

# **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 misógino 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.