

FACEBOOK: INFLUÊNCIAS E CONTRIBUIÇÕES PARA O DEBATE SOBRE A CULTURA DO ESTUPRO¹

Maria Beatriz Silva de Andrade²

RESUMO

Este estudo apresenta como as redes sociais, especificamente o Facebook, pode contribuir com o ativismo digital e influenciar o comportamento humano, estimulando as pessoas a se engajarem em causas sociais originadas em ambientes virtuais, mas que também ocorrem no mundo real. Buscamos compreender como o Facebook foi utilizado como ferramenta de ativismo digital na campanha “Eu luto contra a cultura do estupro” em decorrência do caso de estupro coletivo acontecido no Rio de Janeiro em maio de 2016. Para efeitos de estudo, foi feito um levantamento bibliográfico e um estudo de caso com a idealizadora da campanha e com uma organização não-governamental (ONG) que atua no ativismo digital e empoderamento feminino. Dessa forma, pudemos compreender como surgiu a ideia da campanha, analisar o ativismo digital praticado pela ONG utilizando a plataforma digital, além das influências que o Facebook exerce na maneira como as relações sociais citadas e o papel desempenhado nessa campanha específica.

Palavras-Chave: Facebook. Ativismo digital. Cultura do estupro

ABSTRACT

This study shows how social networks, specifically Facebook, can contribute to the digital activism and influence human behavior, leading people to engage in social causes originated in virtual environments, but also occur in the real world. We seek to understand how Facebook was used as digital activism tool in the campaign "I fight against rape culture" as a result of the case of gang rape happened in Rio de Janeiro in May 2016. Thus, a literature was made and case study with the creator of the campaign and with a non-governmental

¹. Artigo apresentado ao Eixo Temático 05 – Gênero / Comunidade LGBT's / Feminismo do IX Simpósio Nacional da ABCiber.

². Aluna do curso de pós-graduação lato sensu em Comunicação e Marketing em Mídias Digitais, Faculdade Estácio. É jornalista na Secretaria de Educação à Distância da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Sedis-UFRN. E-mail: mariaahbeatriz@hotmail.com

organization (NGO) that works on digital activism and women's empowerment. Thus, we can understand how did the idea of the campaign, analyze the digital activism practiced by NGOs using digital platform, and the influences that Facebook has in the way social relations and cited the role that specific campaign.

Keywords: Facebook. Activism digital. Rape. Culture.

Introdução

A *Internet* mudou vertiginosamente a vida das pessoas. Novas terminologias incorporaram ao vocabulário, ações e costumes foram modificados, para não dizer revolucionados. É possível classificar a era digital como uma renovação da comunicação e uma grande transformação na informação. Trata-se de um novo ciclo na rotina e na cultura das sociedades globais.

As redes sociais estão presentes na sociedade e se encontram no foco das principais discussões que ocorrem no país, além disso, assumiram um papel importante na difusão e fluxo de informações. Muitos dos conteúdos produzidos nas redes começaram a pautar a grande mídia para temas, que muitas vezes são pormenorizados e tratados sem relevância, com a pressão advinda das redes ganharam um maior destaque nesses espaços midiáticos. E isso faz parte da atual mudança que a sociedade vivencia, a cultura da convergência, que envolve uma transformação tanto na forma de produzir, quanto de consumir os meios de comunicação. “O público, que ganhou poder com as novas tecnologias e vem ocupando um espaço na intersecção entre os velhos e novos meios de comunicação, está exigindo o direito de participar intimamente da cultura” (JENKINS, 2009, pág. 53).

Para Santos e Santos (2013), as redes sociais *online* alteram as escalas, desfazem fronteiras e são extremamente usadas, nesse meio técnico-científico-informacional³, como mecanismo de poder e lutas por melhorias. A informação tanto está presente nas coisas como é necessária a ação realizada sobre elas. É nesse sentido que Castells (1999), afirma que a

³ Para Milton Santos, a ciência, a tecnologia e a informação estão na base de todas as formas de utilização e funcionamento do espaço, da mesma forma que participam da criação de novos processos vitais a ciência. O meio técnico-científico-informacional é a nova cara do espaço e do tempo, um meio geográfico no qual o território inclui obrigatoriamente ciência, tecnologia e informação fazendo com que determinados lugares se tornem mundiais.

revolução da tecnologia da informação, juntamente com a reestruturação do capitalismo, tenha introduzido uma nova forma de sociedade, a sociedade em rede.

Faz-se necessário esclarecer a diferença entre mídias sociais, redes sociais e mídias digitais. As mídias sociais são meios de comunicação livres e que qualquer pessoa pode publicar conteúdo, como por exemplo os *blogs*, que são uma ferramenta que permite uma grande facilidade na propagação de informações e conteúdos.

A rede social é uma conexão de pessoas, que visa o compartilhamento de informações, valores e objetivos em comum. Uma vez inscritos, os chamados membros, podem expor seu perfil com dados como fotos pessoais, textos, mensagens e vídeos, além de interagir com outros membros, criando listas de amigos e comunidades. É possível afirmar que as redes sociais são um dos tipos de mídias sociais, já que as redes sociais também possibilitam a criação de conteúdo. Por fim, temos a mídia digital, que se caracteriza pela difusão de conteúdo fora dos meios de comunicação em massa, além de ser a única que tem relação exclusivamente com elementos tecnológicos, representada por plataformas como jogos *online*, *banners* eletrônicos, celular e a televisão digital.

Diante disso buscamos compreender de que forma o Facebook foi utilizado como uma ferramenta de ativismo digital na campanha “Eu luto contra a Cultura do Estupro” em decorrência do caso de estupro coletivo acontecido no Rio de Janeiro em maio deste ano (2016). E assim compreender como a campanha surgiu, analisar o ativismo digital desenvolvido para essa plataforma digital, além das influências e contribuições que o Facebook trouxe e repercutiu tanto nas relações sociais e no papel desempenhado nessa campanha.

Para refletirmos melhor essa realidade, bem como atingirmos o objetivo proposto deste artigo, realizamos algumas etapas metodológicas que compõem este artigo. A primeira foi uma pesquisa bibliográfica acerca da temática, e análise crítico-reflexiva dos principais debates e conceitos que constituíram o temário em discussão. Para esta última etapa, nos fundamentamos em Recuero (2009), Lévy (1999), Castells (1999), Jenkins (2009), Santos (2008) dentre outros, que fornecem elementos críticos e reflexivos da problemática aqui abordada, possibilitando um entendimento maior sobre a realidade estudada.

A segunda etapa é caracterizada pelo levantamento de dados primários, em que através do estudo de caso⁴ associado a uma pesquisa qualitativa obtivemos arcabouço fundamental de comprovação do intento proposto. No que se refere ao método aqui utilizado, é importante ressaltarmos que se caracteriza, um método de investigação na qual o profissional tem um grande envolvimento nas suas diferentes etapas: a recolha de informações, um processo de pensamento, constituído por análise dos dados e determinação de soluções, bem como um processo de julgamento ou avaliação.

O questionário, composto com perguntas abertas, desenvolvido através da ferramenta Google Drive foi aplicado com dois usuários do Facebook e que são atuantes no ativismo digital. Marina Curak, carioca, 30 anos, *designer* e idealizadora do *avatar* “Eu luto contra a cultura do estupro” utilizado por vários usuários, e a revista digital “Az Mina” que produz conteúdo direcionado ao empoderamento feminino.

A classificação foi a da pesquisa observativa do objeto, pois somente a partir deste pode-se perceber a influência do Facebook no debate. Seguiu-se um plano de atividade exequível, objetivando encontrar nos conceitos e teorias, bases sólidas para o trabalho empírico. Destarte, foram considerados os atores e suas conexões sendo os ativistas digitais esses atores, e o Facebook, a ferramenta de conexão.

1 O ESTUPRO COLETIVO NO RIO DE JANEIRO E O DEBATE SOBRE A CULTURA DO ESTUPRO

1.1 O ESTUPRO COLETIVO

Foi por meio das redes sociais que o Brasil ficou sabendo de um caso de estupro coletivo acontecido no Rio de Janeiro em 21 de maio de 2016. O crime veio a público, no dia 25 de maio, por causa da repercussão de um vídeo de 38 segundos gravado e divulgado no Twitter por um dos suspeitos e depois retirado pela administração da rede.

Conhecidos e parentes da vítima assistiram à cena em que uma adolescente de 16 anos aparece nua, desacordada e violada. Imediatamente, internautas começaram a denunciar a publicação e postar mensagens em repúdio ao usuário que tornou pública as imagens.

⁴ De acordo com Creswel (1994), o estudo de caso é a exploração de um “sistema limitado”, no tempo e em profundidade, através de uma recolha de dados profunda envolvendo fontes múltiplas de informação ricas no contexto.

No vídeo, dois homens mostram em detalhes os seios e o órgão sexual da garota. Segundo Época (2016, p. 60, s/n.), no vídeo, os autores expressaram as seguintes frases:

“Essa aqui, mais de 30 engravidou [...] Olha como que tá (sic). Sangrando. Olha onde o trem passou. Onde o trem bala passou de marreta”, diz um dos rapazes que aparecem no vídeo. Achando graça da situação, o homem ainda escreveu no Twitter: “Amassaram a mina, entendeu ou não entendeu? Kkk” (sic).

Segundo Época (2016), muitas pessoas se mobilizaram para denunciar os suspeitos, cerca de 800 comunicações chegaram à ouvidoria do Ministério Público do Rio de Janeiro, entre os dias 25 - data que vídeo se tornou público - e o dia 27 de maio. Porém uma pessoa se dirigiu ao Ministério Público do Rio de Janeiro, portando o vídeo e *prints* (captura em forma de imagem tudo o que está presente na tela de computador e/ou dispositivo móvel) das redes sociais que relatam o ocorrido e fez a entrega do material formalizando a denúncia anônima à ouvidoria. A adolescente também denunciou a violência sofrida.

A divulgação de imagens pornográficas por terceiros, neste caso os acusados, é um segundo motivo de crime, o estupro⁵ é o primeiro motivo, previsto no artigo 241-A do Estatuto da Criança e do Adolescente⁶. Muitos criminosos registram e divulgam suas ações por meio das redes sociais, provavelmente, porque há por um lado, o desconhecimento sobre o alcance do conteúdo, narcisismo e a sensação de impunidade.

1.2 Cultura do Estupro

A cultura do estupro é um termo utilizado para abordar as maneiras em que a sociedade culpa as vítimas de assédio sexual e normaliza o comportamento sexual violento dos homens. Frases como “mas ela estava de saia curta”, “mas ela estava indo para uma festa”, “mas ela não deveria andar sozinha à noite”, “mas ela estava pedindo”, “mas ela estava provocando” – são alguns exemplos de argumentos comumente usados na cultura do estupro, explica o texto do Movimento “ElesPorElas (HeForShe)” de Solidariedade da ONU Mulheres pela Igualdade de Gênero.

⁵ Art. 213. Constranger alguém, mediante violência ou grave ameaça, a ter conjunção carnal ou a praticar ou permitir que com ele se pratique outro ato libidinoso: (Código Penal Brasileiro, redação dada pela Lei nº 12.015, de 2009)

⁶ Art.241-A. Oferecer, trocar, disponibilizar, transmitir, distribuir, publicar ou divulgar por qualquer meio, inclusive por meio de sistema de informática ou telemático, fotografia, vídeo ou outro registro que contenha cena de sexo explícito ou pornográfica envolvendo criança ou adolescente.

A naturalização de atos e comportamentos machistas, sexistas e misóginos, que estimulam agressões sexuais e outras formas de violência contra as mulheres, podem ser manifestados de diversas formas, incluindo “cantadas” de rua, piadas sexistas, ameaças, assédio moral ou sexual, estupro e feminicídio. Esses comportamentos, não são realmente “naturais”, e sim condicionados pela nossa cultura e por isso, desde os anos 1970, época da chamada Segunda Onda Feminista⁷, o termo “cultura do estupro” tem sido utilizado.

A repercussão do caso do estupro coletivo no Rio de Janeiro uniu mulheres em protesto com a realização de manifestações em várias regiões do país e trouxe para as redes sociais o debate sobre a cultura do estupro, evidenciando a sua forte existência no Brasil. Na *internet*, foram criadas diferentes campanhas em repúdio à essa cultura. Vários usuários colocaram na imagem de perfil a frase “*eu luto pelo fim da cultura de estupro*”, diante de comentários e postagens nas redes sociais que minimizavam a gravidade da violência sexual sofrida pela adolescente de 16 anos e justificavam o fato haver ocorrido, culpabilizando a vítima e objetificando o corpo feminino.

1.3 Estupro no Brasil

Os dados registrados sobre o estupro no Brasil já deveriam ser suficientes para que protestos e manifestações ocorressem pelo fim da cultura do estupro. Porém, em um caso de grande repercussão, torna público uma situação que por muitas vezes é minimizada ou simplesmente ignorada.

De acordo com dados publicados pela 9ª edição do Anuário Brasileiro de Segurança Pública (2015), no ano de 2014 a taxa média nacional de estupros foi de 23,5 a cada grupo de 100 mil habitantes. Em números absolutos, isso significa que as polícias brasileiras notificaram 47.646 casos ante 51.090 em 2013.

Esses dados ajudam a lançar luz sobre um debate ainda incipiente no Brasil, visto que estudos de diferentes países demonstram que o crime de estupro é aquele que apresenta a

⁷ Iniciada em 1960, a Segunda Onda Feminista é uma continuidade da Primeira, com as mulheres se organizando e reivindicando seus direitos. No primeiro momento, as mulheres lutavam por conquista de direitos políticos, já no segundo as feministas estavam preocupadas especialmente com o fim da discriminação e a completa igualdade entre os sexos.

maior subnotificação e, como consequência, é muito difícil afirmar que há uma redução do fenômeno no Brasil.

Para se ter uma ideia do que isso significa, o Departamento de Justiça dos Estados Unidos produziu estudo que verificou que, em 2010, apenas 35% das vítimas nos EUA reportaram o crime à polícia. Já o Instituto de Criminologia Australiano divulgou no *The Women's Safety Survey* (Pesquisa sobre a segurança das Mulheres) que 15% das vítimas de violência sexual australianas reportaram o incidente à polícia no período de 12 meses anterior à investigação (ANUÁRIO BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA, 2015).

A Pesquisa Nacional de Vitimização (2013) verificou que, no Brasil, somente 7,5% das vítimas de violência sexual registram o crime na delegacia. A mais recente pesquisa do gênero, “Estupro no Brasil: uma radiografia segundo os dados da Saúde”, produzida pelo IPEA, fala em 10% de casos notificados e estima que, no mínimo, 527 mil pessoas sejam estupradas por ano no país (ANUÁRIO BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA, 2015).

Os dados apresentados pelas diferentes pesquisas evidenciam os limites dos registros criminais de estupro e o imenso desafio à prevenção e combate à violência sexual no Brasil. Se apenas os registros policiais apontam que em 2014 uma pessoa foi estuprada a cada 11 minutos, é possível imaginarmos – pelos dados da saúde – que temos 1 vítima por minuto deste crime (ANUÁRIO BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA, 2015).

Na pesquisa Datafolha encomendada pelo Fórum Brasileiro de Segurança Pública aponta que 67% da população das grandes cidades brasileiras tem medo de ser vítima de violência sexual. Quando analisamos este dado por sexo, verificamos que 85% das mulheres responderam temer a violência sexual. A chave da mudança está em deixar de tratar como privado um assunto público (ANUÁRIO BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA, 2015).

2 Ativismo Digital

Considerando várias definições presentes nos dicionários brasileiros, nos termos filosóficos, o ativismo é qualquer doutrina ou argumentação que privilegie a prática efetiva de transformação da realidade em detrimento da atividade exclusivamente especulativa, no sentido político pode ser compreendido como propaganda a serviço de uma doutrina

ideológica, partidária, sindical ou ainda trabalho desenvolvido em meios revolucionários, políticos, estudantis, sindicais entre outros. Já o ativista diz-se da pessoa que é partidária do ativismo; que exerce a militância por uma causa, partido político ou também a pessoa que trabalha de modo ativo por uma causa; quem atua e trabalha por uma ideologia política e/ou social (ATIVISMO, 2015).

Diante de tantas definições podemos sintetizar o ativismo como, qualquer doutrina ou argumentação que privilegie a prática efetiva de transformação da realidade, através da formação de um grupo de pessoas organizadas para um determinado objetivo. Por sua vez, o ativismo digital, ou ciberativismo, utiliza-se do mesmo conceito – a característica que o particulariza é a utilização da *internet* para criar e organizar essas discussões e reivindicações sobre assuntos de interesse de determinados grupos.

E isso de acordo com o autor americano Tom Koulopoulos, acontece porque o ativismo das gerações Y e Z é digital. O autor que estuda a geração Z (nascida em meados de 1995), considera que o voluntariado de hoje pode não ser presencial, mas é eficaz.

Porque somos hiperconectados, podemos unir nossos cérebros na tentativa de solucionar alguns problemas que seriam mais difíceis de ser resolvidos em pequenos coletivos. A forma que a geração de hoje faz voluntariado é pela presença digital, e busca mudar a sociedade através de sua influência. (KOULOPOULOS, 2016, s/n.)

É nesse contexto que se torna interessante analisar o ativismo, segmento no qual a *internet* pode ser utilizada com um viés transformador da realidade. O autor Sandor Vegh no livro "*Classifying forms of online activism: the case of cyberprotests against the World Bank, de 2003*", relata que as estratégias de utilização da *internet* para o ciberativismo objetivam aprimorar a atuação de grupos, ampliando as técnicas tradicionais de apoio.

Segundo Vegh *apud* Martins (2014), existem três categorias de atuação do ativismo *online*: 1) conscientização e promoção de uma causa (por exemplo, divulgar o outro lado de uma notícia que possa ter afetado a causa ou uma organização); 2) organização e mobilização (convocar manifestações, fortalecer ou construir um público); e 3) ação e reação. Exemplos desse tipo de ativismo vão desde petições *online*, criação de *sites* denúncia sobre uma determinada causa, organização e mobilização de protestos e atos que aconteçam fora da rede com uma função política e social.

Não à toa o ativismo digital foi a forma encontrada para que a voz das ruas fosse ouvida, replicada e compartilhada. No Brasil, desde 2013, com as ‘Manifestações de Junho’⁸ os protestos nas ruas são orquestrados *online*, além de diversas campanhas com alto poder de viralização, que tem por objetivo dar visibilidade a assuntos que precisam ser debatidos pela sociedade com maior amplitude, e frequentemente são ignorados pela grande mídia brasileira.

Cardoso (2007) destaca que as pessoas que já nasceram em contato com as mídias, possuem comportamentos diferenciados daqueles que passaram a utilizá-las ao longo de suas vidas, o que influencia, também, o modo como os grupos se mobilizam. Dessa forma, a tendência é que o uso da rede para as diversas atividades do cotidiano – inclusive os movimentos ativistas – se intensifique cada vez mais.

No caso específico das mulheres, as redes sociais deram mais voz a elas criando um ambiente seguro, para que campanhas como #Meuamigosecreto e #Meuprimeiroassedio, por exemplo, pudessem acontecer. Essas campanhas incentivaram milhares de mulheres a compartilhar depoimentos e falar sobre as agressões físicas sofridas.

No caso da campanha “#EstuproNaoÉCulpaDaVitima” e “*Eu luto contra o fim da Cultura do Estupro*” que estava atrelada a um filtro na foto do perfil das principais redes utilizadas, além de ser primeiramente um ato solidário a jovem vítima de estupro coletivo no Rio de Janeiro, essa foi a ferramenta que diante da grande repercussão do assunto nas redes, serviu para pautar a mídia nacional e internacional sobre o caso específico e também sobre a cultura do estupro.

O ativismo e o ativismo digital serão coexistentes, e de acordo com o sociólogo espanhol Manuel Castells isso ocorre porque:

As multidões têm hoje instrumentos para se organizar e se reunir quase instantaneamente, pelas redes sociais como o Twitter e o Facebook. O novo espaço público, formado pela interseção do universo virtual com o local, gerou um contrapoder: pela primeira vez na história, as forças de mudança reúnem força e condições de encurralar o poder (ÉPOCA, Edição 789, 2013, s/n).

⁸ O dia 17 de junho de 2013 foi marcado pelo retorno dos protestos de massas nas ruas do país que inicialmente surgiram para contestar os aumentos nas tarifas de transporte público, principalmente nas capitais. Em seguida, os protestos ganharam novas pautas, como os gastos públicos em grandes eventos esportivos internacionais, a má qualidade dos serviços públicos e a indignação com a corrupção política em geral. Os protestos geraram grande repercussão nacional e internacional e diferentes protagonistas como ativistas das redes sociais surgiram neste cenário.

Diante disso, o ativismo e o ciberativismo; ativistas, pessoas e grupos politicamente engajados, utilizam as redes sociais, *Internet* e os telefones móveis, não apenas com instrumentos, mas também como formas organizacionais, para difundir informações e reivindicações visando obter apoio para uma causa, debater e trocar informação, organizar e mobilizar indivíduos para ações, dentro e fora da rede

3 FACEBOOK: INFLUÊNCIAS E CONTRIBUIÇÕES

O Facebook é a principal rede social existente, além de ser a mais utilizada e popular e entre os usuários e a que oferece diversas ferramentas e a integração com todas as redes que surgiram pós Facebook. Criada em 2004, a rede tem por missão: “dar às pessoas o poder de compartilhar e fazer do mundo um lugar mais aberto e conectado. As pessoas usam o Facebook para manter contato com amigos e parentes, descobrir o que está acontecendo no mundo e compartilhar e expressar o que é importante para elas” (FACEBOOK, 2016, s/n.).

Atualmente a rede social reúne dados que explicam porque é a principal plataforma escolhida como meio de divulgação das campanhas e ações que envolvem o ativismo digital. O seu poder de influência e alcance no mundo e no Brasil, a quantidade de usuário ativos e de ferramentas disponibilizadas são fatores que justificam essa preferência.

De acordo com o próprio Facebook (2016), os dados apresentados em março de 2016 apontam que no mundo exista uma média diária de 1,09 bilhão de pessoas ativas e 989 milhões de pessoas ativas em dispositivos. Mensalmente são 1,65 bilhão de pessoas ativas, em dispositivos móveis esse número atinge 1,51 bilhão de pessoas. Outro dado interessante é que cerca de 84,2% das pessoas ativas diariamente estão fora dos Estados Unidos e Canadá. É aí que surge o Brasil. O nosso país é citado pela empresa como o que concentra a maior quantidade de internautas ativos depois do próprio Estados Unidos, o número também de março deste ano apresenta uma média de 76 milhões de pessoas ativas e de 69 milhões em dispositivos móveis. Mensalmente 105 milhões de pessoas ativas e 96 milhões de pessoas ativas em dispositivos móveis.

O Facebook disponibiliza algumas ferramentas que se caracterizam como uma rede multiplataforma, pode ser acessada por computadores desktop, tablets, *smartphones*, e através de diferentes navegadores e sistemas operacionais. Além disso oferece aos adeptos da

rede, o perfil do usuário/Linha do tempo, o Feed de notícias, a Busca Social, Eventos, a Fan Page, os Grupos, Fotos e Vídeos e mais recentemente as Transmissões ao vivo, além de inúmeras outras ferramentas que podem ser utilizadas, a depender das possibilidades a serem desenvolvidas pelo usuário.

Antes utilizadas apenas para entretenimento, as redes sociais *online*, começam a assumir funções diversas e importantes, como informar e auxiliar o fortalecimento das relações afetivas, sociais e profissionais, no cotidiano dos usuários de *Internet*.

O comportamento dos usuários se modificou, e muito, nos últimos anos influenciando principalmente as formas de relacionamento. As redes não apenas servem para que o usuário se torne ativo e participativo, mas também para afirmar alguns pontos das personalidades, como foi observado nos perfis pesquisados. A necessidade de estar permanentemente conectado para interagir por meio de plataformas como o Facebook tem crescido. Pierre Lévy (2004) defende a participação das pessoas em comunidades virtuais para estimular a formação de inteligências coletivas para que os indivíduos possam trocar informações e conhecimentos. Lévy defende o potencial de uma comunidade virtual, que, quando convenientemente organizada, representa uma importante riqueza em termos de conhecimento distribuído, de capacidade de ação e de potência cooperativa.

A campanha "Eu luto contra a Cultura do Estupro" (figura 1), idealizada pela designer carioca de 31 anos, Marina Curak surgiu para protestar contra um crime emblemático, o estupro coletivo no Rio de Janeiro, apenas a ponta do 'iceberg' sobre a situação grave de violência contra mulher no Brasil e no mundo. Buscando trazer à pauta, muito mais do que crimes isolados, mas a cultura do estupro, que naturaliza a violência contra mulher e culpabiliza as vítimas.

Figura 1: Campanha eu luto pelo fim da cultura do estupro.



Fonte: Tribuna da Bahia, 2016 (<http://www.tribunadabahia.com.br/2016/05/27/internautas-aderem-campanha-contra-cultura-do-estupro>).

Somente no Facebook, mais de 756 mil usuários aderiram à campanha, adicionando a sua foto do perfil o filtro disponibilizado no aplicativo Twibbon, e mais cerca de 100 mil perfis usaram uma segunda versão que foi criada a partir da ideia de Marina Curak. Entre esse total, aderiram à campanha, artistas de renome nacional, personalidades públicas, políticos, entre eles a então presidenta afastada Dilma Rousseff.

De acordo com a entrevistada Curak (2016), o uso do filtro é mais uma forma de dar visibilidade para temas do momento, mas são bandeiras defendidas constantemente pelos movimentos sociais.

Acho um passo importante para conscientizar as pessoas e a opinião pública sobre a existência de uma cultura do estupro, o que era desconhecido da imensa maioria da população, acabou pautando vários veículos de mídia a falar mais sobre o tema (CURAK, 2016, s/n).

Os usuários podem se articular tanto como indivíduos quanto como atores sociais – neste caso representando (ou atuando em nome de) associações, movimentos, comunidades, empresas, entre outros. As Redes sociais são, antes de tudo, relações entre pessoas, estejam elas interagindo em causa própria, em defesa de outrem ou em nome de uma organização, mediadas ou não por sistemas informatizados; são métodos de interação que sempre visam algum tipo de mudança concreta na vida das pessoas, no coletivo e/ou nas organizações participantes. Nesse sentido, a troca da foto do perfil é, contudo, apenas uma das ações que se pode fazer no ativismo digital. Há uma vontade coletiva de realizar determinado objetivo.

Não é possível afirmar que o mero compartilhamento de informações sobre a cultura do estupro fará a sociedade modificar sua postura em relação as mulheres vítimas de violência e a culpabilização da vítima. Entretanto, a intenção das campanhas realizadas na *Internet* é

desvelar as pessoas, de que o Brasil ainda minimiza a gravidade da violência sexual sofrida diariamente pelas mulheres. Esta pesquisa entende que somente com uma maior compreensão sobre o tema e a educação de gênero será possível eliminar a naturalização de atos e comportamentos machistas, sexistas e misóginos, que estimulam agressões sexuais e outras formas de violência contra as mulheres.

A *Internet* é um espaço alternativo para circulação de opiniões, em contraponto à imprensa tradicional, é um híbrido da comunicação, que utiliza o computador, associa a imagem da TV, o som do rádio e a palavra impressa na tela. Além disso, é um espaço amplo e democrático para a livre expressão do pensamento, que pode revelar novos autores e líderes de movimentos que, em outras épocas não seriam capazes de se manifestar ou despertar alguma atenção para seus propósitos. O ciberativismo geralmente busca apoio para suas causas na *Internet* em função do baixo custo e alcance mais personalizado com o seu público-alvo.

Tomamos como exemplo a Revista Az Mina, uma publicação que surgiu digital e gratuita, cujo objetivo maior é contribuir para a redução das desigualdades de gênero no Brasil. Concebida por uma equipe fundamentalmente feminina, a revista pretende mudar a comunicação jornalística e publicitária no que se refere a discurso de gênero e representatividade.

De acordo com Carolina Vicentim, repórter de Az Mina, a revista é *online*, e não existiria sem as redes sociais, a qual é atribuído o crescimento da revista pelo público. “Temos colaboradoras e leitoras em diversas partes do mundo, então, as plataformas on-line são mais que essenciais. Em algumas ocasiões, realizamos atividades presenciais, mas toda nossa estratégia de atuação está no digital” (Vicentim, 2016, s/n).

A utilização das Redes Sociais para promover o ativismo abre espaço para novos discursos e olhares sobre temas relevantes. Os movimentos sociais contemporâneos surgem junto com o digital, e nesse sentido as redes sociais não são utilizadas apenas como instrumento principal, mas constitutiva das novas redes de movimentos populares, ativismo e articulação.

O #Nãoàculturadoestupro foi bem importante para nós, porque nos deu a oportunidade de falar para mais pessoas "não-iniciadas". Criamos uma série de

textos sobre isso, uma cartilha didática sobre ações que promovem a cultura do estupro e tivemos um alcance legal. (Ibid, 2016).

Nas Redes Sociais qualquer pessoa pode se tornar comentarista, sugerir pautas, promover debates e auxiliar na descentralização da informação e do discurso hegemônico.

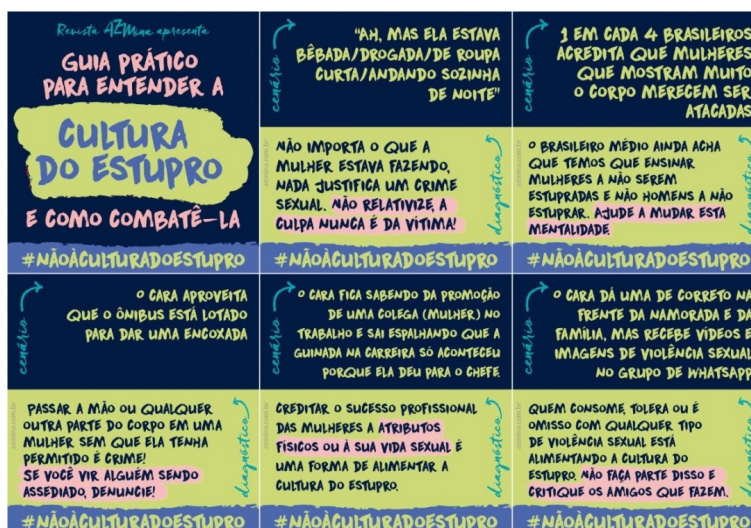
De acordo com Recuero (2009), existem quatro valores que são relacionados aos sites de redes sociais: visibilidade, reputação, popularidade e autoridade. Como as redes sociais permitem que seus indivíduos estejam conectados, isso gera uma maior visibilidade para site em questão. Uma das formas de aumentar a visibilidade em uma rede social é ampliar o número de membros. O site de rede social que possui popularidade conquista também reputação. A reputação é um dos principais valores de uma rede social. Nesse caso, reputação é entendida como percepção criada de alguém pelos demais indivíduos da rede. “O conceito de reputação implica diretamente no fato de que há informações sobre quem somos e o que pensamos, que auxiliam outros a construir, por sua vez, suas impressões sobre nós” (RECUERO, 2009, p. 109).

Nas redes, quem ganha mais visualizações ou curtidas tem mais credibilidade, mais seguidores e assim por diante. Entretanto, existe um número grande de pessoas com ideais e ideologias a seguir, por isso a luta por engajamento pelos movimentos sociais tem crescido largamente. Isso porque, segundo Castells (2013), o espaço público dos movimentos sociais é construído como um espaço híbrido entre as redes sociais da *internet* e o espaço urbano ocupado: conectando o ciberespaço com o espaço urbano numa interação implacável e constituindo, tecnológica e culturalmente, comunidades instantâneas de prática transformadora.

Apenas compartilhar uma informação pode não ser a solução para deliberar os questionamentos como machismo, desigualdade de gênero e a naturalização da violência, mas ajuda a promover o tema nas redes e conseqüentemente na sociedade. Isso é importante no engajamento de novos atores para uma causa social. As Redes Sociais e seus usuários/partícipes não podem mais ser desconsiderados. Eles estão construindo uma nova ponte de informação e interação entre a população, um meio pelo qual se pode combater preconceitos, promover o empoderamento e contribuir para à libertação de situações de violência.

De acordo com Martino (2014), na medida em que as ações das redes sociais *online* e na vida se articulam de maneira cada vez mais próxima, os fatores políticos, sociais, econômicos podem ganhar relevância.

Figura 2: Guia prático para entender a cultura do estupro e como combatê-la.



Fonte: Fanpage Az Mina, 2016 (https://www.facebook.com/revistaazmina/photos/?tab=album&album_id=694330034039383).

Para Castells (2009), comunicar é compartilhar significado mediante o intercâmbio de informação, por isso, as Redes Sociais como o Facebook, têm despertado interesse de todos os segmentos da sociedade. Se por um lado usuários utilizam as redes para manifestar seus pensamentos, desejos e ideias em comum, por outro, funciona como a principal plataforma para dialogar com a sociedade, caso da campanha desenvolvida e executada por Marina Curak e pela Revista Az Mina.

O Facebook ainda é a rede mais utilizada no Brasil⁹ e, cada vez mais, o local onde as pessoas dedicam seu tempo, depois da televisão, o brasileiro gasta cinco horas do seu dia conectado à *internet*, especialmente as redes sociais, sendo as mais utilizadas o Facebook (83%), o WhatsApp (58%) e o Youtube (17%). Diante disso, foi ressaltado pelos depoimentos obtidos com as entrevistadas e através das observações realizadas, que o Facebook desempenhou um papel específico no caso do estupro coletivo, de resgatar a história e colocar em evidência, contribuir para a organização de movimentos que saíram as ruas exigindo mais rigor no cumprimento da lei. “Foi um passo importante para conscientizar as pessoas e a

⁹ Dados da Pesquisa Brasileira de Mídia 2015, da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República.

opinião pública sobre a existência de uma cultura do estupro, o que era desconhecido da imensa maioria da população, e acabou pautando vários veículos de mídia a falar mais sobre também” (CURAK, 2016).

Para Recuero (2009), as Redes Sociais podem ser emergentes — onde os laços sociais se estabelecem a partir da interação de seus atores — ou associativas, nas quais tais laços ocorrem por relações de pertencimento. O Facebook pode ser definida com uma rede social caracterizada por associação formal, com tipo de interação social reativa e forma de pertencimento associativa. Depois que o indivíduo está dentro do espaço, pode interagir com os outros membros de inúmeras maneiras, comentários, curtidas, envio de mensagens. A situação foi observada nos dois perfis pesquisados: Marina Curak e a Revista Az Mina. Portanto, entende-se aqui que a articulação de qualquer movimento nas redes sociais *online* facilita a disseminação de conteúdo e a visibilidade que uma informação ganha nas redes de cada indivíduo

As redes sociais ajudam a viralizar e a acelerar um projeto, uma discussão, e tornar qualquer pessoa ativista quando conectado com pessoas com o mesmo interesse. Estas plataformas são utilizadas para todos os tipos de atividade, não apenas para amizades ou bate-papos pessoais, mas para marketing, e-commerce, educação, criatividade cultural, distribuição de mídia e entretenimento, aplicações de saúde e, sim, ativismo sociopolítico. (CASTELLS, 2013). Dessa maneira, podemos afirmar que a mais importante atividade desenvolvida na *internet* atualmente acontece por meio das redes sociais.

Considerações Finais

Este estudo buscou compreender a influência que o Facebook promoveu sobre os indivíduos acerca da cultura do estupro, formas de naturalização da violência e o ativismo digital e apreender que possíveis resultados foram atingidos com o engajamento dos usuários através dessa nova expressão da sociedade contemporânea, a partir de uma pesquisa realizada com pessoas que articulam e promovem esse debate dentro e fora das redes digitais.

Nos dias atuais, é notório que as redes digitais, possibilitadas pelas diversas plataformas comunicacionais (computadores, celulares com acesso à *internet*, etc.), permite às pessoas criarem novos espaços sociais de relacionamento. As redes proporcionadas pela

internet estão sendo usadas, gerando novas maneiras de participação política, novas formas de entretenimento e de contato social.

Sabe-se que mobilizações nas redes não irão resolver nem emancipar, por si sós, as questões sociais. Nem o desenvolvimento tecnológico dissolverá, por si, os problemas das sociedades. Entretanto, desde a popularização da *Internet*, as relações sociais (e comerciais) começaram a não precisar muito mais do espaço físico e geográfico para acontecerem.

Este é um tema que não se esgota aqui e tem avançado desde 2013 quando o ativismo das ruas e o digital passaram a se articular e crescer nas defesas dos direitos sociais, humanos e políticas públicas.

Cada vez mais o debate das questões será via *Internet*, via redes sociais, conteúdos serão produzidos, acessados e compartilhados. “O Twitter é fantástico para fazer a revolução, mas quando é necessário explicar o programa revolucionário o melhor é usar o Facebook”, disse Castells (2011) num evento de lançamento do livro. E dessa maneira ocorreu com o objeto de estudo desse artigo, não há separação, pois vivemos num mundo híbrido. Tudo que fazemos é ao mesmo tempo virtual e físico, real, concreto.

Atualmente, o caso de estupro coletivo que fundamentou a campanha e por consequência esse estudo, teve o inquérito instaurado no último dia 17 de junho de 2016. A Polícia Civil do Rio de Janeiro, indiciou sete pessoas pelo estupro da jovem de 16 anos no Morro da Barão, na Zona Oeste da cidade. A Delegacia da Criança e Adolescente Vítima (DCAV) concluiu o inquérito sobre o caso e a oitiva com os que se encontram envolvidos no processo, como também todos os laudos periciais, inclusive de um celular, utilizados na divulgação das imagens nas redes sociais.

REFERÊNCIAS

ANUÁRIO BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA. São Paulo: Fórum Brasileiro de Segurança Pública, v. 9, 2015. Disponível em: <http://www.agenciapatriciagalvao.org.br/dossie/wp-content/uploads/2015/10/9-Anuario-Brasileiro-de-Seguranca-Publica-FSB_2015.pdf>. Acesso em: 17 jun. 2016.

ATIVISMO. In: **Wikipédia:** a enciclopédia livre, 2015. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Ativismo>>. Acesso em: 14 jun. 2016.

BAUMAN, Z. **Amor líquido**: sobre a fragilidade das relações humanas. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. – Brasília: Secom, 2014.

CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede**: filtros, vitrines, notícias. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

CARPANEZ, Juliana. **Estupro**. TAB UOL. Disponível em <<http://tab.uol.com.br/estupro/>> Acesso em: 16 jun. 2016.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

_____. **A sociedade em rede**. v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CRESWELL, John (1994). **Research Design**: Qualitative and Quantitative Approaches. Thousand Oaks: SAGE Publications.

CORREA, Hudson; GARCIA, Sérgio; LAZZERI, Thais. **A cada 11 minutos uma mulher é violentada no Brasil**: E ainda há quem diga que a culpa é da vítima. Revista Época, São Paulo, edição 937, p.60 - 65, maio.2016.

CRUZ, Melissa. **Facebook revela dados do Brasil na CPBR9 e WhatsApp 'vira ZapZap'**. TechTudo. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2016/01/facebook-revela-dados-do-brasil-na-cpbr9-e-whatsapp-vira-zapzap.html>>. Acesso em: 09 jun. 2016

FACEBOOK. **Desenvolvido por Wordpress VIP**, 2004-2016. Informações da Empresa. Disponível em: <<https://newsroom.fb.com/company-info/>> Acesso em: 24 jul. 2016.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradução Susana Alexandria. 2.ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KOULOPOULOS, Thomas. **6 Forces Driving the Next Generation of Your Business**. Inc. Disponível em: <<http://www.inc.com/thomas-koulopoulos/six-forces-driving-the-next-generation-of-your-business.html>>. Acesso em: 09 jun. 2016.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 1991.

LÉVY, P. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing**: foco na decisão. Tradução Opportunity Translations. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

MARTINO, Luís Mauro de Sá. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes.** Petrópolis: Vozes, 2014.

MARTINS, Andrea. **Ciberativismo: ativismo nasce nas redes e mobiliza as ruas do mundo.** UOL Vestibular. Disponível em: <<http://vestibular.uol.com.br/resumo-das-disciplinas/atualidades/ciberativismo-o-ativismo-da-rede-para-as-ruas-o-ativismo-da-rede-para-as-ruas.htm>> Acesso em: 09 jun. 2016.

ONUBR. **Por que falamos de Cultura do Estupro.** Nações Unidas. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/por-que-falamos-de-cultura-do-estupro/>> Acesso em: 07 jul. 2016.

PROFISSÃO Repórter. **Estado do Rio de Janeiro registra em média 13 casos de estupro por dia.** Rede Globo. Disponível em <<http://g1.globo.com/profissao-reporter/noticia/2016/06/estado-do-rio-de-janeiro-registra-treze-casos-de-estupro-todos-os-dias.html>> Acesso em: 16 jun. 2016.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

RODROL, Lika. **Nana Queiroz e a coragem de enfrentar a cultura do estupro no Brasil.** Revista Época. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/vida/noticia/2016/06/nana-queiroz-e-coragem-de-enfrentar-cultura-do-estupro-no-brasil.html>> Acesso em 16 jun. 2016.

SANTOS, J. E.; SANTOS, V. L. C. **O período técnico-científico-informacional e o ensino de Geografia:** algumas notas. In: Revista Caminhos de Geografia. Uberlândia, v. 12, n. 39, set/2011. p. 168-180.

SANTOS, Milton. **Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico-científico-informacional.** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

_____. **Geografia dos protestos e meio comunicacional:** redes sociais digitais e manifestações populares. In: Revista Movimentos Sociais e Dinâmicas Espaciais, Recife, v. 02, n. 02, 2013. p. 7-22.

SOPRANA, Paula. **Eu luto pelo fim da cultura do estupro.** Revista Época. Disponível em <<http://epoca.globo.com/vida/experiencias-digitais/noticia/2016/05/eu-luto-pelo-fim-da-cultura-do-estupro.html>> Acesso em 09 jun. 2016.

TORRES, C. **A bíblia do marketing digital.** São Paulo: Novatec, 2009.

YIN, Robert (1994). **Case Study Research: Design and Methods** (2ª Ed) Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.