

---

## A Resistência das Narrativas no Twitter: Uma Análise da Hashtag #NãoExisteEstuproCulposo<sup>1</sup>

Isabela Lefol ARRUDA<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

### RESUMO

O presente trabalho tem o objetivo central de explorar como narrativas de resistência se constroem no ambiente digital, especialmente no Twitter. Por meio da análise exploratória da hashtag #NãoExisteEstuproCulposa, busca-se aplicar o conceito de Yang (2016) de agência narrativa para compreender as características do movimento, que pode ser compreendido como feminismo por hashtag. A análise consegue identificar as características do movimento, bem como exemplificar como narrativas compartilhadas na Internet podem se tornar movimentos de resistência feminista.

**PALAVRAS-CHAVE:** agência narrativa; feminismo; Twitter; hashtag; comunicação.

### Introdução

No dia 03 de novembro de 2020 uma matéria no The Intercept causou grande comoção na Internet. A notícia publicada pelo portal possuía o seguinte título: “Julgamento de influencer Mariana Ferrer termina com tese inédita de ‘estupro culposo’ e advogado humilhando jovem”<sup>3</sup>. Em pouco tempo, diferentes pessoas começaram a se manifestar nas redes sociais a favor da jovem e condenando o resultado do julgamento. Segundo pesquisa do Internetlab (2020)<sup>4</sup>, a repercussão da matéria e do vídeo do caso gerou em média 20 tuítes por minuto. A agitação não parou por aí. Poucos dias depois, nos dias 07 e 08 de novembro, manifestações foram organizadas em diversas cidades do Brasil, em favor da jovem Mariana.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação para a Cidadania, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestranda do Curso de Comunicação da FIC-UFG, e-mail: isabelalefol@discente.ufg.br.

<sup>3</sup> Disponível em: <https://theintercept.com/2020/11/03/influencer-mariana-ferrer-estupro-culposo/>.

<sup>4</sup> Disponível em: <https://www.internetlab.org.br/pt/desigualdades-e-identidades/caso-mari-ferrer-menos-de-1-dos-tuites-sobre-julgamento-foram-a-favor-da-sentenca/>.

---

Tais fatos exemplificam um fenômeno recente, cada vez mais comum, de pessoas utilizando a Internet para expor suas indignações, reivindicações e posicionamentos. Em diferentes partes do mundo, pessoas têm se utilizado das novas tecnologias e de redes sociais para de alguma forma se manifestarem, algumas vezes levando as pessoas às ruas, ou não. Como Castells (2017, p.18) mostra

Da segurança do ciberespaço, pessoas de todas as idades e condições passaram a ocupar o espaço público, num encontro às cegas entre si e com o destino que desejavam forjar, ao reivindicar seu direito de fazer história - sua história -, numa manifestação da autoconsciência que sempre caracterizou os grandes movimentos sociais.

Assim, a autonomia proporcionada pela Internet possibilitou que diferentes pessoas pudessem ter certo espaço e voz no espaço público. Contudo, é provável que apenas ter acesso à Internet não assegura que alguém será ouvido. Como Maia (2008) aponta, apenas estruturas de comunicação propícias à participação não garantem uma comunicação democrática. O interesse, a motivação e a disponibilidade dos cidadãos em se engajar nos debates é essencial.

Quando, então, um fato ou assunto se torna uma grande discussão na Internet, isto revela o interesse pela pauta. Neste contexto, o Twitter tem sido uma rede social que tem chamado a atenção dos pesquisadores por ser palco de diversos debates e movimentos. Essa rede social não é necessariamente a mais popular: entre as redes sociais mais utilizadas mundialmente, está apenas na décima sexta posição (STATISTA, 2021)<sup>5</sup>. Porém, sua estrutura que incentiva a conversação, especialmente com os *Trending Topics*, tem se mostrado propícia para iniciar mobilizações.

Entretanto, mais que a deliberação pública, outro ponto é relevante para os movimentos sociais: a construção de narrativas. Desde os primórdios da Internet, os midialivristas atuavam como *hackers* das narrativas, expondo pontos de vista diferentes dos que antes eram dominados pela mídia tradicional, (MALINI; ANTOUN, 2013). Essa prática não se perdeu, pelo contrário, ganhou novas camadas e contornos. Novamente tomando como base o Twitter, diferentes movimentos passaram a disputar e construir narrativas especialmente com o uso de hashtags específicas.

---

<sup>5</sup> Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

---

São diversos exemplos de movimentos que se organizam com hashtags: #MeToo, #BlackLivesMatter, #PrimeiroAssedio, #OccupyWallStreet, #NãoExisteEstuproCulposo são alguns, sendo este último referentes ao caso da jovem Mariana Ferrer. A ocorrência de tantos movimentos utilizando hashtags ficou conhecido como “ativismo por hashtag”. Mais especificamente, o movimento feminista se destacou pelo uso de tal estratégia discursiva, que ficou conhecida como “feminismo por hashtag”.

O que chama a atenção não é apenas o uso de hashtags para indexação de palavras-chave, mas o processo de politização e construção de resistência que está por trás. Quando ativistas organizam um movimento em torno de termos específicos, diversas visões, relatos e pontos de vistas são reunidos e compartilhados, criando “a identidade única daquilo que, na realidade, revelava-se como uma multiplicidade de narrativas” (MALINI; ANTOUN, 2013). Assim, quando uma hashtag como a #NãoExisteEstuproCulposo surge e viraliza, existem diversos processos por trás que carecem de análise e reflexão. O presente trabalho busca compreender de que forma as narrativas de resistência são construídas no Twitter, realizando assim uma análise exploratória da hashtag para explorar tal questão, com base no conceito da agência narrativa proposto por Yang (2016).

### **A Construção de Narrativas no Ambiente Conectado**

Segundo Castells (1999), vive-se a Era da Informação, organizada em rede, e a Internet deu nova vida a essa estrutura social. Em 1994, a World Wide Web começou a se popularizar. O que antes era restrito a fins militares e científicos começou, pouco a pouco, a adentrar a casa de pessoas comuns. A Internet é uma tecnologia da comunicação, profundamente maleável, que é suscetível a ser alterada por sua prática social (CASTELLS, 2003). Uma das maiores mudanças proporcionadas pela Internet foi a possibilidade de existir vários produtores de mensagem, que alcançam diversos indivíduos, que por sua vez, interagem entre si.

Com esse acesso ampliado e popularizado, a própria noção de informação relevante e circulante começou a se alterar. Se antes, os portais de mídia buscavam conteúdos de relevância geral, a Internet começou a se tornar um lugar para que indivíduos expusessem suas histórias pessoais e suas impressões sobre os assuntos mais

---

diversos. “Essa publicização da intimidade revelava um caminho catártico de constituição de si” (MALINI, 2010). Assim, a própria estrutura do ser passou a ser compartilhada nas redes digitais.

A primeira expressão mais focada no compartilhar de si que surgiu na Internet foram os blogs. Eles funcionam como diários expostos, geralmente atualizados com certa frequência, abertos para qualquer um que acesse. Com o tempo, a Internet foi se tornando um ambiente infindável, com milhares de conteúdos e produtores de informação. E o que possibilitou as pessoas a navegarem no meio de tantos dados foi uma arquitetura baseada no hiperlink. A conectividade passou a ser a regra da Internet, com diferentes tipos de linguagens: texto, imagem, vídeo, áudio, entre outros.

Com o tempo, novas plataformas e novas possibilidades foram surgindo, mas a essência das narrativas de si permaneceu. O Twitter foi criado no ano de 2006 com a estrutura de *microblogging*, que é uma “[...] nova forma de comunicação na qual os usuários podem descrever seu status atual em postagens curtas distribuídas por mensagens instantâneas, telefones celulares, e-mail ou Web” (JAVA; FININ; SONG; et. al, p. 56, 2010, tradução nossa)<sup>6</sup>. Essa forma de interação fez com que rapidamente a rede social ganhasse adesão, pois foi capaz de somar a exposição da opinião pessoal com uma maior interatividade entre seus usuários, além da velocidade da Internet, com uma *timeline* que é atualizada constantemente.

É neste contexto que começam a surgir as narrativas compartilhadas. As *tags* que antes nos blogs eram responsáveis por organizar os conteúdos se tornaram *hashtags*. Estas são palavras que quando escritas após o símbolo “#” se tornam um hiperlink clicável, agrupando todo conteúdo disponível com o termo. Como Malini (2010, p. 125) expõe

O surgimento das *hashtags* explicam, em parte, o aparecimento das narrativas compartilhadas, em que um universo infinito de usuários, ao utilizarem o símbolo #, se lançam numa conversação agrupada pelo Twitter, em que todos possuem papéis específicos, com a consciência que estão a participar de uma contação de história única, porém múltipla. A *hashtag* acaba por virar um link que armazena tudo que foi publicado sobre determinado assunto/história (#).

---

<sup>6</sup> “[...] a new form of communication in which users can describe their current status in short posts distributed by instant messages, mobile phones, email or the Web” (JAVA; FININ; SONG; et. al, p. 56, 2010).

---

As hashtags podem ser simples, utilizadas apenas como uma “etiqueta” para um assunto trivial, como #aniversario, #segundafeira, #trabalho, entre outras. Porém, elas podem ser mais elaboradas e carregar um significado maior, seja de um movimento, um coletivo, um grupo específico. De qualquer forma,

A narrativa compartilhada é sempre permeada por histórias paralelas, de idas e vindas, de agregações de sentido, de confrontos de personagens (perfis), o que só faz alastrar as ambiências em que o fato é vivido, transformado e tornado público. (MALINI, 2010, p.125)

Assim, quando uma pauta se torna pública, especialmente pelo engajamento e compartilhamento da mesma, fica evidente a conexão entre os indivíduos. Ainda que estes não se conheçam ou possuam mais diferenças que semelhanças, quando se envolvem com o mesmo movimento, há uma nova história sendo contada. A teórica Polletta (2006) aponta que as histórias que um indivíduo conta de si mesmo alinham suas ações com sua identidade. Ainda, as narrativas podem ser utilizadas estrategicamente para fortalecer identidades coletivas. No contexto de movimentos sociais, as narrativas são uma forma comum de discurso em movimentos ainda incipientes, antes que as organizações formais sejam estabelecidas e enquanto a ideia de um ator coletivo ainda é tênue. Mais que isso, “em vez de simplesmente serem dispositivos persuasivos usados por atores coletivos estratégicos, as narrativas ajudaram a constituir novos atores coletivos” (POLLETTA, 2006, p. 52, tradução nossa)<sup>7</sup>.

### **Disputas e Narrativas (Ciber)Feministas**

O movimento feminista, desde sua gênese, luta para mudar a narrativa dominante, do patriarcado. Em cada momento histórico e em cada local a luta focou em um aspecto específico, mas sempre buscando subverter o senso comum. A luta das mulheres é cada vez mais plural. As estratégias sempre foram diversas, com manifestações focadas em estratégias discursivas e comunicativas: círculos de conscientização, protestos, mídia alternativa, grupos de estudo, comícios, entre outros. Hoje, grande parte do ativismo acontece de forma online, em redes sociais, tendo uma maior dependência de interações baseadas em texto via mídia social (CLARK, 2014).

---

<sup>7</sup> “Rather than simply being persuasive devices used by strategic collective actors, narratives helped to constitute new collective actors” (POLLETTA, 2006, p. 52).

---

Com o surgimento da Internet, as definições de espaço-tempo se modificaram, se tornaram cada vez mais subjetivas, e passaram a afetar os contornos dos movimentos sociais. Os grupos marginalizados, antes com espaços tão limitados, passaram a conseguir ter voz e maior alcance, ainda que de forma lenta e longe de ser igualitária. Os espaços digitais tornaram possível o encontro de diferentes ideias, que antes talvez não se encontrariam.

Para algumas pessoas e grupos sociais, esses espaços se transformaram também em lugares para a agência política da identidade e um território favorável a explorações de narrativas alternativas e trocas de experiências (ABREU, 2017, p. 136)

Em 1991, Haraway, de forma inovadora, propôs pensar em uma nova relação entre sujeito e tecnologia. Ela escreve o Manifesto Ciborgue, com questionamentos sobre o que significava ser mulher e como a tecnologia também estava alterando a constituição do organismo humano. Era “um argumento em favor do prazer da confusão de fronteiras, bem como em favor da responsabilidade em sua construção” (HARAWAY, 2000, p. 37). No mesmo período, grandes desconstruções estavam sendo realizadas, com diversos teóricos questionando as noções de gênero, sexo e identidade. Dessa forma, a Internet não apenas ampliou as possibilidades de enfrentamento, mas também alterou a própria concepção do ser.

Assim, o movimento ciberfeminista começou a ganhar forma e se expandir. Historicamente, a área da computação foi dominada por homens. Consequentemente, a luta pelo novo ambiente digital se iniciou desde sua concepção, afinal, se a Internet e sua arquitetura foi criada principalmente por homens, sua estrutura reflete seus valores. Contudo, feministas nunca deixaram de lutar de forma criativa, ocupando espaços e criando novas narrativas, diferentes das propagadas pela mídia de massa e o patriarcado. Em 1991 as artistas da VNS Matrix<sup>8</sup> passaram a utilizar o enfrentamento artístico para subverter códigos normativos, através de recursos digitais. Já em 1999, a teórica Sadie Plant começou a utilizar o termo ciberfeminismo para designar as problemáticas relacionadas às mulheres e tecnologias.

A ampliação do acesso à Internet fez com que diferentes mulheres pudessem se expressar, das formas mais variadas. São blogs, tweets, sites, perfis em redes sociais,

---

<sup>8</sup> Disponível em: <http://vnsmatrix.net/>.

---

portais de notícias, revistas eletrônicas, vídeos, memes, grupos de discussão online, fóruns, hashtags, entre tantas outras possibilidades.

As redes sociais, especialmente, têm alimentado o florescimento de feminismos plurais, diversos, participativos e contraculturais. Têm a cara da geração do século XXI, portanto, a dispersão e a fragmentação também fazem parte desses contextos. A partir de seus artefatos eletrônicos, essas mulheres se conectam desde muitos lugares para reivindicar a legalização do aborto, lutar contra o feminicídio, a violência de gênero, o acoso público e naturalizado nas ruas e os machismos cotidianos. Invadem as timelines dos perfis digitais, blogs, revistas digitais e qualquer lugar onde seja possível expressar o repúdio aos comportamentos que as afetam e as diminuem em seus direitos e reivindicações. Há muitos feminismos sendo alimentados on-line. Suas ações estão, pouco a pouco, transformando a compreensão sobre o que vem a ser “mulher” no século XXI (DE ABREU, 2017, p. 145).

Por conseguinte, fica evidente que com um movimento tão plural, diversos caminhos para a participação política são apresentados. O presente trabalho não busca se aprofundar nas Teorias Feministas, mas sim compreender um pouco do histórico da luta das mulheres do ciberespaço e como elas se dão na atualidade, especialmente através das narrativas coletivas que são construídas nas redes sociais.

### **Ativismo por Hashtag**

No novo contexto de lutas e levantes, recursos do meio digital passam a ganhar novas funções para servir a causas, como é o caso das hashtags. Inicialmente, ela foi criada com o simples objetivo de demarcar tópicos em um site. Contudo, cada vez mais tem sido utilizada como arma de enfrentamento político e coalização (DE ABREU, 2017). São vários os movimentos pelo mundo todo que fizeram uso das possibilidades que as hashtags oferecem. Além de se tornarem símbolos, slogan de movimentos, elas são capazes de unir diferentes pessoas e relatos na Internet.

Existem diversas formas de se interpretar o uso de hashtags em movimentos ativistas online. A lógica narrativa de uma hashtag, e sua capacidade de produzir e conectar histórias individuais, pode alimentar seu crescimento político (CLARK, 2016). Além disso, ela possibilita que a população construa uma nova narrativa, que consegue se opor à mídia tradicional, com a multidão fazendo circular e chamar atenção para seus próprios relatos de protestos (SOUZA, 2014). Além disso, as hashtags podem funcionar

---

como a união de diversas histórias pessoais, em uma ação conectiva. A exposição do sofrimento individual pode impulsionar lutas coletivas (NEVES, 2018).

Contudo, esse tipo de mobilização também pode trazer consigo algumas controvérsias. Há quem diga que é um “ativismo de sofá”, de forma pejorativa. Ademais, há indícios que dificilmente há um processo deliberativo coerente. O público costuma se engajar em narrativas que lhe são comuns, com a solidificação da crença de cada usuário (RIBEIRO, 2019). Assim, tais campanhas podem servir para aumentar a visibilidade de pautas, mas não há como afirmar que gerem algum impacto efetivo. Contudo, como Papacharissi (2015) aponta, uma direção mais interessante para os pesquisadores reside não em questões de impacto, mas sim em questões de conteúdo.

Yang (2016) argumenta que este tipo de mobilização, por meio de hashtags, possui um distinto caráter narrativo. Ela começa quando um grande número de comentários e *retweets* aparecem nas redes sociais, utilizando um termo ou frase como hashtag. Ela une diversas histórias e visões pessoais, de forma temporal, assumindo então uma forma narrativa. Assim, a agência narrativa é central no ativismo por hashtag, pois ela é “a capacidade de criar histórias nas redes sociais usando hashtags de forma coletiva e reconhecida pelo público” (YANG, 2016, p. 14, tradução nossa)<sup>9</sup>.

É importante ressaltar como tal tipo de manifestação está atrelada à cultura e a sociedade. Não é uma coincidência que a maioria das mobilizações de ativismo por hashtag estejam ligadas a demandas raciais ou de gênero. Quando alinhadas à pauta feminista, tais movimentos tem sido chamados de feminismo por hashtag, movimento que conta com um arquivo digital<sup>10</sup> que reúne diversas pesquisas realizadas na área nos últimos anos. Os achados dos estudos divergem, mas de forma geral apontam para a premissa que “os protestos em larga escala através de hashtags contribuem em transformações políticas e sociais e avançam na politização das demandas feministas” (ORLANDINI, 2019, p.143).

## **Caminhos Metodológicos**

---

<sup>9</sup> Disponível em: <https://www.hashtagfeminism.com/>.

<sup>10</sup> Os tweets apresentados na aba “Principais” podem mudar ao longo do tempo. A busca para o presente trabalho foi realizada no dia 9 de agosto de 2021.

---

Para o presente trabalho, foi realizada a análise exploratória da hashtag #NãoExisteEstuproCulposo na plataforma Twitter. Para a delimitação do corpus e coleta de dados, foi utilizada a busca do Twitter para resgatar tweets com a hashtag #NãoExisteEstuproCulposo. Em seguida, foram considerados os tweets da aba “principais”. Esta aba apresenta a seleção do próprio Twitter das postagens com a maior relevância com o termo pesquisado. Como resultado, a plataforma apresentou 106 tweets. Também foram consideradas notícias e desdobramentos que auxiliam a situar a temporalidade da narrativa e suas características.

É importante ressaltar que a seleção do Twitter não necessariamente apresenta as postagens com maior número de *likes*, comentários ou *retweets*. Na realidade, a plataforma não deixa explícito o que faz com que um tweet vá para a aba de “principais”. Esta aba também não apresenta o conteúdo em ordem cronológica, necessariamente. Contudo, esta pesquisa busca analisar as postagens relevantes para a plataforma e com isto compreender mais o contexto da construção das narrativas, não levando em consideração apenas o tempo cronológico.

Para auxiliar na análise, Yang (2016) propõe o conceito de agência narrativa, com base nas proposições de Karlyn Campbell (2005) sobre a agência retórica. Dessa forma, a agência narrativa é 1) comunal: é social e participativa, ao mesmo tempo que é constituída e limitada pelos elementos materiais e simbólicos do contexto e da cultura; 2) inventada: pois seus participantes são são materialmente limitados, lingüisticamente restritos, sujeitos historicamente situados e precisam inventar novas formas de expressão; 3) hábil: é um conjunto de habilidades heurísticas, que surge de um processo quase artesanal e artístico, com sutilezas e hábitos aprendidos na prática; e 4) multifacetada: pois também pode ser maligna e destrutiva, por ser uma narrativa tão aberta.

### **A hashtag #NãoExisteEstuproCulposo**

O caso de Mariana Ferrer não começou em novembro de 2020, com a publicação da matéria do The Intercept. Na realidade, já era um caso que há algum tempo circulava na internet. Em maio de 2019, a jovem passou a utilizar seus perfis nas redes sociais, especialmente Instagram e Twitter, para expor sua experiência traumática. Segundo relatado, em dezembro de 2018 ela havia sido drogada e estuprada em um beach club de

---

Florianópolis-SC. Desde então, com certa frequência Mari divulgava mais informações sobre o que havia ocorrido, com o intuito de ter sua voz ouvida e conseguir justiça. Em julho de 2019, André de Camargo Aranha se tornou réu no caso, sendo investigado por estupro de vulnerável.

Diversas hashtags ligadas ao caso surgiram ao longo do tempo, como #JustiçaPorMariFerrer, #MariBFerrer, entre outras. Muitos perfis, inclusive de pessoas influentes nas redes, passaram a compartilhar o caso da jovem. Mesmo com certa visibilidade que conseguia alcançar, as hashtags ligadas ao caso possuíam picos inconstantes de engajamento. As coisas começaram a mudar com mais intensidade em setembro de 2020, com o fim do julgamento. O empresário foi considerado inocente pela 3ª Vara Criminal de Florianópolis. O resultado do julgamento revoltou muitas pessoas que acompanhavam a história de Mari Ferrer, especialmente ativistas feministas. Porém, com a matéria do The Intercept o caso tomou proporções muito maiores que em qualquer momento anterior.

Segundo a reportagem, o estupro de vulnerável se tornou estupro culposo na tese final da defesa, ou seja, “estupro sem a intenção”. Foi neste contexto que novas hashtags surgiram, como a #NãoExisteEstuproCulposo. Rapidamente, hashtags e termos relacionados ao caso foram para os *Trending Topics* do Twitter e o número de postagens sobre o caso cresceu como nunca. A revolta foi tão grande que diversas manifestações e atos foram organizados por todo o país, utilizando hashtags como #NaRuaPorMariFerrer. De acordo com a pesquisa realizada pelo Internetlab (2020), menos de 1% dos tuítes sobre julgamento foram a favor da sentença.

Ao analisar os principais tweets apresentados pela plataforma, é possível perceber a primeira característica da agência narrativa com a participação de diversos indivíduos, conectados apenas temporariamente pela hashtag. Postagens individuais se tornam coletivas, uma vez que expressam um sentimento em comum. Assim, basta um *tweet* aparecer através da hashtag para que outros indivíduos deem *likes* e *retweets*, como forma de aprovar e endossar o que está escrito. Pouco importa de quem é o perfil, importa mais o conteúdo que está sendo expresso. Ainda que perfis maiores consigam ter um alcance maior de forma mais rápida, é a multiplicidade de perfis menores que faz com que o assunto seja tão comentado, por tantas vezes.

Em segundo lugar, os participantes do movimento são “inventores”, no sentido retórico. Os sujeitos, historicamente situados, encontram meios de conectar o passado e o presente através de suas expressões. A própria criação de uma hashtag faz parte desse movimento. Mas mais que isto, diversas outras hashtags aparecem em conjunto, mostrando suas conexões com outros momentos. Como exemplo, #BastaCulturaDeEstupro, #JamaisIremosNosCalar, #EstuproÉCrime, #ForaBolsonaro, #NãoÉNão, entre outras, refletem temas sensíveis, que já estiveram em pauta, além de apontar para o contexto político vivido no Brasil. Cada uma das novas hashtags e termos colocados em conjunto contam novas histórias.

Imagem 1 – Tweet com múltiplas hashtags



Fonte: Twitter @SPFC24Horas\_ <sup>11</sup>

A terceira característica talvez seja uma das percebidas com maior facilidade. As postagens se apresentam de diferentes formas: apenas com texto, com uma ou mais imagens, com vídeo, compartilhando outra postagem (retweetar com comentário). A própria plataforma desafia a criatividade dos envolvidos, colocando suas limitações de caracteres, número imagens, e tempo de vídeo. São diversas formas de expressão, que contribuem para construir a narrativa de resistência. Porém, mais que a criatividade no formato proposto pelo Twitter, as linguagens variam entre memes, vídeos com paródias,

<sup>11</sup> Disponível em: [https://twitter.com/SPFC24Horas\\_/status/1324069711022313473?s=20](https://twitter.com/SPFC24Horas_/status/1324069711022313473?s=20).

poemas, artes, fotos testemunhais, entre tantas outras. Utilizando a hashtag, cada mulher se expressa de uma maneira, participando do movimento da forma que mais se identifica.

Imagem 2 – Exemplo de Tweet com vídeo



Fonte: Twitter @annakarinapsol<sup>12</sup>

Por fim, esse tipo de manifestação também tem seu lado ruim, por incorporar visões que muitas vezes não fazem parte do movimento em questão. No caso analisado, apesar do número de tweets contra a jovem Mariana ter sido irrisório, a própria criação da hashtag trouxe polêmica. Rapidamente, diversas pessoas passaram a analisar o processo para argumentar que o termo “estupro culposo” nunca foi utilizado. Na realidade, foi uma interpretação jornalística, que na matéria ficou ambígua. Assim, logo surgiram pessoas menosprezando o caso, até com a criação de hashtags como #MariFerrerMentiu. Para além disso, postagens que não possuem relação direta com o caso acabam ganhando visibilidade pelo simples fato de utilizarem a hashtag que está popular no momento.

<sup>12</sup> Disponível em: <https://twitter.com/annakarinapsol/status/1325074847446208512?s=20>.

Imagem 3 – Exemplo de Tweet que não conversa com a pauta



Fonte: Twitter @mdbnosenado <sup>13</sup>

## Considerações Finais

A análise da hashtag #NãoExisteEstuproCulposo consegue exemplificar como narrativas compartilhadas se constroem no ambiente online, especialmente no Twitter. Não são apenas comentários soltos, ou ainda ações sem valor. Quando diferentes pessoas se unem com um propósito, ao redor de um tema, há ali a resistência, que pode ou não extrapolar para as ruas. No caso da hashtag analisada, a comoção gerou mobilizações no Brasil todo, mas mesmo que não houvesse, ainda seria um movimento relevante. A luta feminista, que desde o início atuou de diversas formas, invade também a Internet, desafiando as narrativas do patriarcado.

A agência narrativa fica evidente. O movimento trás as características típicas do ativismo da atualidade, plural, criativo, subversivo, ciborgue. Como Clark (2016) aponta, a forma narrativa também pode ser evidenciada na construção do movimento,

<sup>13</sup> Disponível em: <https://twitter.com/mdbnosenado/status/1324773880469348352?s=20>.

---

com um começo, crise/conflito e um fim. O caso da jovem Mari Ferrer é apenas um dos variados movimentos que se utilizaram das estratégias das hashtags, exemplificando tanto a forma narrativa que um movimento na Internet se constrói, quanto como as narrativas compartilhadas formam um movimento muito maior. A resistência se faz com a união de diferentes vozes, colocando em pauta questões sensíveis e se sensibilizando com o outro.

## REFERÊNCIAS

CASTELLS, M. **A galáxia da Internet**: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2001.

CASTELLS, M. **Redes de Indignação e Esperança**: movimentos sociais na era da internet. 2 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2017.

CLARK, R. **#NotBuyingIt**: Hashtag Feminists Expand the Commercial Media Conversation. *Feminist Media Studies* 14 (6): 1108–1110, 2014.

CLARK, R. **Hope in a hashtag**: the discursive activism of #WhyIStayed. *Feminist Media Studies*. 16 (5), 788-804, 2016.

DE ABREU, Carla. **Narrativas digifeministas**: arte, ativismo e posicionamentos políticos na Internet. *Revista Brasileira de Pesquisa (Auto) Biográfica*, v. 2, n. 4, p. 134-152, 2017.

HARAWAY, D. **Manifesto ciborgue**. Antropologia do ciborgue. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

JAVA, A.; SONG, X.; FININ, T.; TSENG, B. **Why we Twitter**: Understanding microblogging usage and communities. San Jose: of the 9th WebKDD and 1st SNA, 2007.

MAIA, R. Democracia e a Internet como Esfera Pública Virtual: aproximação às condições de deliberação. In: GOMES, W.; MAIA, R. **Comunicação e democracia**: problemas e perspectivas. São Paulo: Paulus, p. 327-345, 2008.

MALINI, F.; ANTOUN, H. **A internet e a rua**: ciberativismo e mobilização nas redes sociais. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MALINI, F. **Narrativas no Twitter**: o fenômeno no Brasil e as suas implicações na produção da verdade. In: Lugar Comum – Estudos de Mídia, Cultura e Democracia Universidade Federal do Rio de Janeiro. Laboratório Território e Comunicação – LABTeC/ESS/UFRJ – Vol 1, n. 1, (1997) – Rio de Janeiro: UFRJ, n. 31-32 maio-dez, p. 121- 142, 2010

NEVES, G. S. **Narrativas pessoais como ação política nas redes sociais:** o caso hashtag #PrimeiroAssédio. Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Comunicação Social. Rio de Janeiro, 2018.

ORLANDINI, M. G. **Ativismo de sofá ou participação política? Os processos de politização do ativismo por hashtag.** Revista Mediação, v. 22, n. 29, p. 133-151, 2019.

PAPACHARISSI, Z. **Affective publics:** Sentiment, technology, and politics. Oxford University Press, 2015.

POLLETTA, F. **It was like a fever.** In: It Was Like a Fever. University of Chicago Press, 2009.

RIBEIRO, L. A. C. **#Empodere:** enfrentamento feminista com o uso de hashtags no cotidiano online. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2019.

SOUZA, P. F. D. **A Genealogia das Lutas Multitudinárias em Rede.** O #vempruarua no Brasil. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2014.

YANG, G. **Narrative agency in hashtag activism:** The case of# BlackLivesMatter. Media and communication, v. 4, n. 4, p. 13, 2016.