

# Discursos y contenidos en el entorno digital. Análisis desde América Latina

Lida Ximena Tabares Higueta, Ana María Valencia Henríquez  
y Edwin Alexander Amaya Vera (Compiladores)



303  
D611

Discursos y contenidos en el entorno digital. Análisis desde América Latina / Lida Ximena Tabares Higueta [ y otros 19] – Medellín: UPB, 2022.  
247 p., 14 x 23 cm. – (Ciencias Sociales No. 23)  
ISBN: 978-628-500-067-6 (versión digital)

América Latina – Aspectos Políticos 2. Redes sociales – Aspectos sociales –  
3. América Latina – Impacto ambiental

CO-MdUPB / spa / rda  
SCDD 21 / Cutter-Sanborn

© Varios autores  
© Editorial Universidad Pontificia Bolivariana  
Vigilada Mineducación

**Discursos y contenidos en el entorno digital. Análisis desde América Latina**

ISBN: 978-628-500-067-6 (versión digital)

DOI: <http://doi.org/10.18566/978-628-500-067-6>

Primera edición, 2022

Escuela de Ciencias Sociales

Facultad de Comunicación Social-Periodismo

CIDI. Grupo: GICU - Grupo de Investigación en Comunicación Urbana. Proyecto: "Discurso político como factor de permanencia del conflicto en Colombia. Análisis de su presencia en Twitter". Radicado:445C-02/19-17

**Gran Canciller UPB y Arzobispo de Medellín:** Mons. Ricardo Tobón Restrepo

**Rector General:** Pbro. Julio Jairo Ceballos Sepúlveda

**Vicerrector Académico:** Álvaro Gómez Fernández

**Decano Escuela de Ciencias Sociales:** Omar Muñoz Sánchez

**Directora Facultad de Comunicación Social-Periodismo:** María Victoria Pabón Montealegre

**Editor:** Juan Carlos Rodas Montoya

**Gestora Editorial:** Eliana María Urrego A.

**Diagramación:** Transparencia duo

**Corrección de Estilo:** Eduardo Franco

**Foto Portada:** Shutterstock 1391852696 y 2018017004

**Dirección Editorial:**

Editorial Universidad Pontificia Bolivariana, 2022

Correo electrónico: [editorial@upb.edu.co](mailto:editorial@upb.edu.co)

[www.upb.edu.co](http://www.upb.edu.co)

Telefax: (57)(4) 354 4565

A.A. 56006 - Medellín - Colombia

**Radicado:** 2196-10-05-22

Prohibida la reproducción total o parcial, en cualquier medio o para cualquier propósito sin la autorización escrita de la Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.

#exposedCG: reflexões  
sobre o ciberativismo  
no Twitter e o feminismo  
de *hashtag*<sup>1</sup>

#exposedCG: reflexiones sobre  
el Ciberactivismo en Twitter  
y el feminismo *Hashtag*

Isabella Szabor Machado Mustafé<sup>2</sup>  
Isabela Lefol Arruda<sup>3</sup>  
Jhayne Geovana Santos Lima<sup>4</sup>  
Magno Medeiros<sup>5</sup>

- 
- 1 O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.
  - 2 Isabella Mustafé. Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal de Goiás (UFG), Brasil, e-mail: szabor.isa@gmail.com.
  - 3 Isabela Arruda. Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal de Goiás (UFG), Brasil, e-mail: isabelalefol@gmail.com.
  - 4 Jhayne Lima. Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal de Goiás (UFG), Brasil, e-mail: jhaynegeovana@gmail.com.
  - 5 Magno Medeiros. Professor titular da Universidade Federal de Goiás (UFG), Doutor em Ciências da Comunicação, Brasil, e-mail: magno@ufg.br.

## Resumo

Este artigo busca compreender o fenômeno da hashtag #exposedCG, baseado na perspectiva teórica do ciberativismo e do feminismo de hashtag. No mês de junho de 2020, mulheres expuseram na plataforma Twitter casos de violência de gênero que sofreram em Campo Grande, Mato Grosso do Sul, Brasil. A proposta abrange a compreensão do fenômeno e desdobramentos gerados a partir do compartilhamento da hashtag analisando suas particularidades e características gerais dentro do referencial teórico. Uma extração de 20 tweets com números mais expressivos de retweets, por ser a ação que mais contribui para a circulação da hashtag, foi realizada e, para interpretação e inferência dos dados, utilizou-se a metodologia de Análise de Conteúdo, com foco na técnica da Análise Temática. Conclui-se que o exemplo tem potencialidade para se configurar como ato de ciberativismo pela mobilização e alcance gerados e está, de certa forma, alinhado ao movimento feminista, pois evidencia e coloca em debate a questão da violência de gênero, além da formação de conexões afetivas.

**Palavras-chave:** Comunicação, Ciberativismo, Feminismo de *hashtag*.

## Resumen

Este artículo busca comprender el fenómeno del *hashtag* #exposedCG, a partir de la perspectiva teórica del ciberactivismo y el feminismo de *hashtag*. En junio de 2020, mujeres expusieron en la plataforma de Twitter casos de violencia de género que sufrieron en Campo Grande, Mato Grosso do Sul, Brasil. La propuesta abarca la comprensión del fenómeno y los desarrollos generados a partir de la compartición del *hashtag* analizando sus particularidades y características generales dentro del marco teórico. Se realizó una extracción de 20 *tweets* con los números de retuits más representativos, por ser la acción que más contribuye a la circulación del *hashtag*, y para la interpretación e inferencia de los datos se utilizó la metodología de Análisis de Contenido, centrándose en la técnica del Análisis Temático. Se concluye que el ejemplo tiene el potencial de configurarse como un acto de ciberactivismo por la movilización y el alcance que genera y está, en cierto modo, alineado con el movimiento feminista, pues destaca y pone en debate el tema de la violencia de género, además de la formación de vínculos afectivos.

## Palabras clave

Comunicación, Ciberactivismo, Feminismo *hashtag*.

# 1. Introdução

Diversas mulheres denunciaram casos de abuso ou agressão, de diferentes tipos através da #Exposed, que se espalhou por várias partes do território brasileiro, acompanhada das siglas ou nome do local em que estariam sendo feitas tais denúncias na Internet. O presente trabalho analisa a *hashtag* #ExposedCG, na qual mulheres de Campo Grande (MS) relataram suas histórias.

Buscamos compreender o fenômeno da #ExposedCG por meio de sua organização on-line na plataforma Twitter, para investigar quais temáticas relacionadas tiveram maior circulação e repercussão. Observamos em que medida o movimento se encaixa dentro da construção das narrativas feministas, através da interpretação do ciberativismo e feminismo de *hashtag*. Temos como hipótese que a *hashtag* em análise é essencial principalmente para que os relatos de agressão ganhem mais alcance e a violência de gênero seja um assunto pautado e discutido. É importante destacar que não é objetivo do estudo tratar o tema de forma exaustiva, nem promover um panorama aprofundado sobre o fenômeno, pela brevidade do artigo.

As definições de emissor e receptor na comunicação eram mais delimitadas e com a Internet tais papéis se entrelaçam cada vez mais. É o que Jenkins (2006) chama de cultura participativa. Essa visão rompe com a ideia de que o receptor é passivo à mensagem, ele também interage e produz. Neste ciclo de produção e reprodução das mensagens, cada vez mais pessoas se conectam e surgem novas formas de mobilização.

As definições de tais movimentos conectados às redes digitais podem variar, assim como os termos utilizados. Para o presente trabalho, utilizamos a definição de ciberativismo apontada por Malini e Antoun (2013) criada em 1984, que seria sinônimo de “ações coletivas coordenadas e mobilizadas coletivamente através da comunicação distribuída em rede interativa” (p. 20). Dentre os vários fenômenos que surgem no ciberativismo, destacamos o que ficou conhecido como *hashtag* de ativismo, que pode ser definido como um “protesto discursivo nas redes sociais unidos por meio de uma palavra, frase ou sentença com *hashtag*” (Yang, 2016, p. 13).

## 2. Referencial teórico

---

### 2.1. O uso das hashtags no Twitter e o ciberativismo

Com a ampliação e popularização do acesso à Internet, cada vez mais formas de conversação em rede foram surgindo (Recuero, 2012) e conseqüentemente, novas formas de mobilização on-line. Dentre tantos espaços e plataformas digitais, o Twitter tem se destacado por ser palco de diversos movimentos ativistas. Uma das primeiras modificações adicionadas à plataforma foi o desenvolvimento das *hashtags*, que alterou a lógica da plataforma, por ser um tipo de marcador de assunto, um indexador, que permite que qualquer palavra se torne um *link* que leva o usuário para outras postagens com a mesma marcação, possibilitando a participação de diferentes pessoas em uma mesma discussão sobre o mesmo assunto.

Com o passar dos anos, vários movimentos passaram a se apropriar deste elemento como ferramenta para promoção de suas causas, para que fossem vistas, como o #BlackLivesMatter, #MeToo, #VemPraRua, #OGiganteAcordou, etc. Movimentos ligados à pauta feminista também passaram a se apropriar dos usos da *hashtag*, criando o feminismo de hashtag (*hashtag feminism*). No Brasil, temos como exemplo casos que ganharam grande visibilidade da mídia, como #PrimeiroAssédio, #MeuAmigoSecreto, #VamosJuntas, e outras.

Outra função do Twitter que ampliou ainda mais a capacidade das *hashtags* foi o *Trending Topics*, mostrando em tempo real quais são os assuntos mais comentados no momento. Essa estrutura de textos curtos e monitoramento de assuntos fez com que este espaço se tornasse propício para vários debates ultrapassem barreiras de região. Ainda que o Twitter não seja a rede social mais utilizada<sup>6</sup>, a

---

6 Segundo o site Statista (2020), entre as redes sociais mais populares, o Twitter figura apenas da décima quinta posição, quando levado em consideração o número de usuários ativos por milhão.

facilidade para entrar na discussão é tamanha que, em pouco tempo, um assunto isolado pode alcançar milhares de pessoas. Malini e Antoun (2013, p. 229) destacam essa facilidade como característica do ciberativismo, em que “cada mobilização convocada abre um novo campo de lutas, podendo incorporar assim mais ciberativistas e atrair um número maior de simpatizantes na Internet”.

Com o passar do tempo, as *hashtags* começaram a ganhar novos significados nas redes, incluindo o político. *Hashtags* se tornaram uma nova forma de slogan (Kotler, 2016), mas mais que em campanhas de marketing, também como slogans políticos e ativistas.

[...] uma hashtag pode garantir às pessoas que elas estão conectadas a outras pessoas. Uma hashtag afirma que um canal de comunicação está aberto, que ser ouvido é possível, e que uma rede interdependente de laços sociais entre nós igualmente viáveis pode ser tornada visível para fins de navegação quando necessário. Uma hashtag promete que as pré-condições para amplificar um sinal coletivo já existem (Losh, 2019, [s.n.], tradução nossa).

No mundo inteiro foram reportados movimentos on-line, caracterizados como ciberativismo, e em muitos casos, fazendo o uso de *hashtags*. As mobilizações no ambiente digital geraram controvérsias entre os pesquisadores quanto aos seus reais efeitos políticos. O termo *slacktivism* é muitas vezes utilizado de forma negativa, um neologismo do inglês que seria “falta de ativismo”, como se as mobilizações on-line raramente representassem uma mudança política efetiva, mas servem apenas para os participantes se sentirem bem consigo mesmos (Morozov, 2009).

Ainda que não seja possível de fato comprovar a plena efetividade política dos movimentos on-line, a ampla divulgação de informações e novas formas de se conectar com pessoas revelam um novo mundo de possibilidades, pois aumenta o número em potencial de pessoas envolvidas em uma mesma causa, criando assim um terreno fértil para a diversificação do que entendemos como participação política (Christensen, 2011). Tal participação, adesão ao tema, seja

online ou offline, é o que consideramos como mobilização<sup>7</sup>: a possibilidade de envolvimento e engajamento.

Dessa forma, o ativismo de *hashtag* pode tomar diversas proporções e gerar diferentes resultados.

[...] ao indexar suas mensagens sobre o mundo em uma *hashtag*, o perfil de uma rede faz da *tag* um movimento de apresentação da ação política em seu assunto e transforma as mensagens em quantidades intensivas de argumentos de uma controvérsia. A *hashtag* cria um regime de atenção cujo principal motor reside na capacidade da *tag* ser controversa e inconclusa, porém influente (Malini e Antoun, 2013, pp. 214-215).

Assim, diferentes narrativas começam a ser construídas, de forma colaborativa por toda a *timeline* e por pessoas de diferentes espaços geográficos para apresentar uma pauta política. O que importa é sua influência, a circulação que adquire nas redes pelo compartilhamento, *retweets*, comentários, ou curtidas. Os autores apontam que “não há dúvida de que a lógica de rede do movimento apenas estrutura o modo como a mobilização política acontece” (Malini e Antoun, 2013, p.233) e no contexto, a criação de um “perfil oficial” fortalece a mobilização:

Uma das características nos grandes protestos é a emergência do “perfil oficial” de um ato de mobilização. De base anônima ou coletiva, os perfis oficiais ativistas se destinam a publicar convocações de encontros, resultados de decisão coletiva, testemunhos de repressão e compartilhamentos de canais de transmissão ao vivo dos protestos. Eles atestam e, ao mesmo tempo, distribuem os registros principais dos acontecimentos. Atuam como coordenadores da mobilização, e não como produtores de reflexão sobre os rumos da manifestação. (Malini e Antoun, 2013, pp. 228)

---

7 Entendemos que o conceito de mobilização apresenta diversas acepções, de acordo com o contexto e autores utilizados. Não faz parte do escopo deste artigo promover tal debate.



Destaca-se, no pensamento dos autores, o caráter anônimo desses perfis ativistas como forma de assegurar uma mínima segurança tanto para quem cria, quanto para quem busca o perfil com o intuito de preservar sua identidade ao denunciar e expor alguma violência. Tais perfis registram os acontecimentos, como mensagens de apoio e desdobramentos. Configuram-se como centralizadores da mobilização.

## 2.2. Narrativas feministas e feminismo de *hashtag*

De forma singular, o movimento feminista luta para construir, expor e evidenciar narrativas, e com as novas tecnologias, se expandem para o mundo on-line. Como Clark (2016) aponta, o feminismo de *hashtag* pode ser enquadrado como uma extensão das táticas discursivas historicamente enraizadas do movimento.

Um tweet pode ser sobre algo tão mundano como uma xícara de café matinal de um usuário, mas quando combinado com o poder das *hashtags* em rede, o fervor político dos ativistas digitais e a influência discursiva da narrativa coletiva, as expressões pessoais online podem se transformar em ação coletiva on-line (Clark, 2016, pp. 800-801, tradução nossa).

Nas campanhas feministas sobre violências de gênero, a expressão individual por meio das redes sociais incentiva que mais mulheres relatem suas experiências, como por exemplo, a hashtag #PrimeiroAssedio, lançada em 2015 e replicada mais de 100 mil vezes no Twitter<sup>8</sup>. Após a exibição de um episódio do Masterchef Júnior, reality show brasileiro de culinária protagonizado por crianças, uma participante de 12 anos foi alvo de comentários de teor sexual postados no Twitter e no dia seguinte os *tweets* alcançaram os *trending topics*. Em resposta, a organização não-governamental Think Olga, que visa sensibilizar a sociedade quanto às questões de gênero, lançou a hashtag #PrimeiroAssedio, incentivando mulheres a contar suas primeiras experiências de assédio.

---

8 Think Olga, 2015.

No seu estudo sobre esta campanha, Almeida (2019) notou que o ato de contar histórias gerou a criação de identificações afetivas, levando que outras mulheres também compartilhassem as suas. Ademais, o fluxo de narrativas e as interações promovidas com frases como “Eu sei como é” ou “Tive uma experiência parecida” fez com que mulheres relembassem fatos que haviam esquecido (o que costuma acontecer devido a traumas), e que, ao serem ouvidas, passaram a se sentir melhor sobre o assunto. Frases de apoio, como “não é sua culpa” ou “eles quem deveriam se envergonhar”, também apareceram. Uma frase comum era “Eu nunca contei isso antes”.

[...] a ideia de falar, mesmo com a exposição necessária do que antes era sentido como algo para se envergonhar, que nunca foi mencionado antes, é vista como potencialmente libertadora e fortalecedora. A própria narrativa em primeira pessoa parece significar um alívio, mas o ato de ser reconhecido e os comentários de apoio são fonte de laços afetivos. Eles produzem a sensação de serem o mesmo tipo de pessoa, criando de alguma forma uma identidade feminista (Almeida, 2019, p. 33, tradução nossa).

Além do sentimento de vergonha, o medo é um fator que impede mulheres de denunciar, principalmente porque muitas vezes os agressores são pessoas já conhecidas da vítima e até da convivência diária<sup>9</sup>. Portanto, a identificação de vivências cotidianas similares promove a formação de redes de apoio; conecta histórias, pessoas e sentimentos. Para Clark (2016) uma característica da narrativa lógica da *hashtag* é a “sua possibilidade de produzir e conectar histórias individuais” (p. 789), que por sua vez também fomenta seu crescimento político.

A participação ativa em mobilizações on-line aumenta a capacidade do movimento da campanha de avançar em suas reivindicações, chamando a atenção para a *hashtag* e também para o problema citado (Clark, 2016). Na *hashtag* #PrimeiroAssedio, a situação inicial explicitou a “cultura de estupro”, abordou casos de pedofilia,

---

9 Estupro no Brasil: uma radiografia segundo os dados da Saúde”, IPEA, 2014. <https://bit.ly/3ts3s9S>

e diversos casos que foram relatados como “primeiro assédio” eram casos de violência sexual, que segundo a legislação brasileira, casos de estupro ou tentativa de estupro (Almeida, 2019). A campanha também revelou que 9,7 anos é a idade média do primeiro assédio<sup>10</sup>.

Quebrar o silêncio representa um importante passo para a vítima da violência de gênero. Clark (2016) explica que “o feminismo de *hashtag*, em sua forma, conteúdo e processo de produção, empodera seus usuários a assumir o controle das narrativas socioculturais associadas a suas identidades e experiências subjetivas” (p. 798, tradução nossa). O compartilhamento da própria história representa uma transformação interna, de controle de sua própria narrativa, e externa, voltadas para mudança.

As narrativas retrospectivas *tweetadas* pelos sobreviventes não irão apenas desconstruir interpretações problemáticas de suas experiências passadas com a violência doméstica, mas também irão estabelecer novas reivindicações de definição sobre uma questão social presente, mobilizando mudanças na forma de novas interpretações que clamam por novas respostas à violência doméstica (Clark, 2016, p. 798, tradução nossa).

Do mesmo modo, o uso da *hashtag* pode produzir respostas alternativas a um determinado fenômeno, como no caso da *hashtag* #WhyIStayed que gerou uma mudança discursiva perceptível no meio off-line, como demonstrado por Clark (2016). Em 2014, nos Estados Unidos, um jogador da National Football League (NFL) foi filmado agredindo fisicamente sua noiva no elevador. A *hashtag* #WhyIStayed foi lançada em defesa de vítimas de violência doméstica, levantando um debate público sobre o motivo da vítima e tantas outras optarem por permanecerem com seus agressores. O discurso predominante midiático era o de culpabilização da vítima. A autora observou que depois do grande impacto da campanha, a NFL mudou sua imagem pública condenando o discurso hegemônico de culpabilização e apoiando a campanha.

---

10 Think Olga, 2015.

## 2.3. O caso #exposedCG

A hashtag #exposedCG foi utilizada na plataforma Twitter por diversas mulheres para denunciar casos de abuso que sofreram em Campo Grande, Mato Grosso do Sul, Brasil, e expor seus agressores. A primeira publicação que gerou essa movimentação e debate foi postada no dia 01 de junho de 2020 e no mesmo dia alcançou os *Trending Topics* Brasil como um dos assuntos mais comentados. Chegou a ter 25,7 mil tweets taggeados, 24,2 mil usuários utilizando-a e 16,6 milhões de alcance<sup>11</sup>.

O termo “exposed”, originalmente em inglês, significa “exposto(a)” e no meio virtual remete ao ato de expor uma pessoa, figura pública ou sem fama, que teve um mau comportamento ou cometeu um crime, como os de violência de gênero, e que até determinado momento foi mantido em silêncio. No caso, “CG” são as iniciais da cidade Campo Grande, local onde as mulheres sofreram os abusos e o segundo estado do país com maior incidência de processos de violência contra a mulher<sup>12</sup>.

É importante pontuar que, do ponto de vista comunicacional, há uma diferença entre a #ExposedCG e as outras citadas no movimento do feminismo de *hashtag*. Enquanto a #MeToo (traduzida como “Eu também), #WhyIStayed (“Porque fiquei”) e a #PrimeiroAssedio, apresentam no nome do movimento o foco na subjetividade de quem conta o relato, a perspectiva de quem foi vítima e que toma o controle da narrativa para contar que também sofreu, o motivo de ter ficado ou como foi o primeiro assédio, a #Exposed, por sua tradução ser “exposto”, dá ênfase no outro, no agressor e em sua exposição. Contudo, como veremos na análise, a exposição é uma etapa dessa movimentação, que desencadeia o apoio e alcançou grandes proporções.

---

11 Dados obtidos pelas autoras em um relatório produzido por meio da ferramenta *Keyhole*.

12 De acordo com a pesquisa O Poder Judiciário na aplicação da Lei Maria da Penha realizada pelo Conselho Nacional de Justiça (CNJ) em 2018.

A *hashtag*, no entanto, não começou a ser utilizada pelas mulheres de Campo Grande. Antes, um movimento em todo o território brasileiro tomou conta da Internet, com mulheres de várias cidades expondo casos de violência e abuso. Foram registradas *hashtags* como #ExposedSaoPaulo, #ExposedRJ, #ExposedCariri, #ExposedManaus, #ExposedLondrina. O movimento se iniciou no final de maio e se estendeu por junho. Segundo o portal Universa (Brandalise, 2020), foram relatados casos de estupro, assédio sexual e importunação sexual, entre outras denúncias de violências de gênero.

Em Campo Grande, a primeira *hashtag* com o termo #ExposedCG foi postada no dia 27 de maio pelo perfil @mthslva (2020). Contudo, a *hashtag* ganhou grandes proporções na cidade entre o dia 1 e 2 de junho, quando o perfil @murbasi (2020) reuniu relatos de mulheres da cidade e expôs em seu perfil. A postagem teve 869 *retweets* e 2,6 mil *likes* até o momento da análise.

### 3. Metodologia

Seguimos as práticas metodológicas definidas por Bardin (2011) em relação à Análise de Conteúdo, baseadas nos procedimentos de codificação, categorização e inferência. Na codificação, há a transformação dos dados brutos através do recorte, enumeração, classificação e agregação. A categorização é a etapa de classificação dos elementos de acordo com os critérios estabelecidos. A inferência corresponde à análise em si, a interpretação do material que foi coletado e organizado. Focamos na técnica da Análise Temática que, segundo Bardin (2011), consiste em “descobrir os ‘núcleos de sentido’ que compõem a comunicação e cuja presença, ou frequência de aparição, podem significar alguma coisa para o objetivo analítico escolhido” (p. 135).

A partir da extração e análise de dados, definimos cinco categorias: a) Participação da Audiência, b) Mensagens de Apoio, c) Relatos, d) Desdobramentos, e e) Não-relacionados. Cabe ressaltar que para o presente trabalho, a análise levou em consideração apenas os textos das postagens.

Tabela 1 Categorias da Análise Temática

Categorias	Descrição
Participação da Audiência	Tweets realizados por pessoas que não têm ligação direta com a hashtag, como o agressor (exposto) ou a vítima (que realiza o <i>exposed</i> ), que, ao interagirem com a <i>hashtag</i> , contribuem para aumentar o alcance e chamar atenção para a pauta.
Mensagens de Apoio	Referente às postagens de apoio à vítima, como agradecimentos, ou se dispondo a romper qualquer tipo de relação que tenha com algum agressor.
Relatos	O próprio discurso de <i>exposed</i> , são as denúncias das vítimas.
Desdobramentos	Relacionado às repercussões, on-line ou off-line, de algum <i>exposed</i> .
Não-relacionados	Conjunto de publicações que, sem o auxílio de imagens, não foi possível decodificar nem classificar.

Nota. Esta tabela descreve as categorias temáticas. Elaborado pelos autores.

Selecionamos 20 *tweets* principais com a *hashtag* #exposedCG do dia 2 de junho, pois foi o dia com maior menção da *hashtag*. Com a ferramenta “busca avançada” disponibilizada pelo Twitter, procuramos por postagens que utilizaram a *hashtag*. Para selecionar quais *tweets* seriam analisados, recorremos às postagens com número mais expressivo de *retweets*, por consideramos ser a ação que mais contribui para a circulação da *hashtag*. Foi construído um quadro de mapeamento para visualização dos dados de interação de cada *tweet*. Com os dados do *corpus* organizados, agrupamos os tweets de acordo com as temáticas que foram identificadas, dispostos na tabela 2 abaixo.

Tabela 2 Tweets separados por temáticas

Temática	Quantidade de tweets	Retweets	Tweets de comentários	Curtidas	Total de Retweets
Participação da Audiência	5	944	15	3mil	1621
		431	66	1,6 mil	
		116	10	395	
		94	3	621	
			1	334	
Mensagens de apoio	5	823	29	3 mil	1275
		171	4	587	
		132	4	375	
		75	4	993	
			6	367	
Relatos	5	96	12	1,4 mil	326
		80	32	415	
		54	3	117	
		48	4	636	
			4	421	
Desdobramentos	1	120	29	158	7
Não-Relacionados	4	151	7	845	48
		86	22	861	
		64	3	231	
			3	186	

Nota. Esta tabela mostra a quantidade de retweets dividido pelas temáticas.

Elaborado pelos autores.

Baseado no referencial teórico, dividimos os 20 tweets extraídos nas cinco temáticas, que serão explicadas abaixo. Pela disposição da tabela é possível notar que a quantidade de curtidas e comentários é alta também nos que têm maiores números de retweets. Acreditamos que tal fato se deve por ter maior circulação por meio dos retweets, logo, maior alcance e maior engajamento. Apenas a soma do retweets estão dispostas e em destaque na tabela por ser ação que promove a maior circulação dentro da platafor-

ma, visto que o tweet passa a aparecer e estar presente na timeline de quem retweetou.

## 4. Resultados e discussão

---

A primeira categoria, Participação da Audiência, refere-se à adesão on-line por pessoas que não são protagonistas da *hashtag* (agressor ou vítima), que interagem com a *hashtag* ampliando o alcance do movimento e chamando atenção para o problema citado. Nessa categoria, estão cinco *tweets*, que cobram um posicionamento mais ativo dos homens - e das pessoas que podem vir a presenciar uma situação de abuso, bem como demonstram e alertam para a dificuldade do processo de denúncia e sofrimento da vítima durante o processo. É possível observar em um dos *tweets* que o autor critica a educação patriarcal presente na sociedade e pede para que o ensino seja direcionado aos homens, para que não se tornem futuros estupradores, e não direcionado às mulheres, que são as vítimas deste sistema.

Já a categoria Mensagens de Apoio corresponde a cinco *tweets*. São postagens em que pessoas se declaram do lado da vítima, inclusive pedindo para que a mulher seja avisada se for amiga do agressor e agradecimento por quem denunciou não ter se calado. Um dos *tweets* é um comentário referente aos questionamentos e dúvidas gerados contra as vítimas em casos de assédio sexual. Muitas vezes, a palavra da mulher não é validada e não é o suficiente em denúncias de violência, seja ela moral, psicológica, física, etc. A autora da publicação diz que prefere ficar do lado da vítima a duvidar e isso demonstra o sentimento de solidariedade e empatia. Mesmo não estando diretamente relacionada àquilo, a pessoa oferece apoio e une forças para evitar que o crime fique impune. Em outro exemplo, a autora se coloca à disposição das vítimas para que elas entrem em contato caso estejam precisando de ajuda ou não estejam confortáveis em denunciar os abusos pelo próprio perfil. Todos os *tweets* desta categoria foram publicados por mulheres e isso pode estar relacionado ao conceito de sororidade, que trata do comportamento de união e solidariedade entre meninas e mulheres.



A categoria Relatos está relacionada às denúncias da vítima, sendo cinco. Dentre esses, duas pessoas denunciaram seus casos por meio da *hashtag* e identificando o nome do agressor, outras são pessoas que já expuseram e outras que ainda vão expor. De forma mais detalhada, em um dos casos, além de identificar o agressor como forma de alertar outras mulheres e possíveis vítimas, a autora do *tweet* comenta sobre os impactos causados pelo abuso psicológico que sofreu e que isso prejudicou sua vida de diversas formas. Em outro exemplo, uma vítima expõe que sente medo dos julgamentos que serão gerados após o desabafo, mas afirma que a situação de abuso está insustentável.

A categoria Desdobramentos refere-se a uma postagem apenas em que uma pessoa retrata uma situação na qual outra que foi alvo de um relato do *#exposed*, como agressor, foi agredido. É comentado no *tweet* que o indivíduo agredido após a exposição foi responsável por dopar a vítima antes do abuso e que como consequência do movimento criado por meio da *hashtag*, algumas pessoas foram atrás dele como forma de se vingar.

A Não-Relacionados corresponde a quatro postagens, pois são frases curtas que não fazem sentido sozinhas. Pode ser que haviam imagens ou prints vinculadas ao *tweet*, mas na análise consideramos apenas a parte textual, portanto não foi possível enquadrá-las em outras categorias.

Diante da análise, notamos que a maioria dos *tweets* publicados se direciona de forma positiva ao uso da *hashtag* e ao movimento criado. Ações de apoio e participação foram geradas por meio desse uso e além do alcance na própria plataforma, a discussão pautou o conteúdo noticioso da região. A discussão que estava resumida a um grupo de uma plataforma em específico se expandiu e chegou a outros públicos por meio dos veículos de imprensa.

Por meio de uma breve pesquisa no sistema de busca de notícias do Google, observamos que pelo menos 20 matérias jornalísticas foram publicadas sobre a *#ExposedCG* entre os dias 2 de junho e 25 de julho de 2020. Os dois principais veículos de imprensa on-line de Mato Grosso do Sul foram os responsáveis pelo maior

número de notícias publicadas. O Jornal Midiamax publicou seis matérias, sendo a primeira intitulada “Exposedcg: vítimas denunciavam agressores e estupradores de Campo Grande no Twitter<sup>13</sup>” e aborda a rede de apoio criada por meio das reproduções dos *tweets*. O veículo Campo Grande News também publicou seis notícias e a primeira “Três já procuraram a polícia por serem citados no #exposedcg<sup>14</sup>” é focada nos desdobramentos gerados com a repercussão dos relatos e não na gravidade dos abusos realizados.

Campo Grande foi a primeira capital a receber a Casa da Mulher Brasileira, órgão onde mulheres vítimas de violência doméstica recebem atendimento de forma integral, e Mato Grosso do Sul tem altos índices de casos de violência contra a mulher, como supracitado. Constantemente pautas relacionadas são veiculadas à seguridade da mulher e esse fenômeno em si foi responsável por evidenciar e fortalecer a discussão dessa problemática.

Por um lado, não é possível dizer que as movimentações digitais relacionadas ao #ExposedCG representam ou vão representar uma mudança política efetiva, pelo pouco período de tempo que ocorreu e pela metodologia adotada. O movimento da *hashtag* #ExposedCG apresenta características similares ao ciberativismo pela sua mobilização coletiva e distribuição em rede interativa (Malini e Antoun, 2013), percebida no número de *retweets*, ou seja, a circulação das temáticas, e pela construção de diferentes narrativas feministas com o uso da *hashtag*.

É possível perceber que Participação da Audiência (1621 *retweets*), Mensagens de Apoio (1275 *retweets*), e Relatos (326 *retweets*), foram as temáticas com maior circulação na rede, o que nos dá indícios de como ocorreu a articulação on-line através das diferentes abordagens vinculadas à *hashtag* #ExposedCG.

---

13 Disponível em: <https://bit.ly/3E7wukm>.

14 Disponível em: <https://www.campograndenews.com.br/cidades/capital/tres-ja-procuraram-a-policia-por-serem-citados-no-exposedcg>

Notar que a categoria “participação da audiência” tem o maior número de *retweets* demonstra que há uma participação presente e forte das pessoas no movimento pela causa que ele representa. Segundo Clark (2016), a participação ativa da audiência por meio do feminismo de *hashtag* é um elemento que aumenta a visibilidade da *hashtag* e do problema abordado, bem como aumenta a capacidade do movimento de alcançar suas reivindicações. Nesta categoria, há postagens cobrando uma maior responsabilização masculina frente aos problemas das desigualdades de gênero, principalmente a culpabilização da vítima, e na aceitação de comportamentos abusivos cometidos por amigos próximos. Podemos inferir que existe uma cobrança de autocrítica e de conscientização para que os homens se informem mais sobre a questão e não corroborem com situações de violência.

## 5. Conclusões

Campanhas feministas on-line são capazes de pautar publicamente a discussão sobre agressões e criar conexões afetivas. Portanto, o alto número de *retweets* de “mensagens de apoio” denota o desenvolvimento de um ambiente digital propício para a criação de laços afetivos e de uma identidade feminista (Almeida, 2019). É importante ressaltar que este aspecto, a formação de afetos e apoio, é um elemento comum do feminismo de *hashtag*, mesmo que, do ponto de vista comunicacional, o #ExposedCG se diferencie das outras.

O rompimento com o silêncio por meio do relato, o ato de expor algo que antes era sentido como um motivo de vergonha, como ter sofrido uma violência de gênero, é visto como potencialmente libertador e fortalecedor (Almeida, 2019), o que evidencia a importância da terceira temática dos “relatos”. Ainda, ressaltamos que a temática que mais circulou na rede não foi esta, como anteriormente se acreditava, pelo fato da *hashtag* ter sido criada justamente para expor os casos.

A mobilização coletiva e distribuição em rede interativa, por meio de um “perfil oficial”, bem como a lógica de rede do movimento, características apontadas por Malini e Antoun (2013), são

aspectos importantes para analisar a potencialidade do movimento em se configurar como uma ação de ciberativismo. A *hashtag* foi importante para dar visibilidade às histórias, mas as temáticas que tiveram maior repercussão foram a Participação da Audiência e Mensagens de Apoio, o que não diminui o impacto narrativo da *hashtag*, mas demonstra uma diferente construção narrativa e de manifestação, que vai além de sua origem e proposta inicial de uso.

## Referências

- [@mthslva]. (27 de maio de 2020). Queria ver um #exposedCG [Tweet]. Twitter. Recuperado de <https://twitter.com/mthslva/status/1265649793214316550?s=20>
- [@murbasi]. (1 de junho de 2020). gente eu vou começar o #exposedcg pois já passou da hora de abusadores dessa cidade serem minimamente responsabilizados. quem quiser mandar algum caso de abuso/assédio a dm tá aberta [Tweet]. Twitter. Recuperado de <https://twitter.com/murbasi/status/1267581999130312706?s=20>
- Almeida, H. (2019). From shame to visibility: Hashtag Feminism and Sexual Violence in Brazil. *Revista Latino Americana - Sexualidad, Salud y Sociedad*, 33, 19-41.
- Brandalise, C. (07 de junho de 2020). “Exposed”: como denunciar casos de abuso e assédio nas redes com segurança. Universa. Recuperado em 20 de setembro de 2020 de <https://bit.ly/2Xb5tM6>
- Christensen, H. S. (2011). Political activities on the Internet: Slacktivism or political participation by other means?. *First Monday*, 16(2). <https://bit.ly/3CcF3bR>
- Clark-Parsons, R. (2016). “Hope in a hashtag”: the discursive activism of #WhyIStayed. *Feminist Media Studies*. 16 (5), 788-804
- Clement, J. (21 de agosto de 2020). Most popular social networks worldwide as of July 2020, ranked by number of active users (in millions). Statista. Recuperado em 20 de setembro de 2020 de <https://bit.ly/3BVsamc>
- Jenkins, H. (2006). *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph.
- KOTLER, Philip. (2018) *Marketing 4.0*. Leya.
- Malini, F.; Antoun, H. (2013). *A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais*. Porto Alegre: Sulina.

- Morozov, E. (19 de maio de 2009). The brave new world of slacktivism. Foreign Policy. Recuperado em 20 de setembro de 2020 de <https://bit.ly/3ldnvVU>
- Recuero, R. (2012). A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina,
- Think Olga. (18 de dezembro de 2015). Uma primavera sem fim. Recuperado em 20 de setembro de 2020 de <https://thinkolga.com/2015/12/18/uma-primavera-sem-fim/>
- Yang, G. (2016). Narrative Agency in Hashtag Activism: The Case of #BlackLivesMatter. Media and Communication, 4 (4), 13-17. <https://doi.org/10.17645/mac.v4i4.692>