

## Comunicação e estratégias de mobilização social empregadas na #ExposedCG<sup>1</sup>

Ariadna Thalia Zortéa BRAZ<sup>2</sup>

Katarini Giroldo MIGUEL<sup>3</sup>

Universidade de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MS

### RESUMO

Partimos do pressuposto que as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) reconfiguram a prática ativista feminista e contribuem para a geração de movimentos virais que pautam a arena pública. Este trabalho realiza uma revisão na literatura a respeito das estratégias político-comunicativas empregadas em mobilizações sociais feministas, relacionando-as com o movimento #ExposedCG, criado em 2020 para denunciar casos de assédio sexual em Campo Grande (MS) no *Twitter*.

**PALAVRAS-CHAVE:** comunicação; feminismos; arena pública; movimentos sociais; hashtags.

### Apresentação

De forma entusiasta, Rousiley Maia (2017, p. 66) aponta que as características da comunicação digital, como o baixo custo, a descentralização, a horizontalidade e a simultaneidade em que inúmeros usuários são atingidos pela informação foram essenciais para o desenvolvimento de pesquisas que relacionam a internet e a participação política. Entendendo que a comunicação e a cultura se tornaram estratégicas para a sociedade civil, as possibilidades oferecidas pela internet promovem a geração do capital social, entendido aqui como “as relações de proximidade no espaço físico (geográfico), sustentadas e perpetuadas por indivíduos que compartilham, de forma direta e diária, opiniões, valores e objetivos que possibilitam a construção de redes e a colaboração recíproca” (MAIA, 2017, p. 67).

Segundo Daniel Cefai (2017, p. 218), a arena pública- organizada por “acomodamentos e competições, negociações e arranjos, protestos e consentimentos,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do 23º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 25 a 27 de maio de 2023.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (PPGCOM/ UFMS). E-mail: [ariadna.t.braz@ufms.br](mailto:ariadna.t.braz@ufms.br).

<sup>3</sup> Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (PPGCOM/ UFMS). E-mail: [katarini.miguel@ufms.br](mailto:katarini.miguel@ufms.br).

promessas e engajamentos, contratos e convenções, concessões e compromissos, tensões e acordos mais ou menos simbolizados e ritualizados, formalizados e codificados” - configura territórios, instituições, conhecimentos e organizações e coloca em jogo o interesse público, contando com o apoio de cenas públicas, sejam elas científicas, midiáticas, judiciárias ou políticas. Essa arena pública gera novas conexões, impulsiona e fecunda contatos, “contribui para processos transformação, desintegração e recomposição, de segmentação e intersecção, de denegação e legitimação” (CEFAI, 2017, p. 208).

A partir disso, os grupos, organizações e instituições se mobilizam para reconhecer, identificar e definir esses distúrbios, atribuir causas e razões, determinando-os como problemas e formulando hipóteses, explicações e interpretações. “Trata-se simultaneamente de imputar responsabilidades, denunciar negligências ou infrações, eventualmente designar vítimas e culpados, em suma, fazer julgamentos de ordem estética, moral, legal ou política a fim de reparar os danos ou punir os erros” (CEFAI, 2017, p. 189).

Segundo o autor (2017, p. 190), assim que essa dinâmica ultrapassa o círculo de pessoas envolvidas, ela passa a ser chamada de processo político e sua operacionalização requer a sensibilização, o envolvimento e a mobilização de outras pessoas. Um exemplo dessa forma de ação política é a utilização de hashtags pelos movimentos feministas, a partir de 2014, com a proposta de divulgar casos de assédio sexual e moral, relacionamentos abusivos, agressões e estupros, além de alcançar apoiadores e atuar em prol do combate à violência contra a mulher.

Como dispositivos para criação de narrativas e estratégias de incentivo à participação e engajamento, as tecnologias apontam para o papel essencial da comunicação nas práticas dos movimentos sociais, criando condições para “mobilizar, organizar, deliberar, coordenar e decidir” (CASTELLS, 2013, p. 167). Para Maia (2017), os movimentos coletivos na era da internet “buscam desestabilizar consensos existentes da cultura majoritária que podem ser opressivos nas relações íntimas, nas relações sociais ou, ainda, nas relações legais, e politizá-los como questões de interesse comum, no reino público” (MAIA, 2017, p. 48). E, com essa capacidade de desestabilização que reacomoda as forças, a comunidade ativista conseguiu, de fato, transformar o sentido da palavra resistência, através de suas redes de luta.

Desta forma, é de extrema importância conhecermos o histórico de mobilizações que, de certa forma, culminaram no objeto de estudo deste trabalho, a *#ExposedCG*. Com este ponto de partida, nossa proposta é debater as estratégias comunicativas empregadas, com base na revisão da literatura acerca da relação entre comunicação e os movimentos sociais em rede.

### Imagem 1 - Histórico de campanhas feministas virais

MOBILIZAÇÃO	LOCAL E ANO	MÍDIAS	MOTIVAÇÃO	REPERCUSSÃO
<i>#NãoMereçoSerEstuprada</i>	Brasil, 2014	Facebook Twitter Instagram	Criada após divulgação de pesquisa do Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada (Ipea), onde mais de 60% dos participantes concordaram com a frase “Mulheres que usam roupas que mostram o corpo merecem ser atacadas”	Em uma semana, a hashtag possuía 592 postagens e quase 3 mil comentários (COSTA, 2018)
<i>#NiUnaAMenos</i>	Argentina, 2015	Facebook Twitter	Os atos nasceram em virtude do feminicídio de Chiara Páez	Levou milhares de mulheres às ruas na Argentina e contagiou ativistas da América Latina e da Espanha (LAUDANO, 2019) [3]
<i>#MeuPrimeiroAssédio</i>	Brasil, 2015	Twitter Facebook	Criada pelo Think Olga, em apoio a Valentina Schulz, alvo de comentários sexistas da internet durante a participação no MasterChef Júnior	Em três dias, foi replicada mais de 82 mil vezes, entre tweets e retweets, espalhando-se para Inglaterra e Estados Unidos (COSTA, 2018)
<i>#MeuAmigoSecreto</i>	Brasil, 2015	Twitter	Criada pelo coletivo feminista Não Me Kahlo, em referência às festividades de fim de ano e em alusão ao Dia Internacional da Não Violência contra as Mulheres	Mencionada 170 mil vezes no Twitter (COSTA, 2018)
<i>#EuEmpregadaDoméstica</i>	Brasil, 2016	Facebook	Relato pessoal de Joyce Fernandes sobre abusos na profissão	Mais de 150 relatos de experiências em 12 horas (COSTA, 2018)
<i>#ExposedCG</i>	Campo Grande (MS), Brasil, 2020	Twitter	Teve início com uma série de tweets de Elizabeth Brum, insatisfeita com a culpabilização das vítimas	Foram coletados manualmente 2.060 tweets entre 12 e 16 de abril de 2021

Fonte: autora (2022)

O excerto aqui apresentado faz parte de uma investigação mais ampla que pretende esmiuçar as estratégias de comunicação por meio da análise dos tweets durante a mobilização de 2020 da *#ExposedCG* no *Twitter*.

## Estratégias comunicativas

A mobilização estudada neste trabalho reuniu milhares de histórias sobre relacionamentos abusivos e relatos de abuso e assédio sexual, sofridos por mulheres campo-grandenses, publicados em 2020, durante a primeira e segunda onda da Covid-19 no Mato Grosso do Sul. Entre maio e julho de 2020, o movimento *#Exposed*, somado ao nome da cidade em que as relatoras moram, ganhou adeptas de diversos municípios brasileiros. A hashtag local alcançou o Trending Topics do Twitter em 2 de junho, junto a movimentos de protesto a morte de George Floyd, nos Estados Unidos, como é o caso da campanha Black Lives Matter (vidas negras importam) e atos do grupo hacker ativista Anonymous Brasil, como a divulgação de dados confidenciais do ex-presidente Jair Bolsonaro, seus filhos e ministros.

Uma das primeiras orientações do “Caderno de comunicação para o ativismo”, desenvolvido em 2013 pelo coletivo independente e multidisciplinar Escola de Ativismo<sup>4</sup>, trata a comunicação não mais como uma ação unidirecional onde o emissor envia e o receptor recebe. É necessário conversar, envolver e mobilizar, pois é a rede de conversação que conecta atores a uma determinada causa, potencializa a influência do movimento e fortalece o discurso, ainda mais quando se entende bem as motivações das pessoas (ESCOLA DE ATIVISMO, 2013, p. 4).

De fato, para José Luiz Braga (2006, p. 27-28), a midiaticização inclui “resistências pontuais, vigilantes, de multidão” em relação ao processo midiático em si e aos usos dominantes, usando a expressão para nomear procedimentos interacionais que subtraíam-se à lógica sistêmica. E é neste âmbito onde ocorre as relações comunicativas que a política aparece, se dando pela formação e configuração de sujeitas e sujeitos, atravessados por forças e dinâmicas imprevisíveis e inadministráveis, ao longo de suas ações para criação de uma coletividade e da constituição de experiência como fundamento para a geração de “autonomia e emancipação, e na qual lutas políticas são vividas tanto do ponto de vista coletivo quanto individual, uma vez que as interações são, em maior ou menor medida, baseadas em relações de poder (MARQUES; MENDONÇA, 2018, p. 43).

Tendo em mente a perspectiva comunicacional do lugar de fala descrita por Braga (2000) no contexto da *#ExposedCG*, podemos inferir que o ato de denúncia é

---

<sup>4</sup> Disponível em: <https://escoladeativismo.org.br/escola/>

atravessado por diferentes intertextos. O autor explica que o lugar de fala é construído pelo discurso em um contexto, um ângulo proposto estruturalmente para "ver" a realidade (BRAGA, 2000, p. 168). Assim, “toda fala é uma interpretação interessada de uma situação-problema, complexamente composta de fatos de natureza social, fatos físicos, questões psicológicas” (BRAGA, 2000, p. 170), em complexa articulação com os diferentes textos disponíveis na sociedade. Isto significa que a fala, no caso do movimento *#Exposed*, é vinculada com a descredibilização e culpabilização das relatoras, preocupações com a exposição e medo de represálias, entre outros discursos frequentes relacionados a temática da violência sexual.

Ainda se tratando das estratégias político-comunicativas dos movimentos em rede, a noção de participação ganha relevos importantes e complexos. Para autores como Gomes (2017) e Maia (2017), a participação é apenas uma das formas de ação e ganha contornos relevantes na medida em que produz algum benefício para a comunidade política. As pessoas ficam mais propensas a participar das questões políticas quando sabem que suas opiniões e posições serão levadas em consideração pelo grupo.

Segundo Miguel (2015, p. 101), “são distintos os fatores que podem levar as pessoas a participar de movimentos sociais e ações coletivas, em especial na internet hoje”. Entre eles, estão a atuação nos sites de redes sociais, que facilitam formas de participação *online* e são determinantes para o engajamento, além dos marcos emocionais, capazes de influenciar na conquista de maior apoio. “As emoções são parte da dinâmica dos movimentos. Os sentimentos de indignação, injustiça, medo, esperança, vergonha e até mesmo a euforia são fatores de empoderamento dos movimentos” (MIGUEL, 2015, p. 103).

O manual desenvolvido pela Escola de Ativismo (2013, p. 7) também dispõe sobre a necessidade da comunicação ativar valores (humor, o pertencimento, o aprendizado, a interação, a presença de atores influentes, a adrenalina, o desafio ou gamificação, a empatia ou solidariedade, o status e o legado) que fazem parte do universo referencial de grupos específicos, atuando em todas as dimensões do ser humano, sejam elas políticas, econômicas, psicológicas, *etc.*

No caso da *#ExposedCG*, reforçamos duas das dez formas elencadas de agregação de valor: (1) senso de pertencimento e (2) legado. Considerado uma

ferramenta poderosa de mobilização social por ser intrínseco aos seres humanos, o senso de pertencimento fica evidente na *hashtag* estudada quando os usuários abrem espaço, por meio das mensagens diretas (DM) da plataforma, para o envio de relatos por quaisquer pessoas e, sobretudo, quando identificamos a incidência de *tweets* orgulhosos pela repercussão do movimento.

A segunda estratégia faz referência ao legado. Segundo Manuel Castells (2013, p. 179), a produtividade histórica e social das práticas e o efeito causado nos participantes como pessoas e como sociedade é o único aspecto relevante para avaliação do significado de uma manifestação. No caso da *hashtag*, mais do que o encaminhamento das situações expostas para órgãos competentes e responsáveis para a geração de denúncias, a *#ExposedCG* tem como legado a construção de um debate sobre o enfrentamento da cultura do estupro, evidenciado pela realização de lives e a publicação de diferentes matérias pela imprensa local.

Dessa forma, as sujeitas participantes da *#ExposedCG*, assim como descrevem os estudos das demais campanhas virais, reconhecem a proximidade entre seus interesses para coordenação de ações efetivas, ressaltando o potencial da comunicação para a mudança social e a transformação política.

## REFERÊNCIAS

- BRAGA, José L.. “Lugar de fala” como conceito metodológico no estudo de produtos culturais. São Leopoldo: Coletânea “**Mídia e Processos Sócio-culturais**”, PPGCOM/Unisinos, 2000.
- BRAGA, José L.. Miatização como processo interacional de referência. **Animus**: revista interamericana de comunicação midiática, vol. V, n. 2. Santa Maria: NedMídia, 2006. ISSN 1677-907x.
- CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013. 271 p.
- CEFAÏ, Daniel. Públicos, problemas públicos, arenas públicas...: o que nos ensina o pragmatismo (Parte 1). **Novos estudos CEBRAP** [Internet]. 2017; 36 (1). DOI: <https://doi.org/10.25091/S0101-3300201700010009>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/nec/a/zdyH9SGqnWm5LwrV7MT4k9M/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 15 fevereiro 2023.
- ESCOLA DO ATIVISMO. **Caderno de Comunicação para o Ativismo**. [S. l.], 2013. Disponível em: <https://escoladeativismo.org.br/wp-content/uploads/2015/07/Caderno-de-comunica%C3%A7%C3%A3o-para-o-ativismo.pdf>. Acesso em: 28 agosto 2022.



GOMES, Wilson. Participação política online: questões e hipóteses de trabalho. In: GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C. M. M.; MARQUES, Francisco P. J. A.. **Internet e participação política no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2017.

MAIA, Rousiley C. M. M.. Internet e esfera civil: limites e alcances da participação política. In: GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C. M. M.; MARQUES, Francisco P. J. A.. **Internet e participação política no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2017.

MARQUES, Angela C. S.; MENDONÇA, Ricardo F.. A política como (des)construção de sujeitos: desencaixes e rearticulações identitárias em protestos multitudinários contemporâneos. São Paulo: Galáxia, v. 37, p. 41-54, 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gal/a/gZXnPdQvtFGqwcLqMVfKVsz/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 15 fevereiro 2023.

MIGUEL, Katarini. Entendendo a participação no movimento ambiental: ser ou não ser ativista do Greenpeace. In: Wilson da Costa Bueno. (Org.). **Comunicação Empresarial e Sustentabilidade**. 1ed.Barueri: Manole, 2015, v. 1, p. 99-112.