

Combate a violências de gênero e ataques contra o mundo do midiativismo feminista: desafio transnacional

Mariana Fagundes Ausani

Resumo:

O artigo aborda, a partir das trajetórias dos membros do mundo social e tomando como base os casos do Brasil e da França, ataques e violências de gênero sofridos por membros de publicações midiativistas feministas digitais e quais estratégias são traçadas pelo grupo para promoção de equidade de gênero e combate a discursos de ódio. Para compreender quais formas de engajamento são construídas pelo grupo, são analisadas as publicações brasileiras *AzMina*, *Think Olga* e *Lado M* e as publicações francesas *Georgette Sand*, *Les Glorieuses* e *Madmoizelle*. A metodologia apoia-se em entrevistas em profundidade com atrizes e atores que participam em diferentes graus da composição do mundo, desde produtoras(es) de conteúdos a equipes de apoio. Os resultados mostram que o envolvimento em espaços feministas digitais promove o intercâmbio coletivo e cria conexões que vão além da esfera digital, criando um senso de comunidade entre o grupo e impulsionando a mudança social.

Palavras-chave: Violências de gênero. Midiativismo feminista. Engajamento digital.

The fight against gender violence and attacks on the world of feminist media activism: a transnational challenge

Abstract:

Based on the trajectories of members of the social world, and taking the cases of Brazil and France as a basis, this article discusses gender-based attacks and violence suffered by members of digital feminist media activist publications and what strategies the group has developed to promote gender equality and combat hate speech. To understand the forms of engagement constructed by the group, we analyzed the Brazilian publications *AzMina*, *Think Olga*, and *Lado M*, and the French publications *Georgette Sand*, *Les Glorieuses*, and *Madmoizelle*. The methodology is anchored on in-depth interviews with actors who participate in varying degrees in the composition of the world, from content producers to support staff. The results show that involvement in digital feminist spaces promotes collective exchange and creates connections that go beyond the digital sphere, establishing a sense of community among the group and moving towards social change.

Keywords: Gender violence. Feminist media activism. Digital engagement.

Recebido em: 25.06.24
Aprovado em: 26.10.24

Mariana Fagundes Ausani

Doutora com diplomação em cotutela pela Universidade de Brasília (linha de pesquisa Poder e Processos Comunicacionais do Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação) e pela Université de Rennes 1, na França (Laboratoire Arènes - Faculté de droit et de science politique).

E-mail: fagundez.mariana@gmail.com

Estudos em Jornalismo e Mídia
v. 21, n. 1, jan./jun. 2024
ISSNe 1984-6924

Introdução

O artigo analisa, a partir de publicações de midiativismo feminista digital no Brasil e na França, estratégias transnacionais de combate a narrativas antifeministas e a promoção de equidade de gênero por meio desses projetos de produção de informação feminista engajada. A inserção no mundo social (Becker, 1982; Morrisette *et al.*, 2011) do midiativismo feminista expõe suas colaboradoras(es) a situações de violências em diversos níveis – nos âmbitos digitais e físicos, e/ou violências organizacionais (Le Cam *et al.*, 2021) – e a potenciais ataques advindos de grupos antifeministas e/ou tradicionalistas que se opõem às pautas de direitos das mulheres e de pessoas feminilizadas levantadas pelos feminismos.

As ações do movimento antifeminista consolidam-se como um elemento inerente ao contexto do ativismo digital e do midiativismo feminista que se reflete nas trajetórias de midiativistas e na prática de produção de conteúdo engajado sob o prisma de gênero. A visibilidade conquistada pelo feminismo digital acaba por abrir espaço para um agressivo cibersexismo, como pontua Jouët (2018), ao enfatizar que, em todos os países do Ocidente, assim como em países periféricos a esse, as feministas estão enfrentando a reemergência de forças reacionárias, através da retórica de que essa causa ameaça valores atrelados ao ideal da família cristã (Cruz; Dias, 2015), propagando discursos antifeministas que reemergem em um contexto político e social em que neoliberalismo e neoconservadorismo se combinam para reforçar ideais reacionários (Devreux; Lamoureux, 2012). Ocorre, então, um embate entre o poder dos feminismos – que consegue se expandir, mesmo em tempos em que forças conservadoras estão se intensificando – e o antifeminismo e sua aversão à busca das mulheres por direitos equânimes.

Enfrentar as violências antifeministas, além de provocar choque, cansaço e desgosto, é uma experiência que desperta no coletivo de pessoas engajadas na produção de informação feminista sentimentos de comoção e de coesão, em uma lógica que fundamenta a sociabilidade do grupo e faz seus membros instituírem um espaço social, político, moral e emocional partilhado (Andrade, 2020). O compartilhamento de um projeto comum inclui e é amplificado pela união das(os) midiativistas no combate a elementos socioestruturais machistas que as(os) afetam coletivamente, de modo que as violências se reverterem em componentes que fomentam a ação de produção de conteúdo feminista engajado.

Ao se pensar sobre a tecnocultura digital do midiativismo feminista e suas consequências, observa-se que o fortalecimento de correntes político-ideológicas reacionárias ao redor do mundo permite que comentários e discursos sexistas sejam expressos abertamente na internet e também no ambiente *off-line*. O espaço *on-line*, mesmo que também seja um terreno de emancipação social, é fértil para a propagação de grupos que atacam minorias sociais e ameaçam a manutenção das relações de poder (Jouët *et al.*, 2017). Porém, nesse sentido, as reações de *trolls* e *haters* indicam que a voz das feministas se faz ouvir na internet e está no centro das transformações, com potencial para abalar a ordem estabelecida.

Percursos metodológicos

A partir da análise de 63 entrevistas em profundidade com atrizes que compõem o espaço do midiativismo feminista no Brasil e na França, esta proposta se baseia na etnografia como metodologia para compreender as estratégias e ferramentas de ativismo feminista e promoção de equidade de gênero. Foram conduzidas 30 entrevistas na França e 33 no Brasil, com diferentes participantes do mundo social (repórteres e editoras, colunistas, leitoras, equipes responsáveis pela contabilidade e pela captação de recursos etc.) de outubro de 2020 a no-

vembro de 2022. A relevância do trabalho é se propor a ouvir de maneira aprofundada relatos sobre as trajetórias de membros desse espaço e acompanhar via pesquisa de campo as formas de cooperação e de negociação do grupo para se opor a pautas antifeministas.

Analiso projetos de ativismo feminista e de mídia digital, especificamente veículos *on-line* que produzem conteúdo jornalístico com uma perspectiva feminista e foco em debates de gênero. No Brasil, 18 projetos relevantes foram identificados por meio do mapeamento de jornalismo independente da Agência Pública. Na França, identifiquei 14 veículos com base em pesquisas bibliográficas e estudos que mapeiam o ativismo de gênero e o jornalismo nas últimas décadas. Dentre eles, selecionei projetos particularmente significativos com base em seus perfis de mídia social, interações (medidas por métricas de engajamento como curtidas, compartilhamentos e comentários) e contagem de seguidores.

Os projetos escolhidos no Brasil são a organização não governamental *Think Olga*, a revista *AzMina* e o site **Lado M**. Na França, os projetos selecionados são o coletivo **Georgette Sand**, o boletim informativo **Les Glorieuses** e a revista **Madmoizelle**. Embora sejam projetos com diferentes estatutos (organizações não-governamentais, coletivos, revistas femininas, revistas feministas, sites), compartilham o intuito central de produzir informação feminista de qualidade, baseada em apuração e investigação jornalística e preceitos de forma e escrita advindos do padrão de reportagem, além de oferecerem também textos opinativos.

Meu estudo baseia-se em uma abordagem etnográfica em vários locais, combinando observações *on-line* e presenciais de redações e escritórios da mídia feminista. A etnografia digital envolveu o monitoramento das atividades de mídia social de entrevistadas(os), incluindo publicações, compartilhamentos, curtidas, comentários e narrativas pessoais, fornecendo percepções sobre as trajetórias de midiativistas e seus públicos. Fiz visitas presenciais aos espaços de trabalho quando possível, considerando as restrições da COVID-19 e a existência física desses espaços. Entrevistas em profundidade complementaram o processo etnográfico, com o objetivo de entender as crenças, atitudes, valores, sentimentos, desejos e motivações que impulsionam os comportamentos dos indivíduos.

Em relação às preocupações éticas¹, optei por não anonimizar as(os) midiativistas entrevistadas(os), uma vez que essas pessoas estão publicamente envolvidas em atividades jornalísticas e/ou ativistas e concordaram em participar da pesquisa como representantes das publicações para as quais colaboram, dando aval à divulgação do conteúdo de nossas conversas e dos materiais coletados via etnografia durante as experiências de campo nas redações. Nos casos em que considero importante preservar informações pessoais e evitar a identificação de personagens vinculados a reportagens que possam conter histórias íntimas ou descrições de episódios que possam, de alguma forma, comprometer a integridade física e/ou emocional de entrevistadas(os), menciono os depoimentos sem citar nomes.

As entrevistas em profundidade têm um formato semiestruturado. Os roteiros de entrevista foram divididos em três tipos: o primeiro se concentrou nas produtoras de conteúdo (repórteres, colunistas, editoras), o segundo focou na equipe de apoio (com perguntas mais específicas sobre o tipo de trabalho que realizam e quais são suas funções e influências dentro do grupo) e o terceiro foi elaborado para ser aplicado ao público. As entrevistas abrangem principalmente as trajetórias profissionais e pessoais das midiativistas. A partir daí, também me aprofundo nas experiências do grupo em termos de carreiras, jornalismo e ativismo político. São discutidas as interações com outros membros do mundo social e como as práticas de produção ou consumo de jornalismo engajado e feminista são organizadas.

¹ Entrei em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais (CEP/CHS) da Universidade de Brasília para solicitar uma revisão ética do projeto de pesquisa antes de iniciar a etapa de entrevistas. Os instrumentos de coleta de dados do estudo, ou seja, os roteiros de entrevista a serem utilizados nas conversas com integrantes do mundo social, foram enviados ao comitê. Para realizar a análise, no entanto, a organização solicitou que eu anexasse documentos de aceitação por escrito e devidamente assinados de cada indivíduo a ser entrevistado para a pesquisa. Como a proposta era construir a pesquisa de forma dinâmica ao longo dos anos e, na época, eu já previa que entrevistas surgiriam à medida que o objeto fosse sendo moldado, não foi possível atender à solicitação do CEP/CHS, pois isso atrasaria a pesquisa como um todo.

Mundo midiativista feminista

Há mais de uma década, temos visto despontar na internet uma diversidade de iniciativas feministas de diferentes correntes, mas que têm em comum o uso de ferramentas digitais para difundir conteúdos (Jouët, 2022). Tal feminismo ativista e combativo ebuliu em diferentes pontos do mundo, combinando em ações massivas ferramentas digitais com estratégias tradicionais de movimentos sociais, como greves e manifestações nas ruas. A corrente transnacional se espalhou por diversos países, com lemas de repercussão global que circularam em forma de *hashtags* (Arruzza *et al.*, 2019). O movimento, contudo, ganha fôlego, em especial, no Sul global (Pinheiro-Machado, 2019), desenvolvendo-se de modo a cada vez mais reinventar localmente os sentidos do movimento internacional #MeToo.

É um fenômeno que toma forma desde os anos 2010 e ainda está em elaboração, sendo um modelo de militância em pleno curso de construção (Castro; Abramovay, 2019; Paveau, 2020; Perez; Ricoldi, 2019; Pinheiro-Machado, 2019; Oliveira, 2019). É caracterizado pela forte presença de seus membros nos meios de comunicação digitais, pela organização em forma de coletivos e por considerar, mais do que anteriormente, as diversas clivagens sociais que perpassam o gênero, configurando um feminismo interseccional (Perez; Ricoldi, 2019). Trata-se de um modo de ativismo que intersecciona classe, gênero e raça de maneira orgânica, considerando diferentes sistemas de opressões (Castro; Abramovay, 2019, p. 24) em suas estratégias de atuação.

Em meio a essa reconfiguração da militância feminista, surge o midiativismo feminista digital que, apesar do nome, não se limita ao ambiente *on-line*, sendo constituído também de rua, chão e corpo a corpo (Braighi; Câmara, 2018, p. 40). É um conceito que vai além da simples fusão das noções de mídia e de ativismo e se expressa não só pelas palavras e técnicas, mas, sobretudo, pelas pessoas. É uma proposta que oscila entre a aproximação e, ao mesmo tempo, a rejeição de convenções jornalísticas, visando “romper com (e estabelecer resistência a) estruturas consolidadas de difusão vertical e unilateral de informações” (Dias; Borelli, 2018, p. 841). Resulta em conteúdos caracterizados por aspectos de colaboração, defesa de uma ou mais causas sociais e por tentarem envolver o público nos debates (Santos; Miguel, 2019), aplicando estratégias de ativismo digital com o intuito de produzir conteúdos plurais (Bentes, 2015).

Parto do olhar do interacionismo simbólico, que enxerga um mundo social como uma entidade processual em contínua composição e recomposição através das interações entre atrizes e atores e das interpretações cruzadas que organizam as trocas entre esses (Becker, 1982; Morrissette *et al.*, 2011), para refletir sobre as estratégias de engajamento das(os) midiativistas voltadas para a promoção de equidade de gênero e para o combate a discursos antifeministas.

Breve perfil sociodemográfico de midiativistas feministas

Do total de 33 pessoas² (19 brasileiras e 14 francófonas) que trabalham em publicações feministas e concederam entrevistas em profundidade para o estudo, 31 são mulheres e apenas duas são homens. A faixa etária predominante desse grupo é de pessoas com idades entre 30 e 34 anos, seguida por pessoas com idades entre 25 e 29 anos. Há entre essas ativistas uma concentração de mulheres jovens, com 20 ou 30 anos, pertencentes às classes média-alta ou alta, com educação superior, produzindo informações feministas na internet.

De acordo com Jouët (2018), para compor o mundo social, é preciso ter domínio da tecnologia e saber gerir de maneira autônoma ferramentas digitais – observações que ajudam a compreender a relativa homogeneidade de variáveis ligadas à idade e classe social no interior do grupo analisado. As(os) midiativistas vêm de uma geração atravessada por práticas de texto e imagem amadoras, sendo que as lideranças dessas

² As outras 30 pessoas entrevistadas compõem o público das mídias feministas

publicações frequentemente pertencem aos setores midiático e comunicacional (jornalistas, assessoras de imprensa, produtoras de conteúdo e editoras de vídeo).

Em termos de formação, 20 midiativistas cursaram jornalismo. A incidência de profissionais com diploma nesse domínio é maior no Brasil, onde 13 midiativistas possuem graduação na área. As demais colaboradoras das publicações de midiativismo feminista compõem as equipes de apoio, atuando, fundamentalmente, na captação de recursos materiais para o grupo, no recrutamento de pessoal e na criação e manutenção de redes de contatos para esses canais.

No Brasil, sete midiativistas feministas entrevistadas se autodeclararam negras (entre pardas e pretas) – e as outras 12 se dizem brancas. Já na França, em meio a colaboradoras(es) de projetos feministas franceses que contribuíram para esta pesquisa, há dois indivíduos autodeclarados negros (uma moça e um rapaz) e três mulheres que se consideram racializadas em decorrência de suas origens.

A constatação de que há menos midiativistas feministas negras(os) no Brasil, ainda que a população do país conte proporcionalmente com mais pessoas racializadas em comparação à França, remete ao problema das iniquidades socioeconômicas que reforçam desigualdades sociais e raciais. Ao recuperar os dados referentes à raça apresentados na última versão do relatório que traça o perfil dos jornalistas brasileiros (Lima *et al.*, 2022), observa-se a predominância de jornalistas brancos(as) – cerca de 70% do total – frente a 20% autodeclarados(as) pardos, 9% pretos(as), 1% amarelos(as) e menos de 0,5% indígenas.

Embora os projetos feministas brasileiros sustentem discursos de inclusão e apesar de terem ampliado a diversidade das equipes no período de desenvolvimento desta pesquisa, os fatores socio-históricos que segregam a população do país, fazendo com que pessoas negras tenham menos acesso a formações de nível superior e ao mercado de trabalho de jornalismo em comparação às brancas, emergem no âmbito do mundo do midiativismo feminista digital.

Finalmente, os aspectos habitacionais demonstram que há uma relevante concentração de profissionais entrevistadas(os) em grandes centros urbanos, até mesmo em decorrência de demandas do trabalho, da concentração geográfica dos sistemas de mídia e/ou da militância em projetos feministas. Portanto, as jornalistas e também as profissionais de outras áreas que se lançam na criação de publicações de midiativismo feminista digital são, normalmente, mulheres jovens, com formação de nível superior e advindas de universidades de renome, cujas trajetórias mostram um histórico de militância política e/ou ativismo digital. Elas moram, em sua maioria, em São Paulo³ e Paris ou em suas respectivas regiões metropolitanas, estudaram em universidades públicas (no caso do Brasil) ou escolas de jornalismo ou outras carreiras (no caso da França) de difícil e restrito acesso, costumam vir de famílias de classes socioeconômicas médias-altas e altas que lhes apoiam financeiramente na obtenção de formações profissionais reconhecidas e cuja estabilidade sociofinanceira possibilita que esses indivíduos assumam o risco de abrir mão de percursos profissionais clássicos para se arriscar a percorrer trajetórias alternativas.

Violência contra midiativistas

A análise das entrevistas com atrizes e atores do mundo social observado nesta pesquisa reforçam que as violências e ataques contra midiativistas feministas têm desdobramentos emocionais, em que a intimidação e o medo funcionam como sentimentos de base para a tentativa de propagação de relações de dominação por parte de atores e de estruturas sociais que buscam limitar o alcance de produções em prol de equidade de gênero. Decorrem das situações de ameaças, agressões e assédios, um conjunto de formatos mais recorrentes de violências: cibersexismo, *gaslighting*, assédio moral, ataques à comunidade LGBTI+ e embates na família e em círculos de convívio.

³ As mídias feministas brasileiras possuem equipes distribuídas fora do eixo Rio-São Paulo (Bahia, Maranhão, Pernambuco e Rio Grande do Sul), reforçando discursos do grupo de que elas têm aberto espaços para pessoas de diferentes regiões do país e com trajetórias distintas daquelas dos membros originários dessas publicações. Todas as midiativistas entrevistadas que vivem nesses estados autodeclararam-se negras (pretas ou pardas), destoando da maioria das entrevistadas que moram em São Paulo e arredores ou no Rio de Janeiro.

Os ataques digitais são o formato de violência mais recorrente entre o grupo de pessoas entrevistadas: 17 dentre 33 midiativistas descreveram diretamente ter enfrentado algum tipo de ciberviolência em decorrência de sua atuação em torno da produção de conteúdo feminista. As propriedades tecno-semióticas de ferramentas de mídias sociais, a exemplo do Twitter/X – que conta com concisão de enunciados, circulação simultânea de textos e imagens e uso de *hashtags* –, parecem um terreno fértil para impulsionar controvérsias relativas ao debate de gênero, já que a ferramenta é propensa a produzir entidades discursivas polêmicas e reafirma a ausência de consenso possível entre duas posições inconciliáveis (Julliard, 2016).

No caso do grupo entrevistado, geralmente, as agressões consistem em comentários e mensagens privadas recebidos por e-mail, mídias sociais ou nos sites das publicações feministas – o que é mais raro, já que esses projetos costumam ter políticas de combate a discursos de ódio capazes de blindar significativamente as equipes. Tal dinâmica não ocorre só com colaboradoras(es) de forma individual, mas as próprias estruturas institucionais das publicações de midiativismo feminista também recebem ataques via sites e mídias sociais, além de sofrerem ataques *hackers* regulares (ou quando são abordados assuntos de caráter mais sensível no debate público, como o direito ao aborto).

Anthony (da revista *Madmoizelle*), jornalista negro e *queer* da região parisiense, enfrenta ciber-assédios com frequência. Segundo ele, em média, uma vez por mês. O jovem enfatiza que essas violências são muito fragilizantes para a saúde mental, mas que, por pior que pareça o contexto de recorrência da agressão, as pessoas que as sofrem acabam por se habituar. Os ataques acontecem significativamente em maior quantidade pelo Twitter/X, em comparação a outras mídias sociais (como Instagram), e o entrevistado aponta que os agressores se identificam como masculinistas: “No Twitter, eles são muito mais virulentos e também muito mais organizados. É bem difícil, mas a gente se acostuma” (Anthony, *Madmoizelle*, entrevistado em 20 de julho de 2022).

O Twitter/X, no Brasil e na França, ainda figura entre as redes sociais mais utilizadas, embora venha perdendo espaço na última década. A ferramenta, que se caracteriza no ambiente digital como um espaço que reforça desigualdades de gênero e raça (Messias *et al.*, 2017), é citada por entrevistadas(os) como cenário recorrente de ciberataques. Esses relatos são corroborados por dados levantados por uma pesquisa coordenada pela revista *AzMina* em 2021, em parceria com o projeto InternetLab, o Volt Data Lab e o INCT.DD, e o com apoio do Centro Internacional para Jornalistas (ICFJ), que revela que mulheres jornalistas no Brasil recebem mais que o dobro de ofensas que os colegas homens no Twitter/X. Mas outros espaços de circulação de conteúdo e interação digital, como YouTube, Instagram e até a Wikipédia, também são mencionados por entrevistadas(os) como cenários em que se desdobram assédios e violências.

A historiadora Mathilde (colaboradora do coletivo *Georgette Sand*), que acabou se tornando uma militante feminista de destaque na França impulsionada pela quantidade de seguidoras(es) que possui nas redes sociais, conta (entrevista, 2 de agosto de 2022) que recebe grande quantidade de comentários violentos e até de ameaças por essas plataformas, especialmente no Twitter/X – onde possui mais de 125 mil seguidores(as). A forma como reage depende de seu humor e disposição. Há vezes em que não diz nada. Outras, faz piada com pessoas que disseminam discursos de ódio. Nessas ocasiões, ela recorre a estratégias como enviar aos *haters* imagens satíricas, como um desenho dela própria feito por uma ilustradora feminista, contendo a seguinte frase: “beba a minha menstruação”. Nota-se que a midiativista recorre à adoção da estratégia do humor como arma militante (Breda, 2022), apropriando-se de respostas lúdicas como contra-discurso ante grupos antifeministas.

Há situações de ataque, porém, em que a formulação de táticas de defesa não é suficiente para acalmar ou gerar sensação de segurança às vítimas. Duas entrevis-

tadas trouxeram relatos pessoais de ocorrências de assédio que envolveram ameaças de morte: Amanda (*AzMina*) e Rebecca (*Les Glorieuses*). Há elementos que dão indícios de por que perfis de midiativistas como elas são mais visadas, sofrendo perseguições digitais mais violentas. Rebecca é criadora da *newsletter* feminista em que atua e assume o papel de porta-voz do boletim informativo, o que dá a ela maior destaque midiático e *on-line* – as outras coordenadoras ou diretoras de publicações entrevistadas também narram enfrentar episódios de agressões mais intensos do que colaboradoras que não estão em posições de liderança no interior dos grupos.

Amanda, que é colunista da revista *AzMina* – e, portanto, não executa atividades de gerência e nem está alocada como representante institucional da mídia para atores externos –, ganha destaque e chama atenção de grupos antifeministas por ser jornalista de esportes. Ao cobrir uma editoria culturalmente mais voltadas para o público masculino, ela se vê exposta a constantes manifestações de *haters*. Na situação mais grave, foi ameaçada de morte e perseguida virtualmente por grupo de torcedores que negavam que a fala de um técnico, presenciada por ela em um jogo de futebol, teria sido machista. A ameaça se estendeu também para o então marido da jornalista e para familiares.

Conjunturas de cibersexismo nesses mesmos moldes se reproduzem transnacionalmente. Do outro lado do Atlântico, a jornalista Marguerite (*Georgette Sand*) igualmente relata ciberassédios sofridos após escrever matérias sobre futebol. A experiência das repórteres salienta que ainda perdura a resistência à aceitação social de mulheres que se lançam a desenvolver atividades tradicionalmente vistas como masculinas – como é o caso da cobertura de pautas esportivas, em especial, de futebol.

O caráter preconceituoso dos ataques não se restringe à pauta de gênero e as violências costumam se intensificar quando há outros elementos que associam a vítima a grupos socialmente minoritários, como negros e pessoas com deficiência. Leandra, colunista d'*AzMina* que é uma mulher com deficiência e escreve sobre os direitos dessas, teve uma *live* invadida por *haters* quando ia fazer uma apresentação sobre a doença óssea genética da qual é portadora. Da mesma forma que o racismo estrutural se reflete de maneira agressiva nas experiências de midiativistas negras(os), como Cris, colunista d'*AzMina* e apresentadora de televisão, que sofreu fortes ataques digitais após publicar foto dela mesma se engajando em uma campanha como feminista negra. Sua imagem viralizou e ela enfrentou não só ataques misóginos, mas também racistas.

Fiz uma campanha que era uma foto minha com um cartaz escrito “Meu nome não é morena. Meu nome é Cris Guterres”. Essa foto gerou um ataque virtual. A imagem foi compartilhada mais de 200 mil vezes. Fugiu do controle! Era uma foto com um texto falando sobre intersecção do racismo com o machismo, de como as pessoas me chamavam de morena e invalidavam a minha existência e objetificavam meu corpo: “morena” exótica, sexual, desejada. Foi muito difícil para mim. Foi absurdo. Bem brutal! (entrevista, 3 de setembro de 2021).

Os danos emocionais dessas violências se refletem no modo como as(os) midiativistas que as sofrem reorganizam suas rotinas. Cris afirma que, quando se deu esse episódio em específico, sequer saía de casa, pois tinha medo de ser reconhecida e agredida na rua, além do sentimento de vergonha e da sensação de exposição. Embora tenha mantido seus perfis em redes sociais, deixou de publicar conteúdos e procurou se manter afastada da internet por um período. Já Rebecca (fundadora da *newsletter* *Les Glorieuses*) revela (entrevista, 22 de setembro de 2022) que houve um momento em que sentiu tanto medo que retirou seu sobrenome do interfone, na tentativa de não ser identificada.

Midiativistas que passam por esse tipo de violência costumam buscar suporte jurídico para contornar as situações – como fizeram Amanda e Cris, por exemplo –, mas acabam por avaliar que os ganhos financeiros tendem a não com-

pensar diante do desgaste emocional dos processos judiciais que enfrentariam. Somado a isso, a vergonha, acompanhada de variantes afetivas como humilhação e falta de confiança, que formam o núcleo compreensivo da cultura emocional no social (Koury, 2018), influem nos comportamentos e formas de se posicionar no mundo que as vítimas passam a adotar após os ataques. Elas tendem a reduzir a quantidade de engajamentos que realizam em mídias sociais e passam até a questionar suas carreiras e os rumos de suas trajetórias profissionais.

Vale destacar ainda o fato de que as mulheres que contam que não sofreram violências que elas chamam de “mais graves” – ou seja, que provocam traumas físicos e/ou psicológicos –, se consideram com sorte. Esse elemento das entrevistas evidencia a dimensão micropolítica das emoções. Em um contexto em que a relação entre humilhação e gênero é mobilizada regularmente para atacar e enfraquecer a militância política e o ativismo digital de atrizes e atores que compõem o mundo social estudado, perceber-se como “não-vítima” evoca a sensação de alívio e estar nessa posição faz a pessoa ter a impressão de ser alguém privilegiado.

Em suma, o ciberassédio sofrido por midiativistas feministas costuma estar atrelado a alguns fatores-chave que atuam como impulsionadores das proporções dos ataques. Os de maior destaque nas narrativas das(os) entrevistadas(os) são: momento político (como eleições em cada país ou a proeminência de algum debate relacionado à gênero no âmbito internacional); identificação étnico-racial, cultural ou de orientação sexual (o fato da pessoa se reivindicar negra e/ou LGBTI+, por exemplo); e a ocorrência de menção de nome de atriz/ator ou de publicação feminista em canais de extrema-direita ou em projetos jornalísticos de maior alcance que as mídias pesquisadas – inclusive em outros canais midiativistas.

A circularidade do conteúdo e do debate em torno de questões levantadas pelos projetos feministas é determinante para a continuidade dos ataques. Conforme as informações publicizadas pelas(os) midiativistas param de circular na internet, as agressões também tendem a diminuir. Da mesma forma, as publicações mais visadas por propagadores de discurso de ódio são as que possuem maior projeção nas conjunturas nacionais. As controvérsias altamente mediatizadas têm o caráter singular de poderem ser dirigidas a diferentes públicos, dependendo da mídia e dos públicos visados, o que significa que o conflito pode ser enquadrado de diferentes maneiras (Cervulle; Julliard, 2018), fazendo as polêmicas ganharem destaque em determinados meios e com foco em audiências específicas. De modo geral, membros das publicações reafirmam a dinâmica de ataques de grupos antifeministas de se manifestar em ocasiões pontuais, a depender da relevância da pauta no debate social e político.

Em termos de violências, observa-se nos depoimentos de mais de um terço das(os) midiativistas relatos de abusos psicológicos praticados por homens em diferentes formas e espaços (digitais ou físicos) contra as(os) entrevistadas(os). Ao se analisar os processos de violências enfrentados pelo grupo, pode-se ressaltar o fato de as(os) midiativistas sofrerem rotineiramente agressões verbais que buscam ofendê-las por meio do realce de características físicas (são chamadas de feias, gordas, velhas ou têm elementos de seus corpos ou rostos particularmente destacados como alvos de críticas); assim como vivenciam agressões verbais cuja estratégia é ofender através da utilização de xingamentos associados ao comportamento sexual passivo (puta, vadia, vagabunda, veado), em uma delimitação de espaços em que devem operar homens e mulheres, reforçando a posição masculina de dominante (Zanello; Gomes, 2011).

Em uma dinâmica em que os mecanismos de funcionamento do ambiente digital possibilitam a propagação e o impulsionamento de discursos de ódio, constata-se que os ataques pela via dos insultos nas mídias sociais são rotineiros e parecem ser encorajados pelo relativo anonimato dos atores que os encabeçam (Julliard, 2016). O destaque que as(os) midiativistas ganham em suas militâncias e atuações profissionais faz de seus corpos alvos de ataques nas redes e, quanto mais voz e espaço elas conquistam, mais intensas se tornam as perseguições *on-line*.

De maneira mais velada, elas também passam por situações em que têm questionadas as suas capacidades intelectuais e psíquicas. Isso se dá em diferentes níveis. Desde eventos em que não são ouvidas ou levadas a sério, como ocorreu com Marília (entrevistada em 18 de agosto de 2021), jornalista da revista *AzMi-na* que foi representar a publicação em um programa de rádio para falar sobre o aplicativo de combate à violência doméstica criado pela mídia e percebeu que os apresentadores da atração demonstravam desinteresse pela temática que ela foi convidada a abordar – aparentando não ter estudado previamente a pauta – e pela entrevistada – errando seu nome, por exemplo.

Até episódios em que a sanidade ou as aptidões das profissionais são postas em dúvida (são chamadas de loucas, burras, despreparadas), como ocorre frequentemente com Vanessa (repórter do *Lado M*), que mantém um site sobre cinema e produções de mulheres onde costuma receber mensagens de homens que alegam que ela e as colegas não estariam aptas para analisar determinados filmes e/ou séries: “Eles fazem parecer que você não entendeu o filme porque você é mulher e por isso não tem referências” (entrevista, 19 de julho de 2021).

Finalmente, as(os) midiativistas também lidam de maneira habitual com discursos sexistas que afirmam que elas fazem ativismo e informação feminista por não estarem amorosa ou sexualmente envolvidas com homens. A reafirmação de posicionamentos androcêntricos aparece como tática de grupos e indivíduos antifeministas para tentar intimidar a ação dessas(es) midiativistas, recorrendo à humilhação de gênero e buscando retomar ideias de posições hierárquicas de poder entre homens e mulheres.

Uma vez elencadas as formas de violência mais comuns contra as(os) midiativistas identificadas neste estudo, observa-se que os desdobramentos emocionais que emergem de tais vivências articulam sentimentos e ações de medo e de intimidação frente aos ataques, mas também de firmeza e de determinação na continuidade da ação engajada. As(es) colaboradoras(es) enfrentam a sensação de desgaste psíquico em decorrência da constância de agressões psicológicas, mas, no geral, a identificação, em termos de identidade e pertencimento, que encontram com o grupo e com as pautas feministas e de gênero, faz com que permaneçam no mundo social.

Estratégias contra violências

O combate a violências sexistas sofridas por midiativistas em decorrência de suas atuações profissionais nesse mundo social se dá pautado em duas linhas estratégias: a formulação pelas equipes das publicações feministas de sistemáticas e medidas de combate ao cibersexismo e outras formas de violência contra as(os) colaboradoras(es); e táticas individuais adotadas pelas(os) entrevistadas(os) em suas rotinas e cotidianos para se proteger de possíveis agressões, auxiliadas por redes de apoio construídas em espaços de interação e engajamento feminista.

Da parte da coordenação dos projetos feministas, existem esforços para blindar as equipes de ataques, em especial, no ambiente digital, onde circulam essencialmente as informações produzidas no mundo social. Todas as publicações sofrem ataques *hackers* periódicos, com os quais as lideranças e membros dos grupos responsáveis por atividades relativas à tecnologia da informação lidam mais diretamente, repassando para as colegas orientações sobre posturas e procedimentos protetivos a serem adotados por todas(os) – a fim de otimizar a proteção de senhas e de acesso aos espaços de trabalho digitais compartilhados pelas(os) profissionais.

As(os) entrevistadas(os) que mencionam essas medidas anti-cibersexismo reforçam que se sentem protegidas pelas estratégias de blindagem implementadas pelos projetos estudados. A moderação de comentários e o fato de repórteres e colunistas não precisarem ver nem ter contato de maneira assídua

com xingamentos e mensagens agressivas provoca nelas sensação de alívio. Essas atrizes e atores, em sua maioria, preferem não ver os ataques feitos aos seus trabalhos ou a elas próprias.

Para evitar que *haters* e agressões de caráter antifeminista alcancem também seus espaços privados, como perfis pessoais em mídias sociais, as(os) midiativistas elaboram estratégias próprias de defesa. Não mencionar diretamente que trabalham com feminismo é uma delas – embora essa tática também resulte em uma forma de silenciamento de vozes feministas. É o que faz Paula (entrevista, 13 de agosto de 2021), da *Think Olga*: para se resguardar de ataques, ela costuma se identificar como uma profissional que atua em ONGs e no terceiro setor, sem citar diretamente sua relação profissional com um projeto feminista. Já Rayana, da equipe de captação financeira d’*AzMina*, explica (entrevista, 28 de julho de 2021) que, embora não se sinta acuada nem tenha vergonha de se posicionar enquanto feminista, em ambientes que considera menos acolhedores para o debate, evita usar o termo “feminismo”, mesmo que converse com as pessoas sobre equidade de gênero e apresente suas posições em prol dos direitos das mulheres.

Manter perfis restritos em redes sociais – em vez de públicos – é também uma tática à qual parte das(os) midiativistas recorrem, em especial quando se trata de membros das equipes de apoio e lideranças dos grupos, que estão em contato mais regularmente com conteúdos violentos e tentativas de ataques. Há casos em que esse cuidado se estende igualmente para o tipo e o formato de informações que entrevistadas(os) expõem no espaço digital. Megan, jornalista da *newsletter Les Glorieuses*, por exemplo, conta (entrevista, 22 de julho de 2022) que não publica fotos de seu rosto na internet e tenta não se expor pessoalmente, com o intuito de não chamar atenção para si enquanto figura militante. Porém, estratégias como essa nem sempre são viáveis para as(os) profissionais da área, pois essas pessoas trabalham com comunicação e mídia e costumam depender das ferramentas de publicização de conteúdos oferecidas por plataformas digitais para dar visibilidade ao que produzem.

Outra tática à qual esses indivíduos recorrem é buscar não ter contato ou simplesmente ignorar os ataques que recebem. Um episódio relatado por Océane, da *I* (entrevista, 2 de setembro de 2022), ilustra tal dinâmica. A jornalista foi alertada por colegas de que um membro de um grupo masculinista estava divulgando na internet imagens dela junto a conteúdos que ela havia feito para a revista. Mas a midiativista optou por não pesquisar o que estava sendo dito e compartilhado sobre ela em espaços antifeministas, alegando que, se a pessoa atacada não se sente atingida, o agressor não consegue obter o resultado que busca.

Posturas de autopreservação e de não-retroalimentação de mecanismos de violência são usadas por entrevistadas(os) como um recurso de combate a ataques sexistas e também como uma forma de evitar a intensificação de sentimentos de raiva, humilhação, frustração e estresse desencadeados por assédios e agressões de gênero contra profissionais que trabalham com pautas de direitos de mulheres e de pessoas feminilizadas, permitindo a continuidade dos esforços de ativismo digital e militância feminista do grupo.

Enfrentar as violências antifeministas, além de provocar choque, cansaço e desgosto, é uma experiência que desperta no coletivo sentimentos de comoção e de coesão, em uma lógica que fundamenta a sociabilidade do grupo e faz seus membros instituírem um espaço social, político, moral e emocional compartilhado (Andrade, 2020). O compartilhamento de um projeto comum inclui e é amplificado pela união das(os) midiativistas no combate a elementos socioestruturais machistas que as(os) afetam coletivamente, de modo que as violências se reverterem em componentes que fomentam a ação de produção de conteúdo feminista engajado.

Do individual para o coletivo

A experiência etnográfica e o contato com membros do mundo social do midiativismo feminista por entrevistas reforçam o entendimento de que as formas de organização do movimento feminista levam histórias individuais a se tornarem elementos de base para representar uma dimensão mais coletiva desse espaço estruturado para combater violências de gênero. Mesmo que as trajetórias pessoais e profissionais de midiativistas transcorram por caminhos diferentes, há uma gama de fatores comuns que fazem com que essas atrizes e atores se insiram no mundo estudado, em uma convergência de narrativas.

Em síntese, a partir da análise das trajetórias como eixo organizador do agir social das pessoas que compõem o mundo do midiativismo feminista, identifica-se que o desenvolvimento de uma identidade coletiva entre o grupo e a sensação de pertencimento fomentam o engajamento de atrizes e atores e dão continuidade ao espaço que elas(es) partilham não só como ambiente de trabalho, mas também como rede de apoio e de interações que as fazem ter esperança no potencial transformador que elas(es) encontram em seus próprios afetos.

Referências

ANDRADE, S. A. **Comovidos**: engajamentos e emoções na Mídia NINJA. Brasília: Universidade de Brasília, 11 mar. 2020.

ARRUZZA, C.; BHATTACHARYA, T.; FRASER, N. **Feminismo para os 99%**: um manifesto. [s.l.] Boitempo Editorial, 2019.

BARD, C.; BLAIS, M.; DUPUIS-DÉRI, F. (Eds.). **Antiféminismes et masculinismes d'hier et d'aujourd'hui**. Paris: PUF, 2019.

BECKER, H. S. **Art Worlds**. Berkeley: University of California Press, 1982.

BENTES, I. **Mídia-multidão**: Estéticas da Comunicação e Biopolíticas. 1a edição ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2015.

BRAIGHI, A. A.; CÂMARA, M. T. O que é midiativismo? Uma proposta conceitual. Em: BRAIGHI, A. A.; LESSA, C. H.; CÂMARA, M. T. (Eds.). **Interfaces do Midiativismo**: do conceito à prática. Belo Horizonte: CEFET-MG, 2018.

BREDA, H. **Les féminismes à l'ère d'Internet**: Lutter entre anciens et nouveaux espaces médiatiques. 1er édition ed. Bry-sur-Marne: Institut National de l'Audiovisuel, 2022.

CASTRO, M. G.; ABRAMOVAY, M. Quarta onda ou um Feminismo Maremoto? Significados do “#ELE NÃO” nas ruas do Brasil. **Juventude.br**, n. 17, p. 23–31, 2019.

CERVULLE, M.; JULLIARD, V. Le genre des controverses : approches féministes et queer. **Questions de communication**, v. 33, n. 1, p. 7–22, 2018.

CRUZ, M. H. S.; DIAS, A. F. Antifeminismo. **Revista de Estudos de Cultura**, v. 1, n. 1, 2015.

DEVREUX, A.-M.; LAMOUREUX, D. Les antiféminismes : une nébuleuse aux manifestations tangibles. **Cahiers du Genre**, v. 52, n. 1, p. 7–22, 2012.

DIAS, M. S. M.; BORELLI, V. Processualidades do midiativismo no acontecimento “Eu não mereço ser estuprada”. Em: BRAIGHI, A. A.; LESSA, C.; CÂMARA,

M. T. (Eds.). **Interfaces do Midiativismo: do conceito à prática**. Belo Horizonte: CEFET-MG, 2018. p. 838–859.

JOUËT, J. Digital feminism: Questioning the renewal of activism. **Journal of Research in Gender Studies**, v. 8, 28 abr. 2018.

JOUËT, J. **Numérique, féminisme et société**. Paris: Ecole des Mines, 2022.

JOUËT, J.; NIEMEYER, K.; PAVARD, B. Faire des vagues. Les mobilisations féministes en ligne. **Réseaux**, v. 201, n. 1, p. 21–57, 2017.

JULLIARD, V. #Theoriedugenre : comment débat-on du genre sur Twitter ?. **Questions de communication**, v. 30, n. 2, p. 135–157, 2016.

KOURY, M. G. P. **Uma comunidade de afetos: etnografia sobre uma rua de um bairro popular na perspectiva da antropologia das emoções**. 1a edição ed. Curitiba, PR: Appris Editora, 2018.

LE CAM, F.; PEREIRA, F. H.; RUELLAN, D. Violences publiques envers les journalistes et les médias : Introduction. **Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo**, v. 10, n. 1, p. 6–9, 15 jun. 2021.

LIMA, S.; MICK, J.; NICOLETTI, J. **Perfil do Jornalista Brasileiro**. Florianópolis, SC: Quorum Comunicações, 2022.

MESSIAS, J.; VIKATOS, P.; BENEVENUTO, F. **White, man, and highly followed: gender and race inequalities in Twitter**. Proceedings of the International Conference on Web Intelligence. Anais... Em: WI '17. Leipzig Germany: ACM, 23 ago. 2017. Disponível em: <<https://dl.acm.org/doi/10.1145/3106426.3106472>>. Acesso em: 6 jun. 2023.

MORRISSETTE, J.; GUIGNON, S.; DEMAZIÈRE, D. De l'usage des perspectives interactionnistes en recherche. **Recherches qualitatives**, v. 30, n. 1, p. 1, 2011.

OLIVEIRA, P. P. DE. A quarta onda do feminismo na literatura norte-americana. **Palimpsesto - Revista do Programa de Pós-Graduação em Letras da UERJ**, v. 18, n. 30, p. 67–84, 25 nov. 2019.

PAVEAU, M.-A. Feminismos 2.0: Usos tecnodiscursivos da geração conectada. Em: COSTA, J. L.; BARONAS, R. L. (Eds.). **Feminismos em convergências: discurso, internet e política**. Coimbra: Grácio Editor, 2020.

PEREZ, O. C.; RICOLDI, A. M. A quarta onda feminista: interseccional, digital e coletiva. **X Congresso Latino-americano de Ciência Política (ALACIP)**, 2019.

PINHEIRO-MACHADO, R. **Amanhã vai ser maior: O que aconteceu com o Brasil e possíveis rotas de fuga para a crise atual**. 1a edição ed. São Paulo, SP: Planeta, 2019.

SANTOS, L. DE F. Á.; MIGUEL, K. G. Perspectivas digitais na produção de conteúdo jornalístico feminista: plataformas e estratégias da Revista AzMina. **Intercom 42o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2019.

ZANELLO, V.; GOMES, T. Xingamentos masculinos: a falência da virilidade e da produtividade. **Caderno Espaço Feminino**, 1 jan. 2011.