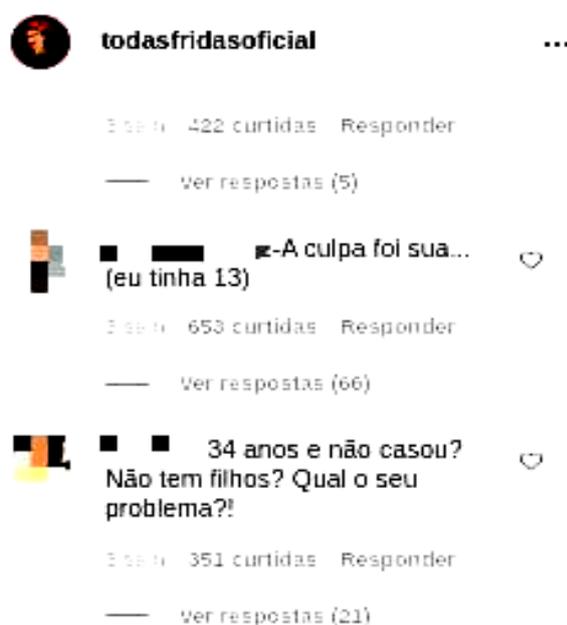
Fonte: Instagram (2021)

Figura 10- Printscreen de comentários na postagem de “Qual foi a coisa mais machista que te disseram?”



Fonte: Instagram (2021)

Figura 11- Printscreen de comentários na postagem de “Qual foi a coisa mais machista que te disseram?”



Fonte: Instagram (2021)

No comentário acima, na figura 11, vemos a culpabilização sofrida pela seguidora. Analisando o perfil @todasfridasoficial, percebemos que esse tipo de comentário não é uma exceção. Letícia afirma que os comentários sobre violência doméstica e sexual que recebem de suas seguidoras, são sempre muito pesados: “Esses relatos sempre deixa a gente aflita, sem poder ajudar essa mulher diretamente”. Ainda assim, vale exaltar como o perfil @todasfridasoficial oportuniza , mudanças de crenças e pensamentos, em muitas seguidoras: “ Os relatos positivos, são sempre muito válidos: ‘eu melhorei muito como pessoa, depois que comecei a seguir sua página, acompanhar seu trabalho’”, relata Letícia, reproduzindo falas de suas seguidoras.

Dessa maneira, vemos como as mídias sociais são também instrumentos de transformação, que no caso das páginas feministas como essa, ficam explícitas através dos depoimentos de suas seguidoras. Ao explicar o motivo do nome da página ‘Todas Fridas’, Letícia diz acreditar que “todas nós temos um histórico de relacionamento abusivo e um relacionamento violento pra contar. O ‘Todas’ é nesse sentido de ‘todas nós já passamos por isso’. E por isso, Todas Fridas!”

Referências bibliográficas:

CRUZ, ANA PAULA. **A Militância Feminista e o Backlash nas Redes Sociais:** Análise de narrativas sobre feminismo nas redes sociais durante o período pré-eleitoral de 2018. Orientador: Prof. Dr. Vinicius Romanini. 2019. 25 f. TCC (Especialização) - Curso Mídia Informação e Cultura, Escola de Comunicações e Artes, Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicações, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2019. Disponível em: http://celacc.eca.usp.br/sites/default/files/media/tcc/ana_paula_cruz.pdf. Acesso em: 22/05/2021.

DOS SANTOS, A. P.; MIRANDA, C.M. **Lute como uma menina:** questões de gênero nas ocupações de São Paulo em 2016. Revista Observatório, v. 3, n. 6. [s.l]. 21 de maio de 2017. Disponível: <https://core.ac.uk/download/pdf/267892224.pdf> . Acesso em: 22/05/2021.

SCHARFF, Christina. **Por que tantas mulheres jovens não se identificam como ‘feministas’.** [s.l] . 19 de fev. de 2019. Disponível: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-47283014#:~:text=No%20entanto%2C%20as%20pessoas%20n%C3%A3o,machismo%20ainda%20%C3%A9%20um%20problema>. Acesso em: 22/05/2021.

SINTONIA COM A SOCIEDADE. **Pandemia e o consumo de notícias nas redes sociais** - Usuários brasileiros são os que mais temem as fake news. Infográfico. 11 de dez. de 2020. Disponível: <https://gente.globo.com/pandemia-e-o-consumo-de-noticias-nas-redes-sociais/>. Acesso em: 22/05/2021.

SUDRÉ, Lu. **Preconceito distorce luta pela igualdade de gênero.** [s.l]; c. 2014. Disponível: <https://www.unifesp.br/noticias-antiores/item/2222-preconceito-distorce-luta-pela-igualdade-de-genero>. Acesso em: 22/05/2021.