

REPRESENTAÇÕES MIDIÁTICAS COMO FERRAMENTAS DE COMBATE AOS ESTEREÓTIPOS DE GÊNERO E DO MOVIMENTO FEMINISTA.

Angélica Hamasaki

angelica.hamasaki@uscsonline.com.br

Cleide Aparecida da Silva

cleide.wcj@gmail.com

Palavras-chave: 1. Feminismo. 2. Mídias sociais. 3. Comunicação

1. INTRODUÇÃO

Este estudo constitui da análise na influência das mídias sociais na distribuição de ferramentas de combate aos estereótipos referentes aos movimentos feministas, mais especificamente os “*memes*”, bem como à dualidade das informações apresentadas e propagadas em seu meio. Interpretando-as como meio necessário para promover mudanças a partir de um discurso próprio, capaz de fazer questionamentos e promover de forma clara e correta os objetivos do movimento. (MALINI; ANTOUN, 2013). Como objeto de observação será considerado o acervo do Museu de Memes, projeto criado por uma rede de pesquisadores integrantes do coLAB com apoio da Universidade Federal Fluminense (UFF), em Niterói. (Plataforma Museu de Memes, 2015.)

A apropriação dos meios de comunicação deu voz a grupos com papel educativo, o que possibilitou o resgate da história do movimento feminino e a multiplicação de seus sujeitos em massa. (CASTRO, 2020).

A mulher, por sua vez, tem um papel de extrema importância na luta pela justiça social, por seu papel político, democrático e de cidadão.

Falar sobre luta feminista é expor um duelo que vem de tempos remotos, pois ainda há um tabu e desconhecimento por grande parte da população. Esta falta de entendimento ocorre devido à má interpretação de sua veracidade e a credibilidade dada a estereótipos que circulam em diversos meios.

Com o avanço da tecnologia, novos meios de comunicação surgiram e, assim, os espaços físicos tornaram-se também digitais, com abrangência maior e potencialização das informações em massa. Porém, endereços digitais podem apresentar dualidade, com informações verídicas ou conteúdos irônicos ne distorcidos, levando grande parte da população a uma desinformação. (CASTRO,2020).

É dever social compreender e desconstruir a desinformação e garantir o acesso ao conhecimento verídico e fundamentado. Na observação do caráter dual e, principalmente, da exposição combativa e assertiva, é possível refletir suas repercussões e gerar maneiras de combate.

1.1. Pergunta Problema e Objetivos

Como se apropriam os discursos no combate aos estereótipos de gênero e do movimento feminista em mídias digitais imagéticas (memes)?

Objetivo

Analisar os “memes” como mídias sociais imagéticas de combate aos estereótipos de gênero relacionados ao movimento feminista.

2. METODOLOGIA

Trata-se de pesquisa exploratória e documental que seguiu as etapas descritas a seguir:

- Levantamento bibliográfico sobre o movimento feminista e o uso das redes sociais como ferramenta de discussão de movimentos político-sociais;
- Análise documental de postagens publicadas no acervo do Museu de Memes, sob categorias, por diversos usuários;
- Levantamento de formas de combate à desinformação para assegurar o acesso e a potencialização da veracidade dentro do tema;

A pesquisa foi fundamentada nos pressupostos de Bakhtin (BAKHTIN, 2003) e Santaella (SANTAELLA, 2012) para análise do discurso e das imagens.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A partir do levantamento no acervo do Museu de Memes (plataforma digital) pôde-se constatar a presença de campanhas impulsionadas por *hashtags*, desenvolvidas como resposta à perpetuações presentes no contexto social do momento e a conceitos estereotipados propagados em meios digitais.

Selecionamos cinco categorias de análise e utilizamos memes selecionados do acervo da exposição “Femimemes: rindo na cara do patriarcado”, realizada em 2017: “#MeuAmigoSecreto”; “#MeuPrimeiroAssedio”; “#TchauQuerida” ; “#WhoNeedsFeminism?” e “MasculinitySoFragile”.

As duas primeiras categorias surgiram com o intuito de denúncia e enfrentamento quanto a comportamentos sociais considerados hipócritas, mas também retrataram relatos de vítimas de assédio e abuso sexual. Já sob a *hashtag* “#TchauQuerida” encontram-se figuras criadas durante o processo de impeachment da ex-presidenta Dilma Rousseff, perpetuadas por mídias sociais sob discurso majoritariamente misógeno e de cunho sexual. Observamos nas duas últimas categorias selecionadas (“#WhoNeedsFeminism?” e “#MasculinitySoFragile”) um movimento de reflexão e questionamentos quanto à necessidade do movimento para todos e a manutenção de expectativas de gênero que influenciam comportamentos.

O embasamento bibliográfico seguiu a perspectiva de autores estudiosos do movimento político-social feminista e da presença das redes sociais não somente para (des)informação, mas como forma de comunicação na potencialização do feminismo e de pautas sociais.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando a necessidade de uma sociedade igualitária e justa na concepção e manutenção dos direitos de todos seus cidadãos, bem como a (ODS) 05, que busca “alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas”, a comunicação de interesse público faz-se presente ativamente no processo que incentiva estas lutas. A observação e análise de discursos nocivos propagados em redes sociais, ferramentas atuais e presentes na vida de grande parte da sociedade, é extremamente importante e de interesse público garantir a comunicação segura, verdadeira e eficaz.

Discursos distorcidos e informações falsas circulam por meios digitais há certo tempo, trazem repercussões e progressivamente podem crescer em alcance e modificações.

Nesta pesquisa, observamos as declarações publicadas no Museu do Meme, bem como o discurso presente nestas ferramentas modernas de combate. A partir desta análise, recomenda-se que novos estudos aplicados sejam desenvolvidos de modo a propor intervenções e produtos comunicacionais, considerando o público mais jovem, de modo a enfrentar a desinformação que produz estereótipos e difundir informações sobre as reais contribuições do feminismo na construção da cidadania e da justiça social.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADICHIE, Chimamanda N. **Sejamos Todos Feministas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BUTLER, Judith. **Problemas de Gênero: feminismo e subversão da identidade**. 8. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015

CASTRO, Priscila Rodrigues de. As lutas feministas e sua articulação pelas mídias digitais: percepções críticas. **Revista Katálisis**, Florianópolis, v.23, n. 3, p. 459-469, set/dez, 2020. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-02592020v23n3p459>. Acesso em: 15 de maio de 2022.

HOOKS, Bell. **O feminismo é para todo mundo: políticas arrebatadoras**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2018

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais: Linguagens, ambientes e redes**. Rio de Janeiro: Vozes, 2014.

MIGUEL; BAROLI. **Feminismo e política: uma introdução**. São Paulo : Boitempo, 2014.

ROSSO, Gisele; SILVESTRIN, Celsi Brönstrup. Comunicação pública como prática de responsabilidade social das organizações públicas. **Revista Organicom**, v.10,n.18,2013. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139181/134523>. Acesso em: 20 de maio de 2022.

SANTAELLA, Lúcia. **Leitura de imagens**. São Paulo: Melhoramentos, 2012.

Universidade Federal Fluminense. **Museu de Memes**, 2015. Site criado para distribuição de mídias imagéticas temáticas. Disponível em: <https://museudememes.com.br/nossa-historia>. Acesso em: 25 de maio de 2022.