



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
CURSO DE JORNALISMO

MARÍLIA GABRIELA FREITAS NUNES

**PRODUÇÃO DE CAPITAL SOCIAL E USOS DA PLATAFORMA FACEBOOK NO GRUPO
DE MULHERES RECUSE A CLICAR**

FORTALEZA

2022

MARÍLIA GABRIELA FREITAS NUNES

PRODUÇÃO DE CAPITAL SOCIAL E USOS DA PLATAFORMA FACEBOOK NO GRUPO DE
MULHERES RECUSE A CLICAR

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social - Jornalismo do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Rafael Rodrigues da Costa

FORTALEZA

2022

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

N926p Nunes, Marília Gabriela Freitas.
PRODUÇÃO DE CAPITAL SOCIAL E USOS DA PLATAFORMA FACEBOOK NO GRUPO DE
MULHERES RECUSE A CLICAR / Marília Gabriela Freitas Nunes. – 2022.
139 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de Cultura e
Arte, Curso de Comunicação Social (Jornalismo), Fortaleza, 2022.
Orientação: Prof. Dr. Rafael Rodrigues da Costa .

1. Grupos do Facebook. 2. Antipornografia. 3. Capital social. 4. Quarta onda feminista. I. Título.

CDD 070.4

MARÍLIA GABRIELA FREITAS NUNES

PRODUÇÃO DE CAPITAL SOCIAL E USOS DA PLATAFORMA FACEBOOK NO GRUPO DE
MULHERES RECUSE A CLICAR

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social - Jornalismo do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo.

Aprovada em: __/__/____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Rafael Rodrigues da Costa
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Eliana Coelho da Silva
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof^ª Dr. Maria Leidiane Tavares Freitas
Universidade Federal do Ceará (UFC)

AGRADECIMENTOS

Logo após a finalização de um longínquo trabalho, os agradecimentos deveriam ser a parte mais tranquila de ser escrita - mas eu estava errada em achar isso. Sempre que penso onde chegamos e onde queremos chegar enquanto sociedade, recordo-me de um trecho citado por Ailton Krenak que se tornou um mantra em minha vida: nós andamos em constelação. E neste trabalho, mesmo sendo uma produção um tanto quanto solitária em alguns momentos, eu nunca estive sozinha justamente por ter o apoio de diversas pessoas para concluir um ciclo da minha vida que começou há cerca de quatro anos, quando a Marília de 17 anos resolveu estudar mais sobre a comunicação “porque gostava de ler e de bater fotos”.

A insistência e a vontade de conhecer mais sobre o mundo que me cerca sempre foi instigada pelos meus familiares desde cedo. Lidiana, minha mãe; Glauberson, meu pai; e Damião, meu “segundo pai”; obrigada por sempre me incentivarem a buscar o melhor para mim e a não desistir dos meus sonhos, mesmo que eles parecessem improváveis em algumas situações e vocês ficassem chateados comigo pela insistência em buscá-los; eu estava apenas seguindo o instinto que vocês instigaram em mim. Um agradecimento especial às mulheres da minha vida - minha mãe e minhas avós, Regina e Vianeide: obrigada por sempre me ouvirem e me apoiarem, características tão presentes nas nossas relações antes mesmo de existir uma definição formal de “sororidade”. Vocês nem fazem ideia do quanto são importantes para mim e de como são minhas referências.

Ao meu avô, Neudo: obrigada por toda a ajuda nas atividades escolares e por me incentivar tanto a gostar de ler e de escrever com os gibis da Turma da Mônica e revistas da Todateen, que você sempre comprava para mim ao ir ao Centro de Fortaleza. Aos meus irmãos, obrigada por me mostrarem mais uma forma de amar e por me incentivarem a deixar um mundo melhor para vocês no futuro.

Aos meus coletivos BC e Afetos Periféricos - obrigada por mostrarem que a academia deve ser um espaço nosso e que, querendo ou não, há uma mescla de liberdade e diversão em se fazer o que ama; vocês são a prova disso. A Leonardo Maia, obrigada pela companhia ao longo desses anos, pelos apoios e pelas conversas diárias sobre os dramas diversos da vida; obrigada à Ana Rita, Catalina, Cindy, Gabrielle, Higo, Jaque, Luana, Marília, Marcela, Thays e tantas outras pessoas que, de alguma forma, vêm sendo minha companhia até então e um agradecimento às que ainda virão.

Ao meu orientador Rafael Rodrigues, um imenso obrigado por ter aceitado este desafio e por colocar meus pés no chão quando assim foi preciso. Em meio à mescla da vida

acadêmica e pandêmica nos últimos dois anos, sua confiança e dedicação em me ouvir me fizeram confiar no trabalho e atçou em mim a vontade de seguir estudando os processos de interações discutidos inicialmente neste trabalho e em tantos outros que poderão vir. Nem acredito que chegamos até aqui.

Aos amigos e profissionais do jornal O POVO, obrigada por confiarem no meu trabalho e por sempre me incentivarem a fluir as ideias para promover um jornalismo ético e, especialmente, focado na diversidade - em especial, obrigada ao Érico, ao Thadeu e às minhas primeiras editoras, Juliana e Sara. Realmente, se uma jornalista passa pela editoria de Cotidiano, ela é capaz de encarar qualquer desafio.

Por fim, é impossível esquecer das músicas que me guiam desde sempre e que foram fundamentais nas construções de vários trechos deste trabalho em meio às madrugadas de estudo e de *insights* ao som de “Strawberry Swing” ou de “Meu nome é Gal”. Às administradoras e às moderadoras da comunidade do “Recuse a Clicar (Somente Mulheres)”, este trabalho literalmente não teria acontecido sem vocês. Obrigada por continuarem a promover essas discussões e ajudar tantas mulheres como eu a sermos quem nascemos para ser: libertas e conscientes.

“Não nos juntamos para ficar contra os homens; juntamo-nos para proteger nossos interesses de mulher.” (hooks, bell. 2020)

RESUMO

Contextualizada por algumas pesquisadoras como a “quarta onda feminista”, o movimento é definido como o compartilhamento de ideias marcadas por novas formas de divulgação da militância feminista no meio digital. Com tais novas mobilizações, pautas diversas entram em debate, dentre elas, a do consumo de pornografia e suas possíveis influências nas relações humanas e como lidar com isso. Essa interação entre dois ou mais integrantes é denominada por diversos pesquisadores e pesquisadoras como capital social (RECUERO, 2009). Uma das formas de favorecer essas conversas é através das comunidades constituídas apenas com mulheres e, com a expansão do uso destas mídias e de visibilidade para assuntos sensíveis à óptica feminina, este trabalho busca observar como as ferramentas de interação proporcionadas pelo Facebook grupos, ambientado neste trabalho com a comunidade “Recuse a Clicar (Somente Mulheres)”, geram capital social; no grupo, cerca de 9 mil integrantes interagem e produzem conteúdos ligados ao combate ao consumo de pornografia. Ademais, buscamos investigar a experiência das integrantes tanto em relação à prática de um apoio mútuo e sororidade dentro desse espaço, quanto ao apoio e medidas de segurança oferecidos pela administração do grupo e pela plataforma. Propõe-se, assim, apresentar reflexões sobre o funcionamento e o uso da plataforma Facebook, mais especificamente da ferramenta Grupos, além da sua contribuição para o fenômeno de plataformização da *web* (HELMOND, 2019) e o impacto que ela causa. Utilizando-se a metodologia de estudos de caso e pesquisa qualitativa (YIN, 2015, 2016; STAKE, 2011), junto à métodos de coleta de dados, como diário de campo, entrevistas e questionários, percebeu-se que a produção de capital social dentro da plataforma do Facebook Grupos se dá através do uso de três ferramentas principais: a criação de publicação, a possibilidade de reagir às postagens e os comentários. Essa produção de capital social é possível dentro do Recuse a Clicar (Somente Mulheres) por causa da notável crescente atmosfera de comunidade entre os membros do grupo, visto que é um espaço que engloba apenas mulheres, o que as deixa mais seguras e confortáveis para compartilhar suas experiências, levantar debates e interagir umas com as outras. Como esperado de qualquer espaço social, existem atritos entre os membros em razão de discordâncias, o que não diminui a contribuição destas mulheres para o coletivo como um todo. Por fim, averiguou-se que a plataforma Meta construiu um monopólio de redes sociais, tornando difícil a migração do usuário para redes que não sejam pertencentes a essa plataforma.

Palavras-chave: Grupos do Facebook; Antipornografia; Capital social; Quarta onda feminista.

RESUMEN

Contextualizado por algunos investigadores como la "cuarta ola del feminismo", el movimiento se define como el intercambio de ideas marcado por las nuevas formas de difusión de la militancia feminista en el espacio digital. Con estas nuevas manifestaciones, surgen varios temas de debate, entre ellos, el consumo de pornografía y sus posibles influencias en las relaciones humanas y cómo hacer frente a ello. Esta interacción entre dos o más miembros es denominada por varios investigadores como capital social (RECUERO, 2009). Una de las formas de promover estas conversaciones es a través de comunidades constituidas sólo con mujeres y, con la expansión del uso de estos medios y la visibilización de temas sensibles a la perspectiva femenina, este trabajo busca observar cómo las herramientas de interacción que brindan los grupos de Facebook, ambientados en este trabajo con la comunidad "Recuse a Clicar (Somente Mulheres)" (RaC), generan capital social; en el grupo, cerca de 9000 mujeres interactúan y producen contenidos relacionados con el combate al consumo de pornografía y temas relacionados, como la influencia de este uso en las relaciones amorosas. Una de las formas de promover estas conversaciones es a través de comunidades formadas sólo con mujeres y, con la expansión del uso de estos medios y la visibilización de temas sensibles a la perspectiva femenina, este trabajo busca observar cómo las herramientas de interacción que proporcionan los grupos de Facebook, establecidos en este trabajo con la comunidad "Recuse a Clicar (Somente Mulheres)" (RaC), generan capital social; en el grupo, cerca de 9000 miembros interactúan y producen contenidos relacionados con la lucha contra el consumo de pornografía y temas relacionados, como la influencia de este uso en las relaciones amorosas. También se pretende investigar la experiencia de los miembros tanto en relación con la práctica del apoyo mutuo y la sororidad dentro de este espacio, como con las medidas de apoyo y seguridad ofrecidas por la administración del grupo y la plataforma. Se propone, así, presentar reflexiones sobre el funcionamiento y uso de la plataforma Facebook, más concretamente de la herramienta Grupos, además de su contribución al fenómeno de plataformización de la web (HELMOND, 2019) y el impacto que provoca. Se utiliza la metodología del estudio de caso y la investigación cualitativa (YIN, 2015, 2016; STAKE, 2011), junto con métodos de recogida de datos, como el diario de campo, las entrevistas y los cuestionarios. Se observó que la producción de capital social dentro de la plataforma de Grupos de Facebook se produce mediante el uso de tres herramientas principales: la creación de publicaciones, la posibilidad de reaccionar a las publicaciones y los

comentarios. Esta producción de capital social es posible en el seno de RaC por el notable ambiente de comunidad que crece entre los miembros del grupo, ya que es un espacio que engloba sólo a mujeres, lo que las hace más seguras y cómodas para compartir sus experiencias, plantear debates e interactuar entre ellas. Y como es de esperar en cualquier espacio social, hay roces entre sus miembros por desacuerdos, lo que no quita la aportación de estas mujeres al conjunto del colectivo. Por último, se comprobó que la plataforma Meta ha construido un monopolio de redes sociales, lo que dificulta la migración de los usuarios a redes que no pertenecen a esta plataforma.

Palabras clave: Grupos de Facebook; Antipornografía; Capital social; Feminismo de cuarta ola.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Comentários na publicação da postagem do “Recuse a Clicar	19
Figura 2 – Comercial do Facebook grupos.....	21
Figura 3 – Desenvolvimento das reações do Facebook.....	46
Figura 4 – Breve linha do tempo do Facebook.....	48
Figura 5 – Distribuição dos selos nos grupos do Facebook	60
Figura 6 – Categorias e níveis de capital social: categorias e níveis de capital social	62
Figura 7 – Seções do RaC	85
Figura 8 – Publicação da categoria 01	94
Figura 9 – Comentários da categoria 01	95
Figura 10 – Barra de comentários do Facebook	96
Figura 11 – Criar publicação do Facebook e ferramentas no RaC	97
Figura 12 – Publicação da categoria 02.....	98
Figura 13 – Comentários da categoria 02.....	100
Figura 14 – Compilados de comentários da publicação	106
Figura 15 – Uso dos prêmios no Facebook	107
Figura 16 – Compartilhamento de notícias no RaC	108
Figura 17 – Trecho das normas da comunidade RaC	111
Figura 18 – Comentários na publicação de desabafo	115
Figura 19 – Publicação de uma ADM no RaC	120
Figura 20 – Comentários na publicação de uma ADM no RaC	122

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Categorias percebidas durante produção do diário de campo das publicações do grupo "Recuse a Clicar (Somente Mulheres)" no Facebook Categorias percebidas durante produção do diário de campo das publicações do grupo "Recuse a Clicar (Somente Mulheres)" no Facebook	37
Tabela 2 – Principais governanças na plataforma Facebook	51
Tabela 3 – Configurações dos grupos no Facebook	84
Tabela 4 – Categorias finais encontradas no RaC	89
Tabela 5 – Frequências dos conteúdos encontrados no RaC	90

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ADM GERAL	Administradora geral da comunidade “Recuse a Clicar (Somente Mulheres)” no Facebook
MEMBRO 01	Entrevistada e integrante do grupo “Recuse a Clicar (Somente Mulheres)” no Facebook
MEMBRO 02	Entrevistada e integrante do grupo “Recuse a Clicar (Somente Mulheres)” no Facebook
MEMBRO 03	Entrevistada e integrante do grupo “Recuse a Clicar (Somente Mulheres)” no Facebook
RaC	Grupo “Recuse a Clicar (Somente Mulheres)” no Facebook
TCLE	TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	16
2.	METODOLOGIA	25
2.1.	Caracterização da pesquisa	25
2.2.	Delimitação do universo	31
2.3.	Fontes de evidência	33
2.3.1.	<i>Pesquisa bibliográfica</i>	34
2.3.2.	<i>Documentação</i>	34
2.3.3.	<i>Diário de campo</i>	36
2.3.4.	<i>Entrevistas</i>	38
2.3.5.	<i>Questionários</i>	39
3.	PLATAFORMAS E CAPITAL SOCIAL	42
3.1.	A consolidação da plataforma: o exemplo do Facebook	42
3.1.1.	<i>A datatificação e o impacto das plataformas</i>	48
3.2.	Debates iniciais sobre o Capital Social no grupo RaC	53
3.2.1.	<i>Visibilidade e Reputação</i>	58
3.2.2.	<i>Popularidade e autoridade</i>	60
4.	FEMINISMOS E MOVIMENTOS SOCIAIS NA ERA DA INTERNET	64
4.1.	Movimentos sociais: onde o feminismo se encaixa?	64
4.2.	Breve apanhado das lutas feministas no Brasil	68
4.2.1.	<i>A quarta onda feminista e problematizações iniciais envolvendo as plataformas</i> 73	
5.	ANÁLISE DOS DADOS	83
5.1.	Grupos do Facebook: o exemplo do “Recuse a Clicar (Somente Mulheres)” ..	83
5.2.	RaC: produção de capital social e compreensões das ferramentas - uma análise através das publicações e outras fontes de evidência	88
5.2.1.	<i>Opiniões sobre um conteúdo externo, mas presente no Facebook</i>	93
5.2.2.	<i>Compartilhamento de materiais externos com objetivo de gerar conhecimento</i> ..	96
5.2.3.	<i>Pedidos de ajuda e/ou de conteúdo para discussões fora da comunidade na internet</i>	102

5.2.4.	<i>Compartilhamento de notícias</i>	107
5.2.5.	<i>Relatos: anônimo, superação ou agradecimento</i>	109
5.2.6.	<i>Desabafo</i>	114
5.2.7.	<i>Aviso</i>	119
6.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	125
	REFERÊNCIAS	130
	APÊNDICE 1 - RESUMO DAS RESPOSTAS COLETADAS NO QUESTIONÁRIO .	138

1. INTRODUÇÃO

Nos momentos anteriores às eleições presidenciais de 2018, nas quais Jair Bolsonaro se elegeria como chefe do Executivo Federal, o Brasil caminhava, mesmo que lentamente, para um quadro de relações sociais entre homens e mulheres sob uma perspectiva cada vez menos desigual. No entanto, o escancaramento de retrocessos sociais, políticos e econômicos foram refletidos pelo próprio Governo Federal em diversas esferas em vida: é fato que declarações emitidas pelo próprio Executivo contra mulheres levam a mais discriminação contra elas (GOMES, 2020). Um dos exemplos mais recentes dessas consequências foi o caso de uma menina de 10 anos que ficou grávida após sofrer violência sexual por parte do tio (LEAL, 2020) e, simultaneamente ao caso, o Governo Federal publicou a portaria nº 2.282, que trazia regras acerca do procedimento do aborto em casos de estupro de mulheres, adolescentes e crianças. Dentre as medidas previstas pelo documento, a portaria obrigava o médico a perguntar se a vítima gostaria de ver imagens do feto ou embrião pelo ultrassom antes do procedimento abortivo (PRAZERES, 2020).

Vale ressaltar que o caso da criança grávida aconteceu durante a pandemia da Covid-19, uma crise de saúde pública que trouxe entraves ainda mais fortes para a questão de gênero no Brasil: um total de 105 mil denúncias de violência contra a mulher foram registradas apenas em 2020 através do Ligue 180 e pelo Disque 100 (MARTELLO, 2020). Outros tipos de opressão contra as mulheres ficaram mais fortes durante o período, como a prática do *zombombing*, isto é, a invasão de encontros virtuais vinculada à eventos com temáticas de gênero¹. O estudo “Liberdade on-line? — Como meninas e jovens mulheres lidam com o assédio nas redes sociais”, conduzido pela Plan International (2020), apontou que o índice de meninas entre 15 a 24 anos vítimas de assédio online chegou a 77% durante o ano de 2020.

Diante de um cenário conservador presente em diversas esferas sociais, grupos minoritários — dentre eles, as mulheres — articulam-se de diversas formas para contornar a difícil tarefa de viver no Brasil. Esses suportes podem funcionar de diversas formas, como por exemplo, a articulação de espaços para conversas ou reivindicação de mudanças através de mobilizações sociais nas ruas, como aconteceu com o movimento #EleNão em 2018,

¹ No dia 19 de maio de 2021, a vereadora cearense Larissa Gaspar compartilhou em suas redes sociais que sofreu um ataque hacker durante uma plenária virtual com mais de 50 mulheres, entre assistentes sociais e psicólogas. GASPAR, Larissa. “HACKERS BOLSOMINIONS INVADEM PLENÁRIA DO NOSSO MANDATO! Na noite de hj uma plenária virtual do nosso mandato c/ mais de 50 assistentes sociais e psicólogas foi invadida por hackers q proferiram palavras misóginas, ataques às mulheres, às feministas e promovendo Bolsonaro”. Fortaleza, 19 mai. 2021. Twitter: @larissafgaspar. Disponível em: <https://twitter.com/larissafgaspar/status/1395186932687179777>. Acesso em 14 jan. 2022.

originada no grupo no Facebook "Mulheres Unidas contra Bolsonaro"; a comunidade² motivou manifestações fora da rede pelo País e pelo mundo, sendo um dos principais articuladores de um movimento contra a candidatura de Jair Bolsonaro em 2018: o Movimento #EleNão. A comunidade chegou a 1 milhão de integrantes no Facebook e houve uma cobertura jornalística considerável diante de seu surgimento. "Mulheres Unidas contra Bolsonaro" chegou a ser atacada por hackers que alteraram o nome da página para "Mulheres COM Bolsonaro". À época, o Facebook informou estar apurando o caso e prometeu restabelecer a página, temporariamente removida após a rede social detectar atividade suspeita. Até janeiro de 2022, mais de 2,3 milhões de integrantes seguiam acompanhando as postagens no grupo, agora mais diversas e não só focadas em Bolsonaro após a mobilização de 2018.

Por exemplo, Helmond (2019) explica que o Facebook se transformou, ao longo do tempo, de um site de rede social em plataforma de mídias sociais — resultado de um processo de "plataformização" como modelo dominante de infraestrutura e economia da web. E, no tocante ao Facebook, são 2,8 bilhões de contas ativas em janeiro de 2021, sendo 127 milhões delas brasileiras (STATISTA, 2022). O número é alto e o classifica como a plataforma de mídia social mais utilizada no Brasil. Em junho de 2021, mais de 55% desses usuários do Facebook no Brasil se identificavam como mulheres.

Enquanto uma mulher com acesso a esses debates no ambiente online, percebi o uso dessas redes sociais (RECUERO, 2020) e de seus grupos, principalmente no Facebook, como espaços possíveis da construção de novos saberes e reivindicações para pautas relacionadas ao racismo, sexismo, LGBTQIA+fobia etc; e, ao longo da minha formação, enquanto feminista, o contato contínuo com grupos apenas com mulheres na plataforma motivou esta pesquisa e seus questionamentos. Como o uso desses espaços por essas usuárias e os conteúdos ali publicados influenciavam diretamente suas vidas? As interações ali proporcionadas eram fortes o suficiente para gerar sororidade entre essas mulheres? As afirmações entre essas mulheres ajudavam na expansão de conteúdos feministas ou relacionados ao assunto no ambiente online do Facebook?

Desse modo, chegamos a problemática principal deste trabalho: como as mulheres de grupos do Facebook usam a plataforma para, a partir dessas produções de conteúdo, fazer circular capital social? E é no crescimento dessa ambientação que o grupo "Recuse a Clicar (Somente Mulheres)" surge. Escolhe-se esta comunidade para a pesquisa por ela pertencer a

² FACEBOOK. **Mulheres Unidas Contra Bolsonaro**, 2022. Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/grupomucb>. Acesso em: 14 jan. 2022.

uma esfera conhecida quando se trata da produção de conteúdo crítico à pornografia³ no ambiente online. As páginas do “Recuse a Clicar” em perfis das redes sociais concentram milhares de seguidores, como explicado posteriormente; os assuntos tratados no grupo perpassaram a minha vivência enquanto uma mulher interessada nos conteúdos feministas divulgados no ambiente do Facebook e enquanto uma pessoa que se sentiu acolhida na comunidade por ver relatos parecidos com o que vivi; e, ainda, as constantes publicações e interações diárias entre as mulheres ali presentes geram uma ampla gama de conteúdo em um grupo que tem um número considerável de participantes – com mais de 9 mil pessoas presentes apenas na comunidade exclusiva para mulheres. Neste trecho do capítulo, utiliza-se a primeira pessoa do singular pois a introdução permite uma explicação por parte da pesquisadora de onde se fala e qual o percurso percorrido para chegar ao âmago da questão. Ao longo do trabalho, a escrita utilizada é a da primeira pessoa do plural.

Para as abordagens desta pesquisa, utiliza-se a sigla RaC para referências à comunidade só com mulheres. Em meio ao uso massivo da plataforma, a quarta onda feminista⁴ se caracteriza pelo interesse no feminismo associado ao uso destas redes sociais, que, com a plataformização, proporciona ferramentas de interações sociais das quais as mulheres se utilizam para propagar conteúdo — como é o caso do “Recuse a Clicar”, que atua na esfera da antipornografia⁵ através dos compartilhamentos de notícias sobre o assunto, traduções de textos e outros tipos de relatos para o português — para textos mais longos, o compartilhamento costuma ser através da plataforma Medium — e protestos contra sites pornográficos, como o Pornhub e o XVideos. Uma das principais formas de distribuição dos conteúdos da “Recuse a Clicar” são as plataformas de mídias sociais digitais: nos perfis oficiais, são mais de 4 mil seguidores no Twitter, mais de 69 mil seguidores no Facebook e mais de 57 mil seguidores no Instagram.

A página do Facebook costuma compartilhar conteúdos já veiculados em portais jornalísticos e traz comentários sobre os assuntos. Um dos posts de 2021 mais famosos da página do “Recuse a Clicar” envolve uma declaração da cantora Billie Eilish a respeito do consumo de pornografia. O post no Facebook acumulava, até janeiro de 2021, mais de 700

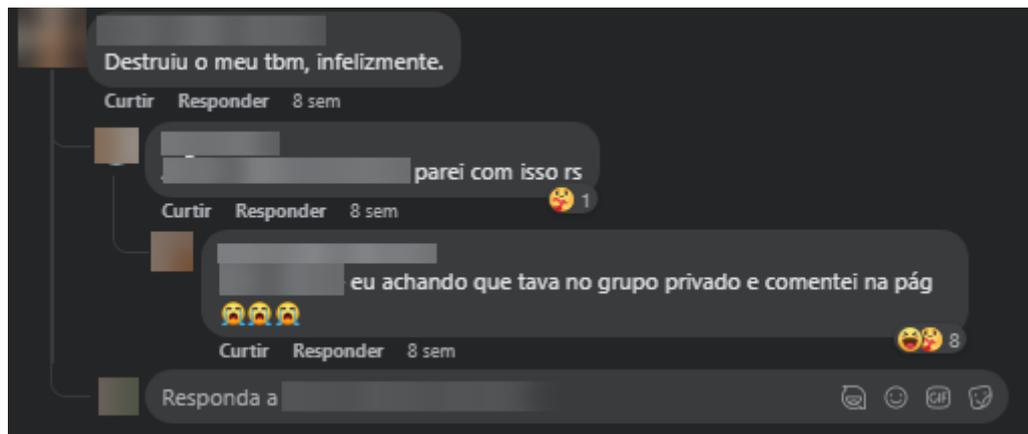
3 Neste trabalho, a pornografia é definida como “Descripción o representación de escenas de actividad sexual”, no qual o intuito desse conteúdo é de mostrar tais cenas de forma explícita com o intuito de gerar excitações sexuais (OXFORD, 2022).

4 Posteriormente neste trabalho, o quarto capítulo traz mais informações sobre as ondas feministas (HOLLANDA, 2019). Percebe-se que há uma certa expansão dos debates feministas envolvendo o uso desta nomenclatura, mas não há um consenso sobre esses debates por ainda envolver um feminismo tido como “branco e ocidental”, reforçado por autoras como Carneiro (2003) e Zakaria (2021).

5 RECUSE A CLICAR. **Publicações**. 2021. Disponível em: <https://www.facebook.com/recuseaclicar2/posts/947442229196625>. Acesso em: 14 jan. 2022.

compartilhamentos e 2,1 milhões de curtidas na página - dentre elas, reações Triste e Força, uma das novidades implementadas na plataforma. Nos comentários da publicação original, há um compartilhamento de experiências dos próprios usuários com relação ao consumo de pornografia, sejam elas positivas ou não.

Figura 01 - Comentários na publicação da postagem do “Recuse a Clicar”



Fonte: Facebook

O compartilhamento de experiências acontece no Facebook, no qual ferramentas diversas possibilitam essas interações: reações a publicação, comentários, reações aos comentários, respostas aos relatos, marcações de usuários para conferir o mesmo conteúdo ou a divulgação de outras páginas que também tratam do assunto da antipornografia são possibilitadas na plataforma. O ambiente de interações do Facebook permite a continuidade desses debates online e o “Recuse a Clicar” se utiliza dessas medidas da plataforma para propagar seu conteúdo. Dentre os produtos utilizados pela página, estão os Facebook Grupos.

O “Recuse a Clicar” administra três comunidades na plataforma: um grupo apenas com pessoas que se identificam como homens; outro apenas com pessoas que se identificam como mulheres; e um grupo misto, que abriga tanto homens como mulheres. No caso do grupo com mulheres, estudado nesta pesquisa, as integrantes compartilham suas vivências pessoais ou de pessoas conhecidas com a pornografia e outros assuntos relacionados, conforme cita o grupo RaC em sua descrição: "Prevenção e combate aos danos devastadores da pornografia, da prostituição, do tráfico sexual e da escravidão sexual, e apoiar o sexo, o amor e os relacionamentos seguros, saudáveis e baseados na igualdade. Grupo para debates, tirar dúvidas e ajuda. Não serão aceitos homens".

O movimento feminista antipornografia realiza diversas críticas sobre a misoginia presente nos conteúdos pornográficos e seus possíveis impactos em sociedade. Alves (2019)

ressalta uma diferença entre as mulheres feministas e as pessoas que criticam a pornografia devido à noção de que os materiais pornográficos são tidos como "obscenos"; pois "as mulheres que se posicionam contra a exploração sexual promovida pela indústria pornográfica, no entanto, o fazem por entenderem que os vídeos pornô são produzidos em um contexto de exploração e comercialização"⁶. Pesquisas anteriores a esse assunto já comprovam que, em uma esfera da facilidade de acesso aos dispositivos móveis e expansão do uso da internet, observa-se uma grande disponibilidade desse conteúdo (BAUMEL; SILVA; GUERRA; GARCIA; TRINDADE, 2019). Além de adultos, crianças e adolescentes o acessam com maior facilidade e diversidade, o que pode trazer prejuízos ao longo da vida destas pessoas e suas relações⁷.

Desse modo, conteúdos como os publicados pelo "Recuse a Clicar" visam atuar neste debate da antipornografia, o que infere o uso das plataformas para tal. Voltando-se para os grupos no Facebook, compreende-se que este espaço é fundamental para manter esses debates ativos na plataforma. Contudo, a problemática de produzir conteúdo vai além do poder das administradoras: o próprio Facebook, administrado pela empresa Meta, tem um histórico de problemas envolvendo a privacidade dos usuários, como o caso Cambridge Analytica, junto ao boicote de grandes marcas contra a plataforma. Estes e alguns fatores mais recentes, como a divulgação do Facebook Papers, refletem, conseqüentemente, nas normas e nas diversas formas de uso do produto. Em setembro de 2020, a plataforma anunciou a limitação da disseminação de grupos ligados à violência, removendo-os das recomendações, restringindo-os na busca e reduzindo os seus conteúdos no Feed de Notícias; e também ressaltaram a remoção dos grupos que discutem violência em potencial, mesmo que usem linguagem e símbolos velados, dentre outras mudanças. Mudanças foram motivadas pelo movimento Stop Hate for Profit (SHFP)⁸. Em comunicado oficial, o Facebook informou, à época:

No ano passado, removemos cerca de 1,5 milhão de peças de conteúdo em Grupos por violação de nossas políticas de ódio organizado, 91% das quais encontradas de

6 A autora discorre que tais mulheres que apoiam esta mobilização antipornografia fazem parte, principalmente, da vertente do feminismo radical, movimento que surgiu no contexto da década de 1960. As feministas desta vertente, segundo Alves (2019), "utilizam o método dialético e materialista para analisar a origem da opressão das mulheres que, para elas, está relacionada com a hierarquia de gênero advinda da discriminação efetuada com base no sexo" (p. 17).

7 A pesquisa desenvolvida pelos autores busca identificar e compreender as atitudes que homens e mulheres têm em relação a pornografia no Brasil. Ambos os entrevistados elencaram prejuízos e benefícios do uso de forma semelhante.

8 Em junho de 2020, grupos estadunidenses solicitaram a grandes marcas que deixassem de anunciar no Facebook e no Instagram durante o período. O intuito era, prioritariamente, exigir que a plataforma fosse menos complacente com mensagens de ódio publicadas. Medida possibilitou esforços nunca vistos na moderação de conteúdos da plataforma, como a adição de rótulos de advertência e remoção de grupos de ódio estadunidenses (WEST, BRAUN, FERRAZ; 2021).

forma proativa. Também removemos cerca de 12 milhões de peças de conteúdo em Grupos por violar nossas políticas de discurso de ódio, 87% delas encontradas também de forma proativa (FACEBOOK, 2020).

Em atualização no mês de março de 2021, o Facebook anunciou outras novas ações relacionadas aos grupos, dentre elas a que removeria todos os grupos cívicos e políticos do Facebook das recomendações da plataforma. Mas, para o Stop Hate for Profit (2021, tradução nossa), “[...] essa solução abrangente provavelmente prejudicará aqueles que usam o produto Grupos do Facebook para atividades políticas e cívicas legítimas”⁹. Ao mesmo tempo, o Facebook utilizou-se do recurso dos grupos para favorecer o uso da plataforma: os grupos “Sororidade” e “Entre Nós, Mulheres” serviram de inspiração para a campanha que resultou no filme “Casa Nova”, que mostra uma mulher terminando de montar sua casa sozinha e compartilhando momentos em grupos apenas com mulheres no Facebook. O filme fez parte da campanha “Somos Mais Juntos” em 2020, continuação da primeira história da empresa a ser divulgada simultaneamente em todo o mundo.

Figura 02 - Comercial do Facebook Grupos



⁹ Tradução livre para “[...] this broad-brush solution is likely to harm those who use the Facebook Groups product for legitimate political and civic activities”. STOP HATE FOR PROFIT. Review of Facebook's Progress on Stop Hate for Profit Recommendations. 2021. Disponível em: <https://www.stophateforprofit.org/progress-report>. Acesso em: 17 jan. 2022.



Fonte: YouTube

Porém, como manter-se segura em um espaço com tantas contradições? O tópico de segurança é abordado pela administradora da comunidade RaC, entrevistada aqui tida como ADM GERAL. Mesmo com implementações de medidas de segurança, observa-se que os próprios usuários da plataforma encontram novas formas de construir mais moderações para o produto, sejam elas favorecidas por ações criadas pelo próprio Facebook ou ações mantidas e utilizadas pelos usuários.

Exemplifica-se com a comunidade do “Recuse a Clicar” só para mulheres no Facebook: segundo a administradora, este é o grupo com mais cuidados dentre todos os observados pela equipe. Para adentrar no RaC, há requisitos — o perfil interessado deve responder algumas perguntas prévias; não deve ser um perfil fake ou com dificuldades de ser identificado como uma “pessoa que existe”, segundo palavras da administradora, dentre outras ações com o intuito de promover segurança naquele espaço. Existem exceções, por exemplo, em casos de mulheres que gostariam de fazer um relato, mas não se sentem confortáveis em se expor e utilizam-se de um perfil alternativo para falar com as outras integrantes, conforme cita: “[...] acho que já teve uma ou duas vezes, a pessoa fala “olha, eu sou essa pessoa aqui, olha meu documento, mas eu queria fazer esse relato muito pessoal e tenho vergonha”¹⁰. Ainda assim, segundo ela, “muitos homens tentam entrar” no grupo.

As providências citadas pela ADM GERAL, inclusive, são semelhantes pela administradora da comunidade “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”: em 2018, os conteúdos da comunidade deveriam ser mantidos em segredo por quem participa do debate para não

¹⁰ Entrevista concedida por ADM GERAL [nov. 2021]. [Entrevista concedida a] Marília Freitas. Fortaleza, 2021, 1 arquivo .mp4 (35 min).

expor publicamente as participantes, por exemplo (ÉPOCA NEGÓCIOS, 2018). Com esses dois casos, percebe-se que as plataformas de mídias sociais digitais são bastante utilizadas por mulheres. Elas fazem parte da grande maioria que utiliza o Facebook e são impactadas pelas diversas transformações efetuadas pela plataforma.

Mas mesmo com estas mudanças, as ferramentas de interações ali vigentes promovem um ambiente que traz conhecimento sobre diversos assuntos através de um consumo simples, rápido e que podem influenciar, inclusive, diversos âmbitos das vidas pessoais destas usuárias. Por exemplo, uma das bases para a continuação da campanha “Somos Mais Juntos” em 2020 foi uma pesquisa da plataforma entre usuários para compreender quais eram os temas mais importantes para eles em conversas nos grupos durante o período de isolamento pela Covid-19; o sexismo, o racismo e a LGBTQIA+fobia foram considerados os assuntos mais urgentes de serem debatidos e que grupos do Facebook seriam espaços para conversas relevantes que podem ajudar a provocar mudanças (PROPMARK, 2020).

Se há um interesse da plataforma em manter estas pessoas e as interações que promovidas em várias discussões, há uma necessidade de sujeição tanto por parte dos usuários a determinações como os Termos de Uso; quanto há uma necessidade de compreensão e adequação por parte do Facebook às reivindicações de movimentos sociais como o Stop Hate for Profit e diante da pressão exercida pelos próprios usuários com revelações, como o Facebook Papers. É nesta contextualização que se busca observar como o uso dessas ferramentas de interação do Facebook grupos, ambientado na comunidade “Recuse a Clicar (Somente Mulheres)”, geram capital social; se as interações do grupo se compreendem em um espaço de sororidade; e se, mesmo diante das regras estabelecidas tanto pelo Facebook quanto por parte das administradoras do grupo, as mulheres se sentem seguras para produzir conteúdo e compartilhar suas experiências na comunidade com recorte de gênero.

Este trabalho está estruturado em cinco capítulos sendo a Introdução o primeiro deles. O segundo discorre a metodologia utilizada e caracteriza as abordagens da pesquisa qualitativa e o estudo de caso, além de detalhamentos como as fontes de evidência. No terceiro capítulo, há discussões relacionadas ao capital social e o fenômeno da plataformização, ambos exemplificados com o Facebook; adapta-se o Facebook de uma rede social (RECUERO, 2020) para uma plataforma (HELMOND, 2019). No quarto capítulo, trata-se do feminismo e dos movimentos sociais na era da internet. Compreende-se que as atitudes e mobilizações realizadas por mulheres ao longo da história do feminismo brasileiro influenciam a criação de novas vertentes feministas e de novas ondas do feminismo, como a quarta onda, que será abordada neste trabalho. No quinto capítulo e último capítulo, é

realizada a análise dos dados coletados na comunidade do “Recuse a Clicar (Somente Mulheres)” e compreensão dos objetivos deste trabalho.

2. METODOLOGIA

Esta seção discorre sobre os tipos de perspectivas metodológicas utilizadas e caracteriza as duas abordagens aplicadas no decorrer deste trabalho: a pesquisa **qualitativa** e o procedimento do **estudo de caso**. Também se detalham a delimitação do universo do Facebook e suas respectivas referências utilizadas; e os tipos de fontes de evidência para a obtenção dos dados¹¹ desta pesquisa: a pesquisa bibliográfica, a documentação, as entrevistas, os questionários e os diários de campo com o intuito de colher as postagens das integrantes da comunidade do "Recuse a Clicar (Somente Mulheres)" - abreviado como RaC, previamente autorizados pela administração.

2.1. Caracterização da pesquisa

O procedimento científico consiste na observação dos fenômenos e, no caso, também se aplica à **pesquisa qualitativa**. A metodologia qualitativa, justifica Robert K. Yin (2016), reafirma que praticamente todo acontecimento da vida real pode ser objeto de um estudo qualitativo. Por ter uma designação bastante abrangente, pesquisadores de diversas áreas das Ciências Sociais encontram dificuldades em estabelecer uma definição fixa para o termo. O autor, então, considera como essenciais um total de cinco características para compreender uma pesquisa com a metodologia qualitativa:

1. Estudar o significado da vida das pessoas, nas condições da vida real;
2. Representar as opiniões e perspectivas das pessoas de um estudo;
3. Abranger as condições contextuais em que as pessoas vivem;
4. Contribuir com revelações sobre conceitos existentes ou emergentes que podem ajudar a explicar o comportamento social humano;
5. Esforçar-se por usar múltiplas fontes de evidência em vez de se basear em uma única fonte.

Para Yin (2016), ainda que uma metodologia de pesquisa qualitativa formal fixa não possa existir devido a abrangência inclusa nesse paradigma de pesquisa, suas práticas decorrem diretamente das cinco características citadas anteriormente. Para este trabalho, buscou-se observar todas as características, mas três das cinco características elencadas foram consideradas essenciais para o seu progresso. A possibilidade de entender o significado das

¹¹ A análise de dados obtidos com as fontes de evidência citadas neste capítulo será detalhada no quinto capítulo.

vidas dos perfis frequentadores do RaC e suas interações pessoais através da comunidade do Facebook reforçam suas qualidades de não serem representadas por médias estatísticas. Dentro do grupo no Facebook, cada perfil é único e tem sua respectiva motivação e/ou função para continuar frequentando o espaço da comunidade — seja como um perfil de membro, administrador ou moderador. Abranger as condições contextuais influenciadoras no cotidiano dessas mulheres é outro propósito da pesquisa qualitativa deste trabalho, conforme contextualiza o próprio grupo em sua seção Sobre no grupo do Facebook:

Prevenção e combate aos danos devastadores da pornografia, da prostituição, do tráfico sexual e escravidão sexual, e apoiar o sexo, o amor e os relacionamentos seguros, saudáveis e baseados na igualdade. Grupo para debates, tirar dúvidas e ajuda. Não serão aceitos homens. (RECUSE A CLICAR, 2021)

Os tópicos de debate citados na seção do grupo — como a prevenção e combate a pornografia, a prostituição e o apoio ao sexo e relacionamentos seguros e saudáveis — são tidos como vivências de interesse ou diariamente discutidas entre as integrantes e, por isso, elas estão ali para buscar ajuda ou para entender mais sobre os respectivos assuntos. Assim, viabilizam debates e uma continuação do espaço de suporte digital entre elas.

Já acerca da terceira característica, a de revelações sobre conceitos que podem ajudar a justificar comportamentos humanos, Yin (2016) explica que “tal função seria uma versão meio mundana dos acontecimentos da vida real. Ao contrário, a pesquisa qualitativa é guiada por um desejo de explicar esses acontecimentos, por meio de conceitos existentes ou emergentes”.

Observar como o uso dessas ferramentas de interação do Facebook grupos, ambientado na comunidade “Recuse a Clicar (Somente Mulheres)”, geram capital social é o **objetivo geral** deste trabalho. O foco estará no uso das funções disponibilizadas pela plataforma e como elas são utilizadas pelas mulheres da comunidade, sobretudo em um grupo fechado no qual se discute temas sensíveis do ponto de vista tido como feminino.

Também se justifica a constante evolução das plataformas de mídias sociais digitais e das interações entre mulheres latinas e brasileiras no ambiente virtual com o estudo da pesquisa qualitativa. Para Robert. E. Stake (2011), os fenômenos estudados pelos pesquisadores qualitativos são longos, casuais e envolventes, o que pode gerar mais dúvidas do que respostas no decorrer de seu estudo e de sua elaboração (STAKE, 2011, p. 40). O pensamento qualitativo, então, não é fixo, mas é tido de diversas formas: "ele é interpretativo, baseado em experiências, situacional e humanístico" (STAKE, 2011, p. 42).

A motivação da pesquisa geralmente é baseada em experiências pessoais, seja por

hábitos ou observações. As percepções de eventos e relações na pesquisa qualitativa são simultaneamente interpretativas e utilizam-se bastante das interpretações das pessoas que estudam e dos leitores dos relatórios de pesquisa (STAKE, 2011, p. 47), pois “existem momentos em que todo pesquisador será interpretativo, holístico, naturalístico ou desinteressado em relação à causa e, nesses momentos, por definição, ele será um pesquisador qualitativo” (STAKE, 2011, p. 40).

A perspectiva do **estudo de caso** também é utilizada nesta pesquisa, devido à flexibilidade de metodologias diversas viabilizada pela pesquisa qualitativa. Por tratar-se de uma análise socialmente influenciada por diversos contextos históricos¹², os diferentes procedimentos complementam as necessidades e situações explanadas. O método surge do desejo de entender fenômenos sociais complexos, permitindo um foco nas perspectivas ao redor de um "caso" (YIN, 2015). Em concordância com a metodologia, a análise de um único grupo do Facebook permite um melhor desempenho das influências dos conteúdos ali viralizados na vida das mulheres que integram a comunidade. Compreende-se, ainda, que outros métodos de pesquisa costumam separar o contexto contemporâneo do mundo real do escopo do projeto — o que não acontece no estudo de caso e o torna especial em pretextos no qual existem uma linha tênue entre os limites do fenômeno e o contexto (YIN, 2015).

Devido à dificuldade desta distinção, o autor sugere outra característica essencial para compreender a escolha da metodologia explanada para a elaboração de um projeto: **a possibilidade de fontes múltiplas de evidências**. Experimentos, levantamentos e histórias estão entre os eventos citados por Yin e viabilizados pelo estudo de caso, mas nenhuma delas tem vantagem completa sobre a outra, sendo, assim, complementares. Dessa forma, “a pesquisa de estudo de caso não é apenas limitada a uma tática de coleta de dados isolada ou mesmo uma característica de projeto isolada” (YIN, 2015, p. 17). Ainda, o estudo de caso deve ser usado quando se pretende examinar eventos contemporâneos em situações onde não se podem manipular comportamentos relevantes (DUARTE, 2005, p. 219). Para a autora, é necessário trabalhar com o pressuposto de que o conhecimento não é algo acabado, mas algo em constante construção, fazendo parte da função do pesquisador “indagar e buscar novas respostas ao longo da investigação [...] o método do estudo de caso permite ao investigador identificar os vários elementos que constituem uma situação ou problema de modo a possibilitar que outros leitores tirem suas próprias conclusões” (DUARTE, 2005, p. 234).

12 A fundamentação teórica acerca das vivências históricas das mulheres, do feminismo e de seus desdobramentos será detalhada no quarto capítulo deste trabalho.

No "Recuse a Clicar (Somente Mulheres)", a comunidade do Facebook é o universo desta pesquisa. Contudo, posteriormente, será observado durante a análise dos dados coletados que o RaC se transformou ao longo do tempo em um ecossistema: os debates sobre antipornografia estão presentes em outras plataformas de mídias sociais digitais (HELMOND, 2019) como o Instagram, Twitter e na plataforma de publicação de blogs Medium, além de grupos de WhatsApp criados pelas próprias integrantes da comunidade no Facebook. É necessário observar estas fontes e também elencá-las, mesmo não existindo uma profundidade no parecer de seus conteúdos como existirá sucessivamente com o grupo analisado. Conforme continua Yin (2015):

O uso de múltiplas fontes de evidência na pesquisa de estudo de caso permite que o pesquisador aborde uma variação maior de aspectos históricos e comportamentais. A vantagem mais importante apresentada pelo uso de fontes múltiplas de evidência, no entanto, é o desenvolvimento de linhas convergentes de investigação. (YIN, 2015, p. 124)

Nos estudos de caso e na pesquisa qualitativa, a coleta de dados é estruturada através da **triangulação** das múltiplas fontes de evidências. Yin destaca que a triangulação ajuda a reforçar a "validade do constructo" do estudo de caso, pois as múltiplas fontes de evidência proporcionam várias avaliações de um mesmo fenômeno (YIN, 2015, p.125). Porém, as estratégias de observação de tais materiais devem convergir para um mesmo propósito e devem ser analisadas conjuntamente. Se cada fonte é analisada separadamente, o procedimento lembra a "comparação de diferentes conclusões de diferentes estudos" (YIN, 2015, p. 125) e, assim, não haverá a triangulação de tais dados.

Devido à variada gama de fontes disponíveis para a análise e coleta de dados do "Recuse a Clicar (Somente Mulheres)", as metodologias anteriormente citadas enfatizam uma parte do planejamento para o desenvolvimento deste trabalho — em especial, a abordagem qualitativa, com o intuito de compreender um pouco do cotidiano das integrantes no Grupo do Facebook e como as ferramentas disponibilizadas pela plataforma auxiliam ou não na produção de capital social dos conteúdos da comunidade e viabiliza a existência dos debates¹³.

Dentre os métodos qualitativos, a **observação participante** do grupo do "Recuse a Clicar (Somente Mulheres)" no Facebook é fundamental para possibilitar a obtenção das fontes de evidência, um dos procedimentos metodológicos posteriormente desenvolvidos neste capítulo. Angrosino (2007) define a observação participante como "um envolvimento

¹³ A análise dos dados será posteriormente detalhada nos capítulos seguintes deste trabalho.

com aquilo que está observando", seja esta aplicação em maior ou em menor grau. Entretanto, há subcategorias que diferem sobre as manifestações da observação participante enquanto instrumento de pesquisa. A título de exemplo, Spradley (1980) pontua diferenças entre o mero observador e o observador participante, — dentre elas, a experiência de ser, ao mesmo tempo, *insider* e *outsider* durante o desenvolvimento da pesquisa qualitativa: definida como a experimentação de ser o espectador e o ator de uma determinada situação diferencia-o de um mero observador. Outras diferenciações entre os diversos tipos de observação participante — quando consideradas possíveis modificações do ator sob a comunidade ou não — também são discutidas por Schwartz e Schwartz (1955). Para os autores, o papel do observador participante:

[...] Pode ser formal ou informal, oculto ou revelado; o observador pode passar muito ou muito pouco tempo na situação de pesquisa; o papel do participante-observador pode ser uma parte integrante da estrutura social ou amplamente periférico a ele¹⁴. (SCHWARTZ E SCHWARTZ, 1955).

A observação participante pode ser **ativa e passiva** (SCHWARTZ E SCHWARTZ, 1955). Para o desenvolvimento deste trabalho, **ambas as definições** favorecem a prática e a coleta de dados. Mesmo que os autores priorizem o método ativo, por não considerarem um problema a possível interferência do pesquisador nos dados, o duplo método de observação já foi utilizado anteriormente por autores como Araújo (2003) durante a análise de um grupo de *chat* específico na internet.

Como, enfim, definem os autores, a observação participante **passiva** é obtida quando o pesquisador concebe sua função de "permanecer um estranho e relativamente anônimo para o observado, enquanto ele, por sua vez, o observa como um integrante tendo um papel especial que não está integrado com outras funções. [...] O investigador assume que quanto mais passivo ele for, menos afetará a situação e maior será sua oportunidade de observar os eventos à medida que se desenvolvem"¹⁵.

O procedimento da **observação participante passiva** foi adotado principalmente devido ao abundante número de integrantes do "Recuse a Clicar (Somente Mulheres)" no Facebook. Seria um tanto quanto inviável pedir autorização a cada uma das integrantes para

14 Tradução livre para "The role of participant observer may be either formal or informal, concealed or revealed; the observer may spend a great deal or very little time in the research situation; the participant-observer role may be an integral part of the social structure or largely peripheral to it".

15 Tradução livre para "He attempts to strike that balance between active participation in the lives of the subjects and observation of their behavior which will be most productive of valid data. [...] The observer remains an outsider and relatively anonymous to the observed, while they, in turn, look upon him as having a special role that is not integrated with the other roles in their situation".

autorizar a coleta de suas produções no grupo, com a possibilidade de haver uma negação para participar do trabalho, totalmente compreensível devido às condições estabelecidas do grupo como um espaço seguro para compartilhar experiências entre mais de 9 mil mulheres. A autorização da administradora geral¹⁶ para o apanhado de dados para o diário de campo¹⁷ — sob condições previamente estabelecidas de segurança das identidades das integrantes — foi a forma mais viável de realizar esta coleta.

Entretanto, a observação também sofreu alterações para este projeto, visto que há a necessidade de entrevistas e diálogos com as integrantes participantes da comunidade para compreensão melhor de suas vivências e objetivos dentro da comunidade e, conseqüentemente, o surgimento do **capital social** dentro do grupo. Ao manter contato com as mulheres que concedem suas experiências e vivências enquanto usuárias ativas do Facebook e enquanto integrantes da comunidade exclusiva para mulheres, a atividade do observador participante é aceita tanto por ele mesmo quanto pelo observado, como parte de seu papel. Sua intenção é experimentar a vida do observado para que ele possa melhor observá-lo e compreendê-lo (SCHWARTZ E SCHWARTZ, 1955, p. 349)¹⁸ — estas, características da **observação participante ativa**. Como uma perspectiva geral da observação participante, a possibilidade de estímulo ao próprio estado emocional do observador é um dos pontos considerados durante o procedimento metodológico.

O envolvimento, seja mais perto de uma extremidade do continuum (identificação simpática) ou da outra extremidade (distorção projetiva), é muito pouco função do papel do observador. Em vez disso, é principalmente uma função de sua experiência, consciência e constelação de personalidade e a forma como estes são integrados com uma determinada situação social¹⁹. (SCHWARTZ E SCHWARTZ, 1955)

É necessário considerar esta possibilidade no trabalho, desenvolvido por uma mulher latina, brasileira, nordestina e adepta dos ambientes de interações virtuais entre pessoas que se identificam como mulheres. Mas também é considerável ter uma consciência própria de suas bases e de seus efeitos sobre o objeto estudado (SCHWARTZ E SCHWARTZ, 1955, p. 351), o que ocorre neste projeto através das pesquisas bibliográficas sobre o assunto e contatos

16 Neste trabalho, é denominada como ADM GERAL.

17 O procedimento metodológico do diário de campo será detalhado posteriormente no tópico 2.3 deste capítulo, que trata das fontes de evidência utilizadas para apreciação das informações coletadas — também aprofundado no capítulo de análise de dados deste material.

18 Tradução livre para “His activity is accepted, both by himself and by the observed, as part of his role. His intention is to experience the life of the observed so that he can better observe and understand it”.

19 Tradução livre para “The involvement, whether it is closer to one end of the continuum (sympathetic identification) or to the other end (projective distortion), is very little a function of the observer's role. Rather, it is primarily a function of his experience, awareness, and personality constellation and the way these are integrated with a particular social situation”.

diretos com as administradoras da comunidade do "Recuse a Clicar (Somente Mulheres)" no Facebook para manter o espaço seguro. Dentre os métodos positivos tidos durante a observação participante, está a *sympathetic identification* (identificação simpática, em tradução livre), determinada como a "comunicação empática e participação imaginativa na vida do observado através da identificação e desempenho de papéis". Não cabe a este trabalho "moralizar ou julgar a interação" das integrantes ou da comunidade do "Recuse a Clicar (Somente Mulheres)", mas de observar e investigar, de forma prática, como elas se utilizam dos recursos disponibilizados através da ferramenta Grupos no Facebook para produzir capital social. Desse modo, as entrevistas e outros métodos de coleta de dados têm reações apropriadas e avaliações realistas. "Em suma, o envolvimento emocional do observador, observação e consciência de si mesmo e do campo de observação se reúne em equilíbrio ideal" (SCHWARTZ E SCHWARTZ, 1955, p. 351)²⁰.

2.2. Delimitação do universo

Esta pesquisa é realizada na internet. Como esse espaço mudou nossas vidas e como é sua compreensão na vida cotidiana? Esses são alguns dos questionamentos buscados pela etnografia enquanto sua compreensão holística de fornecer as respostas para essas perguntas enquanto tecem críticas sobre elas. Se anteriormente, na etnografia fora do campo virtual, a premissa era de passar um tempo com as pessoas, criar interações e desenvolver uma compreensão do seu modo de vida, a pesquisa etnográfica através de dispositivos digitais só analisa uma das várias maneiras diferentes de interação dos integrantes de uma comunidade (HINE, 2015, p. 3), sendo necessário participar desses grupos e tomar notas e registros sobre o conteúdo que circula entre os participantes, além de seus acontecimentos.

No caso do Grupo do "Recuse a Clicar (Somente Mulheres)" no Facebook, parte de sua descrição na plataforma digital informa que a comunidade é "para debates, tirar dúvidas e ajuda" (RECUSE A CLICAR, 2021). Novamente, justifica-se a escolha desta comunidade entre as várias presentes no Facebook, pois é uma comunidade que pertence a uma esfera um tanto quanto conhecida quando se trata da produção de conteúdo antipornografia online, com milhares de seguidores; além de abordagens de assuntos sensíveis do ponto de vista feminino.

Ainda segundo Hine, por mais que um etnógrafo tente, ele não pode ser onisciente e alguns aspectos da situação estudada sempre escapam da compreensão do estudo. Mas é

²⁰ Tradução livre para "In sum, the observer's emotional involvement, observation, and awareness of both himself and the observational field come together in optimum balance".

inevitável que a comunicação mediada traga complexidade aos procedimentos de apuração. A inquietação revelada durante a produção do projeto diante da comunicação mediada é um desejo dos pesquisadores de abraçá-la e compreender como os diversos modos de interação contribuem para o meio cultural do objeto analisado (HINE, 2015, p. 5). No caso da comunidade do Facebook, as interações são proporcionadas totalmente no ambiente online — mesmo influenciadas por contextos sociais derivados da vivência das participantes na sociedade “offline”. São mais de 9 mil integrantes viabilizando debates sobre a antipornografia, pedidos de conteúdos sobre o assunto para debates externos, além de desabafos e, o principal, reforço do espaço do Facebook como um ambiente seguro para interações entre mulheres no ambiente digital.

O Facebook é a delimitação do universo estudado dentro da internet neste trabalho. É administrado pela empresa Meta²¹, definida como uma “empresa de tecnologia social que desenvolve tecnologias que ajudam as pessoas a se conectar com amigos e familiares, encontrar comunidades e fazer crescer seus negócios” (META, 2021). Neste trabalho, o Facebook será considerado como uma **plataforma**. Helmond (2019) conceitua o Facebook sob essa terminologia ao situá-lo em um contexto de transformação dos sites de redes sociais em plataformas de mídias sociais. Fundado inicialmente em 2003, sob o nome de Facemash, por Mark Zuckerberg, a então rede social cresceu no decorrer dos anos e, para se manter ativa no mercado, precisou passar por reformulações que o tornaram parte desse modelo de infraestrutura tecnológica e econômica dominante na web (HELMOND, 2019). Sob definição de Poell, Nieborg e Van Dijck (2020, p. 4):

Assim, definimos plataformas como infraestruturas digitais (re)programáveis que facilitam e moldam interações personalizadas entre usuários finais e complementadores, organizadas por meio de coleta sistemática, processamento algorítmico, monetização e circulação de dados.

Este trabalho então concentra-se na área dos Estudos de Plataforma, do qual foram derivados termos como “sociedades de plataformas” e “capitalismo de plataformas”. Observar o grupo RaC e como a plataforma possibilita diversos processos comunicacionais dentro de um universo delimitado é apenas um dos modos de observar a influência da plataformização em um espaço condizente com diversos aspectos econômicos e, inclusive, sociais em toda a

21 Durante o evento Facebook Connect 2021, em outubro do mesmo ano, a empresa Facebook Inc anunciou a mudança de nome para Meta. Segundo o CEO Mark Zuckerberg, a alteração ocorreu para demarcar uma nova fase da empresa, focada na construção de um metaverso. Disponível em <https://about.fb.com/news/2021/10/facebook-company-is-now-meta/>. Acesso: 29 out. 2021.

nossa vida. As discussões acerca desse tipo de influência serão iniciadas no terceiro capítulo e seguirão durante as análises dos dados coletados através das fontes de evidência, tópico seguinte de discussão.

2.3. Fontes de evidência

A viabilização deste estudo só é possível com a coleta de dados e o procedimento de análise de diversas documentações relacionadas às integrantes da comunidade do "Recuse a Clicar (Somente Mulheres)" no Facebook. Os procedimentos visam entender melhor o propósito do grupo na produção de capital social sobre antipornografia e outros assuntos relacionados e discutidos na comunidade da plataforma. Para Yin (2015), um dos princípios da metodologia do estudo de caso e da pesquisa qualitativa é a proteção dos sujeitos humanos participantes do estudo. Em virtude dos assuntos íntimos e privados ilustrados entre os conteúdos coletados para esta pesquisa, o estudo de um “fenômeno contemporâneo em seu contexto de mundo real” obriga a importantes práticas éticas (YIN, 2015, p. 82).

Dentre os critérios utilizados para a coleta de dados, há o propósito de evitar quaisquer consequências para as integrantes e para as administradoras do RaC; e de manter os princípios éticos durante a pesquisa. Desse modo, há uma preservação das **identidades das integrantes desta comunidade do Facebook**, o que inclui os perfis de membros, administradoras e moderadoras. Na coleta de dados, o que a pesquisa pretende visualizar e divulgar são trechos de comentários e de publicações que possam ajudar a responder o objetivo geral e os objetivos específicos do estudo.

O conglomerado de dados coletados visa entender melhor o propósito do grupo e do uso das ferramentas do Facebook na produção de capital social sobre antipornografia e outros assuntos relacionados e discutidos na comunidade, mas possíveis trechos de relatos na comunidade que possam identificar a integrante citada também serão vetados do estudo. A proteção da privacidade e da confidencialidade das voluntárias no qual o pesquisador é responsável pela condução do estudo justificam a prática do cuidado e a sensibilidade durante a condução do projeto (YIN, 2015, p. 82). Os métodos de coleta utilizados para o desenvolvimento deste estudo são: pesquisa bibliográfica, documentação, diário de campo, entrevistas e questionários, a serem detalhados a seguir.

2.3.1. *Pesquisa bibliográfica*

Stumpf (2006) define a pesquisa bibliográfica como o "planejamento global inicial de qualquer trabalho de pesquisa", partindo da identificação, localização e obtenção da bibliografia à apresentação de textos sistematizados, "onde é apresentada toda a literatura que o aluno examinou, de forma a evidenciar o entendimento do pensamento dos autores" acrescido das ideias e opiniões do aluno (STUMPF, 2006, p. 50). Ainda, para Lima e Miotto (2007), a pesquisa bibliográfica é sempre realizada para fundamentar teoricamente o objeto de estudo e, dessa forma, contribui com elementos para uma análise futura dos dados obtidos e difere da revisão bibliográfica, pois "imprime sobre eles a teoria, a compreensão crítica do significado neles existente" (LIMA; MIOTO, 2007, p.8).

Neste trabalho, a pesquisa bibliográfica visa atender ao **objetivo geral** e ao primeiro **objetivo específico** deste trabalho, que tem o intuito de compreender a identidade das integrantes enquanto mulheres com acesso a internet e com perfis ativos no Facebook, com o foco na utilização dessas ferramentas do grupo e se elas **urgem em uma sororidade** entre as mulheres ali presentes na comunidade registrada. A pesquisa bibliográfica também é utilizada para a **construção de uma consciência de bases** para a observação participante, quando considerada a possibilidade de estímulo ao próprio estado emocional do pesquisador, citado anteriormente no tópico 2.1 deste capítulo.

2.3.2. *Documentação*

Entre as fontes de evidência mais utilizadas no estudo de caso, Yin (2015) destaca a documentação como a mais relevante para todos os tópicos da metodologia citada, no qual a seu uso primordial visa "corroborar e aumentar a evidência de outras fontes" (YIN, 2015, p. 111). Os procedimentos citados posteriormente também auxiliam a cumprir os objetivos específicos deste trabalho. No caso do segundo objetivo específico, seu **eixo na segurança**, tem o intuito de compreender se, mesmo diante das regras da plataforma Facebook e das próprias administradoras e moderadoras, as usuárias se sentem seguras para produzir conteúdo e compartilhar suas experiências na comunidade do RaC. Para isso, é necessário organizar roteiros de entrevistas²² e formalizar tais contatos. Em um sentido mais delimitado da documentação, foram elaborados para este trabalho diferentes Termos de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) entre a autora do trabalho, a ADM GERAL e integrantes da comunidade que concederam entrevista; obtém-se, ainda, a decupagem da entrevista com a

²² Fonte de evidência detalhada no tópico 2.3.4 deste trabalho.

ADM GERAL pois as postagens da comunidade e de outras plataformas do RaC (como postagens no Instagram e no Twitter) são organizadas, majoritariamente, pela integrante citada, daí, a principal motivação da entrevista com a mesma.

Além da transcrição pessoal das entrevistas realizadas, a documentação de um diário de campo das publicações do "Recuse a Clicar (Somente Mulheres)" por um intervalo de tempo específico — outra fonte de evidência posteriormente elucidada — atendem e reforçam a realização deste estudo e dos objetivos aqui citados. A documentação também inclui publicações e comentários das integrantes da comunidade do RaC, coletados sob os procedimentos de segurança identitária citados anteriormente. Os dados foram organizados e catalogados de forma online, através de ferramentas como o Google Sheets, um programa de planilhas; e o Google Docs, outro software de edição de textos. Os documentos foram armazenados em pasta na nuvem, em conta protegida com o recurso de autenticação de dois fatores. Optou-se por essa modalidade extra de segurança com o intuito de proteger os conteúdos de possíveis ataques online como já aconteceu anteriormente, à título de comparação, com a própria comunidade do RaC, caso que foi detalhado em entrevista pela administradora:

[..] A Recuse tem um grupo... Como ela mexe com o assunto de pornografia, a gente acaba tendo um *hate* muito grande, então vai vir uma cambada de *incel*, de gente... basicamente, homem mesmo, tentando entrar, tentando se infiltrar nos grupos para pegar as coisas. E é óbvio que dentro do que a gente pode fazer, a gente faz de tudo, principalmente no [grupo] feminino, mas eu não tenho como garantir que todo mundo que está ali - agora somos nove mil pessoas - está ali de boa fé. [...] (informação verbal)²³.

Para identificar os tipos de capital social produzidos no grupo "Recuse a Clicar (Somente Mulheres)", há a necessidade de analisar as interações presentes na comunidade. No Grupo do Facebook, há um certo reconhecimento das integrantes: perfis que se identificam com o gênero feminino. São pessoas com contas ativas no Facebook e com acesso à internet que se propõem a participarem de uma comunidade virtual que pautam debates na antipornografia, um assunto que as afeta de forma direta ou indireta, por exemplo. Pode-se, dentro desse eixo, observar se as interações do grupo se compreendem em um espaço de sororidade, por exemplo.

Diante dos interesses pessoais dessas integrantes que buscam ajuda ou saber mais sobre a antipornografia e outros assuntos relacionados, elas se encontram na comunidade e,

23 Entrevista concedida por ADM GERAL [nov. 2021]. Entrevistadora: Marília Freitas. Fortaleza, 2020, 1 arquivo .mp4 (35 min).

através dos seus conteúdos e interações, desenvolvem soluções para seus possíveis problemas. Por exemplo, questionamentos sobre problemas em relacionamentos ou pedidos de ajuda para achar conteúdos pautados na antipornografia com o intuito de gerar debates com amigos ou familiares próximos. Com isso, a documentação desses procedimentos é fundamental para consolidar e compreender tais processos.

2.3.3. *Diário de campo*

O diário de campo facilita o hábito de observar, descrever e refletir com atenção os acontecimentos de um caso. Falkembach (1987) define a ferramenta como “um instrumento de anotações — um caderno com espaço suficiente para anotações, comentários e reflexão — para uso individual do investigador no seu dia-a-dia, tendo ele o papel formal de educador, investigador, ou não”. Para Lewgoy e Arruda (2004), este método de pesquisa é tido como uma "fonte inesgotável de construção do conhecimento profissional e do agir de registros quantitativos e qualitativos".

No caso desta pesquisa, o uso do diário de campo é outra forma concreta de observar os registros das publicações e observações da comunidade do RaC no Facebook. Foram desenvolvidos para esta pesquisa dois diários de campo: o primeiro traz informações gerais sobre o grupo "Recuse a Clicar (Somente Mulheres)", como o número de integrantes; data de criação do grupo; seções presentes na comunidade; análise das normas estabelecidas *etc.* Já o segundo diário coletou postagens e interações das integrantes em publicações e comentários da mesma comunidade entre os meses de setembro a novembro de 2021.

A coleta diária de tais informações é um dos requisitos desta metodologia tão utilizada tanto nas Ciências Exatas quanto nas Ciências Humanas. Falkembach (1987) destaca que o diário de campo deve ser utilizado diariamente para haver um acompanhamento cronológico dos acontecimentos, além da observação dos níveis de percepção e reflexão dos investigadores. Contudo, mesmo sendo de tamanha importância, o método não deve ser utilizado sozinho (FALKEMBACH, 1987), sendo ele complementar às práticas de investigações.

A observação diária das postagens na comunidade, por exemplo, possibilitou a verificação inicial de um total de **sete** categorias de postagens no grupo do Facebook aqui analisado, percebidas durante a produção do diário de campo entre os três meses decorrentes. Posteriormente, tais divisões serão explicadas detalhadamente durante a análise dos dados desta pesquisa.

Tabela 1 – Categorias percebidas durante produção do diário de campo das publicações do grupo "Recuse a Clicar (Somente Mulheres)" no Facebook

NOME DA CATEGORIA	DEFINIÇÃO DA CATEGORIA
01: Opinião sobre conteúdo externo	Opinião por parte das integrantes de um conteúdo externo ao grupo, mas presente da própria plataforma do Facebook;
02: Compartilhamento de material externo	Compartilhamento de materiais externos com intuito de gerar conhecimento;
03: Pedido de ajuda/conteúdo externo	Pedidos de ajuda/conteúdos para discussões fora da comunidade na internet;
04: Notícias	Compartilhamento de notícias (com debates ou não sobre o conteúdo postado);
05: Relato	Relato anônimo de superação ou agradecimento;
06: Desabafo	Desabafo;
07: Aviso	Publicado apenas por Administradoras ou Moderadoras)

Fonte: Elaboração nossa.

A maior sistematização e detalhamento possível das situações ocorridas no dia e das entrelinhas das falas dos sujeitos durante uma investigação ou intervenção são outras perspectivas possibilitadas pelo diário de campo (CAMPOS; SILVA; ALBURQUERQUE, 2021). Condizentes com Falkembach (1987), os autores concordam que a escrita contínua no diário de campo permite um registro das mudanças das perspectivas e interpretações do etnógrafo ao longo da duração do processo de trabalho de campo. Isso por quê:

[...] interpretações precoces são muitas vezes norteadas por paradigmas que o pesquisador traz para o campo. À medida que ele ou ela passa pelo processo de aprendizagem do sistema cultural em estudo, eles muitas vezes acham que interpretações posteriores dos mesmos fenômenos diferem daquelas interpretações anteriores. (CAMPOS; SILVA; ALBURQUERQUE, 2021).

A manutenção da segurança das integrantes da comunidade também é garantida nesta parte do trabalho. Em acordo estabelecido anteriormente entre a pesquisadora e a administração do grupo, concordou-se de a coleta **não** registrar as identidades dessas integrantes, além de possíveis trechos de relatos das mulheres que poderiam identificá-las devido às suas especificidades durante a descrição.

Por exemplo, a suposta segurança transmitida ambiente feminino digital proporciona o compartilhamento de vivências pessoais dessas pessoas enquanto mulheres cis ou trans — o

que inclui tópicos de debates sobre temas de vulnerabilidade social, como violência doméstica e familiar contra a mulher; abusos sexuais e psicológicos; homofobia; relacionamentos abusivos; abuso moral ou patrimonial; dentre outras violências contra o gênero. Tais medidas durante a coleta de dados para o diário de campo visam a cautela e a garantia da segurança das mulheres participantes dos debates no grupo e, assim, sua permanência enquanto um local acolhedor e seguro para possíveis debates sobre os temas anteriormente elencados e a instauração da ética enquanto pré-requisito das práticas metodológicas do estudo de caso e da pesquisa qualitativa.

2.3.4. Entrevistas

Para fins de discussão sobre a comunidade do RaC, outro método utilizado neste trabalho é a entrevista. Yin (2016) destaca duas formas de realizar a atividade: através das entrevistas estruturadas e das entrevistas qualitativas. Neste projeto, o método qualitativo é priorizado, no qual "o pesquisador terá uma concepção mental das perguntas do estudo, mas as perguntas especificamente verbalizadas, propostas a qualquer participante, vão diferir de acordo com o contexto e o ambiente da entrevista" (YIN, 2016, p. 142), no qual não há estabelecimento de um roteiro fixo para a conversa.

Outra característica da entrevista qualitativa é a possibilidade de o participante realizar perguntas ao pesquisador, além de realizar a entrevista com um grupo de pessoas — e não apenas com uma. No caso deste trabalho, foram realizadas um total de quatro entrevistas: uma com a administradora geral da página e da comunidade do RaC no Facebook; e outras três entrevistas com integrantes da comunidade que publicaram algum conteúdo no grupo durante os meses analisados. Seguindo o intuito de não as identificar durante o trabalho, criou-se a nomenclatura abaixo de referência:

- Administradora da comunidade do "Recuse a Clicar (Somente Mulheres)" e da página: ADM GERAL
- Integrantes com perfis ativos no Facebook e integrantes da comunidade do "Recuse a Clicar (Somente Mulheres)": MEMBRO 01, MEMBRO 02 e MEMBRO 03.

A principal motivação da entrevista com a ADM GERAL foi de compreender sobre o estabelecimento de normas dentro do RaC; técnicas para manter o "Recuse a Clicar (Somente Mulheres)" ativo e sem restrições na plataforma; prudências em relação ao próprio Facebook;

e possíveis diferenças de tratamento entre a comunidade mista (com homens e com mulheres) e com a comunidade restrita (apenas com mulheres).

Já com as integrantes da comunidade, o intuito principal foi colher percepções acerca do uso da plataforma Facebook; a busca de conteúdos antipornografia e vertentes feministas online; como avalia as publicações das páginas do Recuse a Clicar em plataformas (Instagram, Facebook etc); e sobre as percepções acerca da comunidade do RaC. Dentre os critérios para as entrevistas com estas integrantes, em específico, estão a alta frequência de publicações na comunidade do RaC durante o período de coleta dos dados, entre setembro a novembro de 2021. O contato com essas mulheres foi feito através do próprio Facebook, através da ferramenta Messenger, informando sobre o andamento da pesquisa e seus procedimentos de segurança. Das quatro mulheres contatadas, três concordaram em participar através da entrevista.

A finalidade desta fonte de evidência também parece ser a melhor empregue para conversar com algumas integrantes do grupo que não dispõem de nenhum dos poderes na comunidade citados anteriormente (administração ou moderação), mas que são pertencentes a comunidade do "Recuse a Clicar (Somente Mulheres)" e como se sentem em relação aos seus debates e outros tipos de conteúdo. O questionário, outra fonte de evidência citada anteriormente, também abrange o mesmo propósito. A eventualidade de realizar perguntas mais abertas do que fechadas, sem limitar as respostas dos entrevistados e, assim, não estabelecer palavras pré-definidas para as suas falas estão entre as distinções das entrevistas qualitativas (YIN, 2016, p. 143). Desse modo, visualiza-se que os objetivos específicos e o objetivo geral deste projeto têm como em sua base a entrevista como uma das principais fontes de evidência aqui citadas.

2.3.5. *Questionários*

O instrumento de coleta tem o intuito de compreender melhor a vivência de mulheres com acesso a internet, que mantêm perfis ativos no Facebook e que participam da comunidade do "Recuse a Clicar (Somente Mulheres)". O questionário é tido como um instrumento de pesquisa constituído "por uma série de questões sobre um determinado tema" e é apresentado aos participantes para que respondam às questões e entreguem o questionário preenchido ao entrevistador (VIEIRA, 2009, p. 15).

Há dois propósitos principais de um questionário. O primeiro é traduzir conceitos e hipóteses de pesquisa em perguntas e respostas específicas; o segundo é motivar o

participante a continuar respondendo e, assim, concluir o questionário (CARLOMAGNO, 2018, p. 34). Tanto Vieira (2009) como Carlomagno (2018) concordam que a internet — universo no qual o questionário deste trabalho foi aplicado — é um ambiente vantajoso para o uso dessa estratégia: os questionários são facilmente distribuídos e a coleta e o processamento dos dados são rápidos (VIEIRA, 2009, p.19). Mesmo sob o reconhecimento de que o acesso à internet não é distribuído de forma igualitária na sociedade (CARLOMAGNO, 2018, p. 35), compreende-se que para este trabalho, em específico, todo o conteúdo, público-alvo e integrantes do "Recuse a Clicar (Somente Mulheres)" estão presentes e mantêm seu fluxo de debates majoritariamente via ambiente online através do Facebook. Sobre quais informações podem ser solicitadas, Vieira (2009) afirma:

O tipo de informação pedida ao respondente depende da área em que a pesquisa se enquadra, mas podem ser feitas perguntas sobre falas, opiniões, atitudes, preferências, grau de satisfação, valores, razões, motivos, esperanças, crenças etc. Quase sempre, são pedidas características demográficas dos respondentes, como sexo e idade. (VIEIRA, 2009, p. 17)

Neste trabalho, dois questionários foram aplicados através da ferramenta “Formulários Google”. O primeiro documento foi elaborado exclusivamente para as integrantes do "Recuse a Clicar (Somente Mulheres)" que exercem algum tipo de poder na comunidade enquanto aos cargos de administradora ou moderadora. Até meados de outubro de 2021, um total de nove perfis no Facebook exerciam algum desses cargos na comunidade. Para esta pesquisa, duas integrantes responderam aos questionamentos.

Dentre as informações solicitadas no primeiro questionário, estavam o período de posse da função destinada ao grupo somente com mulheres; quantos minutos de gerenciamento da comunidade eram necessários por dia para cada integrante; como o perfil questionado chegou ao cargo de poder na comunidade do "Recuse a Clicar (Somente Mulheres)" [se demonstrou interesse diretamente às administradoras ou moderadoras, se as pessoas com cargo de poder entraram em contato com a entrevistada ou se a própria entrevistada criou a comunidade].

Outras informações, como acerca da participação da integrante em outras comunidades do RaC no Facebook antes de sua ascensão ao cargo de administradora ou moderadora na comunidade feminina e quais ferramentas disponibilizadas aos Grupos pelo Facebook são as mais utilizadas na comunidade feminina estavam entre os questionamentos. No Apêndice 1 deste trabalho, os resultados deste questionário estão disponíveis.

O segundo questionário teve foco nas integrantes da comunidade do RaC e traz

percepções acerca da mulher enquanto uma usuária ativa na plataforma Facebook e enquanto membro da comunidade. Dentre os questionamentos, estão quais conteúdos já foram publicados pela pessoa no RaC; se já interagiu com algum comentário ou publicação na comunidade; e percepções acerca de sua participação no grupo de acordo com as características do capital social elencadas posteriormente neste trabalho (Se sente visível? Se sente acolhida? Se sente popular?). O critério para participação da pesquisa era se identificar como uma mulher — cis ou trans —, ter um perfil ativo no Facebook e participar da comunidade do "Recuse a Clicar (Somente Mulheres)". Os resultados destes questionários serão contextualizados posteriormente no quarto capítulo desta pesquisa. No Apêndice deste trabalho, este questionário está disponível.

3. PLATAFORMAS E CAPITAL SOCIAL

As definições de plataformas de mídias sociais digitais e sua influência diária no cotidiano das pessoas, seja na vida *online* ou *offline*, são alguns dos assuntos discutidos neste capítulo. A área dos Estudos de Plataforma teve vários conceitos desenvolvidos entre especialistas. Termos como “sociedade de plataformas”, “capitalismo de plataformas” e a própria “plataformização” indicam alguns dos principais caminhos trilhados. A plataforma e seus objetivos serão exemplificados através da mídia social digital Facebook, da empresa Meta. Este é o principal ambiente do universo no qual se desenvolve esta pesquisa para análise do grupo “Recuse a Clicar (Somente Mulheres)”.

Visto que o objetivo geral deste projeto é observar como o uso dessas ferramentas de interação do Facebook grupos, ambientado na comunidade “Recuse a Clicar (Somente Mulheres)”, geram capital social, o assunto também será abordado neste capítulo, sendo este conceituado dentro do âmbito das plataformas de mídia social digital com Raquel Recuero (2008; 2014; 2020). Enquanto a perspectiva da autora aborda o conceito do capital social dentro das redes sociais na internet, para esta pesquisa houve uma adaptação do método para aplicação no fenômeno da plataformização, pois será posteriormente demonstrado como o Facebook passou de uma rede social digital para uma plataforma (HELMOND, 2019). Também serão demonstrados exemplos das categorias do capital social e de seus valores no grupo do Facebook a partir deste capítulo, com mais detalhes no capítulo de análises da coleta de dados. Informações sobre a normatização e a segurança do Facebook também serão apresentadas neste capítulo.

3.1. A consolidação da plataforma: o exemplo do Facebook

Em outubro de 2021, a empresa Facebook anunciou durante o evento Facebook Connect que o grupo passaria a se chamar Meta. Sob o significado de “ir além”, a nova marca da empresa-mãe do Facebook, Instagram e WhatsApp trouxe a mudança como “o próximo passo na jornada de conexões sociais” (META, 2021). A partir de então, o foco da companhia vai além dos aplicativos: passa a ser concentrado no desenvolvimento do **metaverso**, tido como uma combinação híbrida das interações sociais online ao permitir que os usuários participem de experiências imersivas com outras pessoas que não seriam possíveis no mundo “físico” por motivos como a distância entre os usuários, por exemplo. As medidas passam a consolidar a antiga empresa dona do Facebook como uma companhia que “desenvolve

tecnologias que ajudam as pessoas a se conectar com amigos e familiares, encontrar comunidades e fazer crescer seus negócios”, conforme define a Meta em sua nova página online²⁴. Durante a apresentação da nova empresa, a Meta salientou outros projetos orientados anteriormente pelo então Facebook:

Quando foi lançado em 2004, o Facebook mudou a maneira como as pessoas se conectam. Aplicativos como Messenger, Instagram e WhatsApp empoderaram bilhões de pessoas em todo o mundo. Agora, a Meta está indo além das telas 2D e em direção a experiências imersivas, como a realidade aumentada e a realidade virtual, para ajudar a construir a próxima evolução em tecnologia social (META, 2021).

O desenvolvimento do antigo Facebook em tentar alavancar produtos em outros mercados é um papel bem representativo de como as plataformas costumam ocupar a rotina dos usuários e promovem uma **mediação ativa (e não neutra) de interações**, de transações, de produção informativa e cultural e de relações de trabalho (VALENTE, 2020). Opta-se, neste trabalho, por seguir o nome da empresa Meta em referência a companhia-mãe do Facebook, Instagram e WhatsApp.

Se a Meta ocupa um dos cinco espaços do chamado *Big Five* — as maiores empresas de tecnologia atualmente, junto com as companhias Alphabet Google, Apple, Amazon e Microsoft — foram métodos de distribuição e coleta de fluxos de dados dos usuários que definiram o sucesso econômico da companhia e, assim, sua consolidação no mercado enquanto uma plataforma. A implementação de serviços como as interfaces de programação de aplicações (APIs)²⁵, ferramenta explicada posteriormente neste capítulo, também favoreceram o desenvolvimento de aplicativos de mensagens e sites inseridas no contexto da **plataformização da web**, observada como a “penetração de extensões das plataformas na Web e o processo no qual terceiros preparam seus dados para as plataformas” (HELMOND, 2015). Anos antes das temáticas desenvolvidas por Helmond (2019; 2015) e da consolidação do Facebook enquanto uma **plataforma de mídia social** digital, este trabalho traz uma abordagem geral do início dos debates da plataforma.

O lançamento do site do Facebook em 2004 teve o objetivo de produzir interação e participação dos usuários, mesmo que apenas entre universitários da instituição Harvard inicialmente, na qual Mark Zuckerberg cursava Psicologia. O período coincide com o mesmo intervalo de tempo do advento dos debates sobre a Web 2.0, considerado por teóricos diversos como o início das discussões do que iriam se tornar as plataformas. Tim O'Reilly (2004) traz a

24 META. **Sobre o Meta**. 2021. Disponível em: <https://about.facebook.com/br/>. Acesso: 13 nov. 2021.

25 Tradução para “Application Programming Interface”.

definição inaugural da Web 2.0 ao elencar percepções sobre a uma "nova era" da internet durante uma conferência também em 2004. O termo é definido pelo autor como um "conjunto de tendências sociais, econômicas e tecnológicas que coletivamente formam a base para a próxima geração da internet — uma mais madura, caracterizada pela participação do usuário, abertura e efeitos de rede" (O'REILLY, 2004, p, 4)²⁶. As novas maneiras de navegação no mundo online não surgiram de uma hora para a outra, mas se materializaram após o uso da web 1.0 como um local de informações primárias, sendo a Web 2.0 uma "redescoberta ou realização do que a Web pretendia ser" (O'REILLY, 2004, p. 10)²⁷.

A Web 2.0 prospera em efeitos de rede: bancos de dados que ficam mais ricos quanto mais as pessoas interagem com eles, aplicativos que são mais inteligentes quanto mais as pessoas os usam, marketing que é impulsionado por histórias e experiências de usuários e aplicativos que interagem entre si para formar uma computação mais ampla plataforma²⁸ (O'REILLY, 2004, p. 4).

No decorrer dos anos, diversos termos foram compreendidos para organizar as plataformas como um conjunto de práticas e inovações que prometiam a democratização, horizontalização ou descentralização das relações interpessoais, da política e da economia online (D'ANDRÉA, 2015). Mas autores como Tarleton Gillespie (2010) argumentam que tal definição de O'Reilly, considerada como uma mera “explicação computacional” para o autor, traz um sentido mais metafórico do que prático — daí, Gillespie traz uma das primeiras menções ao conceito de "plataforma" ao exemplificar a compra do YouTube pelo Google em meados de 2006. Um dos autores pioneiros sobre o assunto, Gillespie dedica um olhar crítico aos interesses comerciais das plataformas e seus usos tanto por parte do público quanto por parte das marcas.

Para anunciantes, o YouTube pode prometer ser um terreno sobre o qual eles podem construir o conhecimento da marca, uma campanha pública, um lançamento de produto; para a grande mídia produtora, oferece um espaço no qual seu conteúdo pode ser levantado e tornado visível e, ainda melhor, enviado ao público. Ao mesmo tempo, a retórica evocativa de "você" e o UGC se encaixa perfeitamente, sugerindo um senso de igualitarismo e apoio e, de certa forma, até no sentido político, ou seja, dar às pessoas uma voz pública (GILLESPIE, 2010)³⁰.

26 Tradução livre para “Web 2.0 is a set of social, economic, and technology trends that collectively form the basis for the next generation of the Internet — a more mature, distinct medium characterized by user participation, openness, and network effects”.

27 Tradução livre para “In many ways, Web 2.0 is a rediscovery or fulfillment of what the Web was intended to be”.

28 Tradução livre para “Web 2.0 thrives on network effects: databases that get richer the more people interact with them, applications that are smarter the more people use them, marketing that is driven by user stories and experiences, and applications that interact with each other to form a broader computing platform”.

29 Sigla para User-Generated Content, tradução para Conteúdo Gerado pelo Usuário.

30 Tradução livre para “For advertisers, YouTube can promise to be a terrain upon which they can build brand awareness, a public campaign, a product launch; for major media producers, it offers a venue in which their content can be raised up and made visible and, even better, pushed to audiences. At the same time, the

Embora as diversas compreensões do que são as plataformas e seus possíveis desenvolvimentos sejam distintos, a consolidação de um mercado econômico das plataformas é um dos pontos convergentes entre as definições dos negócios e dos estudos de software. O intuito de gerar dados e interagir com as arquiteturas dessas tecnologias são essenciais para visualizar a plataforma como um mercado e uma infraestrutura computacional e, assim as plataformas podem ser definidas como “infraestruturas digitais (re)programáveis que facilitam e moldam interações personalizadas entre usuários finais e complementadores, organizadas por meio de coleta sistemática, processamento algorítmico, monetização e circulação de dados” (POELL; VAN DJICK; WAAL, 2020).

Helmond (2015) é uma das responsáveis pela consolidação do termo **plataformização da web**, abordagem pioneira e tida como a “emergência da plataforma como modelo econômico e infraestrutural dominante da web social, bem como às consequências da expansão das plataformas de mídias sociais em outros espaços online”. A autora conceitua o Facebook como uma plataforma situando-o no contexto de transformação dos sites de redes sociais em **plataformas de mídias sociais**.

Um dos métodos mais usados para a coleta desses dados online são os usos das APIs, ferramentas que tornam mais fáceis as extensões dos aplicativos já existentes através de novas funções pré-estabelecidas. Ainda, elas facilitam o acesso aos dados, geralmente para fornecer novas funções para um serviço ou um aplicativo, deixando-o mais útil (PUSCHMANN; AUSSERHOFER, 2017). O Facebook, cita Helmond (2019), seria então uma plataforma para disponibilizar APIs que integram desenvolvedores e proprietários na construção de novos serviços e integração de seus dados a ela. A autora justifica que o Facebook sempre se absteve de ser chamado de "site de rede social" desde o início do seu desenvolvimento: paralelamente, Zuckerberg desenvolvia a integração do Wirehog — um serviço de compartilhamento de dados no formato *peer-to-peer* — no próprio Thefacebook, nome original do seu produto. Desse modo, o desenvolvimento do Facebook enquanto plataforma de mídia social digital aconteceu inserido do contexto da Web 2.0.

De volta à concepção de O'Reilly, que considera a web como plataforma de desenvolvimento para novos serviços, aprendemos que não apenas a web como um todo, mas também os websites são transformados em plataformas ao tornarem disponível uma API. Por exemplo, o Facebook é uma plataforma porque ele disponibiliza uma API, que pode ser usada por desenvolvedores e proprietários de

evocative rhetoric of ‘you’ and UGC fits neatly, implying a sense of egalitarianism and support, and in some ways even in the political sense, i.e. giving people a public voice.”

sites para construir novos serviços no Facebook e integrar novos websites e aplicativos aos dados e às funcionalidades do Facebook. (HELMOND, 2019)

Müller e Thiesing (2011) analisaram o uso e as possibilidades das APIs no Facebook para empresas, por exemplo. Os autores consideraram que o Facebook é “uma das redes sociais que fornece e apoia as possibilidades mais interessantes para empresas interessadas em redes sociais” (p. 120)³¹, quando comparado a outras plataformas. Uma das possibilidades citadas pelos autores são os grupos do Facebook, sejam eles abertos ou fechados, espaços no qual "cada usuário que se junta ao grupo compartilha o mesmo interesse com o resto do grupo". Recordar-se que este trabalho está inserido no universo desta plataforma, tendo como seu principal objeto de pesquisa o grupo “Recuse a Clicar (Somente Mulheres)” no Facebook. Tal tópico será detalhado posteriormente neste capítulo e também na seção de análise de dados.

Os plugins sociais também são alguns dos recursos adicionais das APIs (MULLER, THIESING; 2011). No Facebook, um dos primeiros plugins sociais inseridos na plataforma é o do **Botão Curtir**, implementado pela primeira vez em 9 de fevereiro de 2009. O botão foi implementado com o intuito do usuário indicar que um conteúdo específico publicado na plataforma o agradou. Anos antes de sua execução, a empresa já havia disponibilizado medidas como o lançamento do Facebook para dispositivos iPhone (2008); o lançamento do Facebook Connect (2008); e o lançamento da plataforma do Facebook (2007), além do Feed de Notícias (2006).

Figura 03 – Desenvolvimento das reações do Facebook



Fonte: Divulgação/Facebook

31 Tradução livre para “Facebook offers different services for companies who are or are interested in becoming a part of the Facebook community”.

O Botão Curtir, tido como um modo de dizer às pessoas que você curtiu uma publicação (CENTRAL DE AJUDA, 2021) oferece possibilidades diversas para o Facebook, dentre eles a indicação de conteúdos semelhantes da plataforma para o usuário que “curtiu” alguma publicação. Outro recurso parecido com o Botão Curtir foi a implementação global das Reações do Facebook em fevereiro de 2016, que veio para “permitir uma reação mais específica” do conteúdo ali divulgado, segundo a plataforma. Agora, o Facebook dispõe, além do Curtir, os botões Amei, Haha, Uau, Triste e Grr, sendo possível ter apenas uma reação por publicação ou por comentário.

Em seu site especializado para desenvolvedores, o Facebook for Developers³², o plugin social do Botão Curtir está disponível para consulta por desenvolvedores e outros interessados em inserir a ferramenta em seu respectivo site, além de detalhes sobre possíveis alterações de idiomas ou no layout. O principal intuito do Developers é reunir produtos relacionados a integrações sociais, inteligências artificiais e código aberto para possibilitar uma conexão com os clientes e aumento da eficiência com plataformas como Instagram, Messenger, Login do Facebook e WhatsApp Business API (FACEBOOK, 2021).

O fato de a empresa disponibilizar uma interface de *software* (Facebook for Developers, por exemplo) e outra interface para os usuários (Facebook.com) é mais uma das características da “*web* como plataforma” (HELMOND, 2019). A autora traz como exemplo o Facebook Graph API³³ e o define como um website que oferece acesso estruturado aos dados e funcionalidades da plataforma, além de torná-la em uma ferramenta no qual outras pessoas podem construir. Dessa forma, “no momento que os sites de redes sociais disponibilizam APIs, eles se tornam plataformas de mídias sociais ao disponibilizarem sua “programabilidade” (HELMOND, 2019).

32 Disponível em https://developers.facebook.com/docs/plugins/like-button?locale=pt_BR. Acesso: 15 nov. 2021.

33 Disponível em <https://developers.facebook.com/docs/graph-api/overview>. Acesso: 15 nov. de 2021.

Figura 04 – Breve linha do tempo do Facebook



Fonte: Elaboração nossa.

3.1.1. A datatificação e o impacto das plataformas

A presença e utilização intensiva das plataformas desencadeiam o que Poell, Nieborg e Van Dijck (2020) chamam de **plataformização**: a "penetração de infraestruturas, processos econômicos e estruturas governamentais das plataformas digitais em diferentes setores econômicos e esferas da vida" (POELL, NIEBORG E VAN DIJCK, 2020. p. 2), além de envolver a reorganização de práticas e imaginários culturais em torno dessas plataformas. Em consenso com os conceitos de Helmond (2015; 2019), o fenômeno da plataformização implica-se na extensão das plataformas de mídias sociais ao restante da web. Ao englobar diversos aspectos e atividades da vida cotidiana (os relacionamentos entre humanos como o aplicativo Tinder, que só funciona quando o perfil do usuário é interligado ao Facebook, por exemplo), ocorre o que os autores nomeiam de **datatificação** — a criação de infraestruturas que permitem aos empresários transformar praticamente todas as instâncias de interação humana em dados e métricas.

Em setembro de 2006, logo após a empresa ampliar o cadastro para qualquer pessoa participar do Facebook, e não só mais universitários, o lançamento da plataforma do Facebook em maio de 2007 marca um dos pontos de partida para a coleta de dados e expansão

do uso dos produtos do Facebook na vida cotidiana. Durante o evento F8³⁴, Zuckerberg afirmou: “Queremos transformar o Facebook em um sistema operacional para que você possa executar aplicativos completos”. A partir dali, o Facebook se transformaria em um ambiente de software onde outras pessoas poderiam criar seus próprios serviços. À época, o chefe de estratégias do Facebook, Matt Cohler, explicou em entrevista à *CNN Money* como a empresa se beneficiaria com a plataformização do então site:

Primeiro, obtemos uso e visualizações de páginas adicionais e podemos colocar anúncios nesse sentido. Mas, além disso, os usuários nos contarão mais sobre si mesmos usando um site mais avançado, e podemos usar essas informações para oferecer a eles uma experiência mais relevante, tanto em publicidade quanto em outras formas. (KIRKPATRICK, 2007)

À época, o CEO Mark Zuckerberg também afirmou em entrevista ao veículo jornalístico que “estamos em uma trajetória para sermos universais em breve, se conseguirmos manter nosso crescimento”³⁵. Meses após a conferência, produtos como o Facebook Ads, um gerenciador de mídia paga dentro do próprio Facebook, foram inaugurados em novembro de 2007. Após consolidações de diversas outras medidas para a plataforma, explanadas posteriormente neste capítulo, em 2010 a empresa chegou à marca de um total de 500 milhões de usuários ativos no Facebook. Dois anos depois, em 9 de abril de 2012, a agora Meta anunciou a compra do Instagram — aplicativo de fotos antes disponível apenas para os modelos de celulares com o sistema iOS. Dias antes do anúncio da compra, o aplicativo foi liberado para download nos dispositivos com sistema Android e, até 2010, o aplicativo já havia atingido a marca de mais de 30 milhões de downloads.

À época, em carta divulgada por Zuckerberg para a imprensa, o CEO considerou a compra como um “marco importante” para o Facebook, pois seria a primeira vez que a empresa adquiria um produto com tantos usuários³⁶. A compra do Instagram seria uma das primeiras medidas do que Valente (2021) chama de “foco no domínio completo do segmento de redes sociais digitais” pelo então Facebook. Para o autor, a compra do Instagram em 2012 e do WhatsApp em 2014 por US\$ 19 bilhões foram dois pontos de partida importantes para compreensão do que, de fato, é o monopólio das plataformas digitais. Ao adotar o domínio, a companhia de Mark Zuckerberg acaba “fortalecendo sua plataforma e impedindo a ascensão de concorrentes pela compra deles ou por diversas práticas anticompetitivas” (VALENTE,

34 Disponível em

<https://web.archive.org/web/20080226142818/http://money.cnn.com/2007/05/24/technology/facebook.fortune/index.htm>. Acesso: 15 nov. 2021.

35 Tradução livre de “We're on a trajectory to be pretty universal soon if we can keep our growth going”.

36 Disponível em <https://about.fb.com/news/2012/04/facebook-to-acquire-instagram/>. Acesso: 16 nov. 2021.

2021), acontecimento exemplificado pela compra dos dois aplicativos.

As duas foram ocasionadas pela capacidade de coleta de dados, que apontou a emergência dos novos concorrentes. Com o Snapchat a tentativa foi a mesma, mas mal sucedida. Uma vez que não pôde incorporar o aplicativo, o Facebook copiou seu principal recurso: o formato stories. Utilizando sua base já estabelecida de usuários, o Facebook seguiu crescendo, enquanto o Snapchat, não. (VALENTE, 2021)

De acordo com o site Statista³⁷, durante o primeiro trimestre de 2021, mais de **3,51 bilhões** de pessoas estavam usando pelo menos um dos principais produtos da empresa (Facebook, WhatsApp, Instagram ou Messenger) mensalmente. A grande base de usuários e, conseqüentemente, a geração de dados disponíveis em todos esses produtos permitem que as plataformas, como é o caso da Meta, possam expandir suas atividades tecnológicas e adentrar seus investimentos em novos segmentos: a companhia, antes sob o nome Facebook, não só dispõe de aplicativos para conexões entre pessoas ou negócios, mas agora visa o mercado de dispositivos de realidade aumentada através da compra de empresas como a Oculus VR, Inc³⁸. Em março de 2014, por aproximadamente US\$ 2 bilhões, a aquisição posicionou o Facebook com o intuito de acelerar o crescimento da Oculus através de jogos, comunicações e novas experiências sociais. Cerca de seis anos depois, a empresa visa a construção do que seria o “metaverso” enquanto mantém um possível monopólio de aplicativos de interação social, além da inserção de novos produtos em seu catálogo.

As plataformas facilitam as interações entre os usuários, mas, para realizar tal ação, três dimensões institucionais principais mensuram seu **impacto cotidiano**: a infraestrutura de dados, mercados e governança (POELL, NIEBORG E VAN DIJCK, 2020, p. 5). As medidas influenciam as atividades coletivas de usuários finais com os complementadores e determinam o crescimento contínuo de uma plataforma ou seu fim. O desenvolvimento da infraestrutura de dados só é possível através da **datatificação** — processo de criação de infraestruturas que permitem aos empresários transformar praticamente todas as instâncias de interação humana em dados e métricas (POELL, NIEBORG E VAN DIJCK, 2020, p. 6). Os autores relembram que a coleta dessas informações, geralmente dados comportamentais do usuário, só é proporcionada devido a expansão de infraestruturas das plataformas, integradas a dispositivos como smartphones e outros eletrônicos. A título de exemplo, em abril de 2006 o Facebook lançou seu primeiro aplicativo para o celular e, apenas quatro meses depois,

³⁷ Empresa especializada em dados de mercado e consumidores. Informações disponíveis em <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>. Acesso: 15 nov. 2021.

³⁸ Disponível em <https://about.fb.com/news/2014/03/facebook-to-acquire-oculus/>. Acesso: 18 nov. 2021.

divulgou a primeira versão de sua API. Mais de dez anos depois, o aplicativo está disponível para dispositivos com sistemas iOS, Android e Windows Phone.

A dimensão do **mercado** tende a ser bilateral ao realizar conexões não apenas entre a empresa e o comprador, mas agregar uma variedade de terceiros no processo; quanto mais usuários tornam uma plataforma mais atraente, mais renda gerada pode subsidiar novos conteúdos e possibilitar novas transações e interações (POELL, NIEBORG E VAN DIJCK, 2020. p. 7). Mas entre as três medidas citadas, para este trabalho, em específico, a de **governança** é fundamental por orientar as interações entre os usuários de uma plataforma. Interfaces gráficas dentro do próprio Facebook como os botões de reações (Curtir, Amei, Força, Haha, Uau, Triste e Grr), implementados globalmente em fevereiro de 2016, e os botões de compartilhar, avaliar e pagar geram métricas.

Os autores também elencam outro tipo de governança: visivelmente, a plataforma Facebook estrutura em três contratos principais a sua governança na plataforma, enquanto a empresa Meta dispõe de outras políticas envolvendo as Políticas comerciais, os Recursos da plataforma e as normas de Eventos e *Lives*. Para este trabalho, o foco será nas três governanças principais do Facebook, elencadas abaixo. Só é possível criar e manter uma conta ativa no produto ao aceitar previamente tais medidas:

Tabela 2 – Principais governanças na plataforma Facebook

PRINCIPAIS GOVERNANÇAS NA PLATAFORMA FACEBOOK	PRINCIPAIS OBJETIVOS DAS POLÍTICAS DE GOVERNANÇAS DO FACEBOOK
Termos de Serviço	Concordados pelo usuário antes de começar a usar o Facebook, regem o uso da plataforma e de outros Produtos como o Messenger; e também regem o uso de recursos, aplicativos, serviços, tecnologias e softwares (Produtos do Facebook ou Produtos), quando assim informados pela plataforma.
Política de Dados	Estabelece medidas sobre como os dados dos usuários são recebidos pelo Facebook e como são utilizados na operação do Facebook, do Instagram, do Messenger e de outros produtos e recursos oferecidos pelo Facebook (Produtos do Facebook ou Produtos).
Padrões da Comunidade	Elenca quais tipos de conteúdo não são permitidos na plataforma e como é possível denunciá-los; são divididos nas políticas de Violência e comportamento criminoso;

Segurança; Conteúdo questionável; Integridade e autenticidade; Respeito à propriedade intelectual; Solicitações e decisões relativas a conteúdo

Fonte: Elaboração nossa com informações do Facebook.

Os instrumentos de governança no Facebook são mutáveis e constantemente ajustados em resposta às práticas de usuários na plataforma ou às legislações regionais de cada país (POELL, NIEBORG E VAN DIJCK, 2020. p. 8). Anteriormente, o Facebook já se pôs à mira de autoridades sob o uso de dados dos seus usuários e alterou diversos tópicos em suas Políticas de Dados motivados por movimentos externos à plataforma. Casos envolvendo a empresa Meta e a plataforma Facebook transpassam o estabelecimento dessas políticas e normas: a polêmica de vazamento de dados pela Cambridge Analytica, uma API autorizada pela empresa para datatificação de usuários e seus gostos; mobilizações sociais contra a perpetuação do ódio e da desinformação no Facebook, como o Stop Hate for Profit (SHFP); a Invasão do Capitólio Americano em janeiro de 2021; e denúncias de violações à privacidade dos usuários por ex-funcionários permeiam o estabelecimento dessas políticas e normas. Na contramão do caos econômico e da perda de usuários, medidas como o financiamento de programas de apoio ao jornalismo no Brasil e em todo o mundo e a divulgação pública semestral de relatórios de Aplicação dos Padrões da Comunidade, dentre outras diversas ações tentam trazer o equilíbrio a empresa que detém um monopólio de plataformas diariamente utilizadas em todo o mundo.

A ampla circulação de desinformação e discursos de ódio pelos usuários finais leva os operadores das plataformas a elaborar políticas e práticas de moderação mais rigorosas, bem como sistemas algorítmicos que podem filtrar esse conteúdo. E, quando um grande número de anunciantes e produtores de conteúdo deixa uma plataforma, seus operadores ajustam os instrumentos de governança para tentar manter esses complementadores a bordo. (POELL, NIEBORG E VAN DIJCK, 2020. p. 8)

Entre as principais ações da Meta para o Facebook, por exemplo, está o Comitê de Supervisão do Facebook. São encaminhados ao Comitê casos controversos de publicações que perpassam o próprio sistema do Facebook — neste caso, publicações ou comentários que não são imediatamente taxados como condutas prejudiciais pelas inteligências artificiais disponíveis para a governança e controle do Facebook. Conforme explicita em seus Termos de Serviço, a plataforma usa e desenvolve tecnologias avançadas para que as pessoas possam usar os produtos com segurança, independentemente de capacidade física ou localização

geográfica (FACEBOOK, 2021). Desde a sua inserção em maio de 2020, o órgão publicou um total de 11 decisões e tem se mostrado um experimento importante sobre o que pode ser publicado nas plataformas e o que não pode, ao ajudar o Facebook a responder algumas das perguntas sobre conteúdo específico relacionado à plataforma de mídia social digital: **o que remover, o que permitir e por quê.**

Quando o comitê se tornar operacional, não evitaremos as decisões difíceis e agiremos sem considerar interesses econômicos, políticos ou referentes à reputação do Facebook. Não estamos aqui para defender o Facebook. O comitê será transparente nas decisões que tomar e nas mudanças que forem exigidas da empresa para proteger a liberdade de expressão, os usuários e a sociedade (COMITÊ DE SUPERVISÃO, 2020)

Diversos analistas de plataformas apontam que nenhuma outra rede social tem hoje uma estrutura de moderação de conteúdo semelhante ao Comitê do Facebook, com o debate público sobre as análises. Em alguns casos, o Comitê abre para instituições fora da corte explicarem sua opinião sobre os casos então julgados.

Com a plataformização enquanto modelo dominante de infraestrutura e economia na web (HELMOND, 2019), o Facebook adaptou-se às mudanças e, hoje, pode ser tido como uma plataforma de mídia social digital ao dispor de dispositivos de datatificação e de impacto na vida social, além de outros recursos como o Feed de Notícias, pedidos de amizade, reações como o tradicional botão "curtir", APIs e o grupos — objeto de interesse deste trabalho.

Ao longo de sua trajetória, novos recursos como o Messenger e outras ferramentas moldadas para pequenos negócios foram adaptados, possibilitando diversos usos e a expansão da plataforma para além de seus produtos, mas para o alcance de outros mercados como o da inteligência artificial. Sob todos os problemas de privacidade e tentativas de melhorias, a Meta foi a primeira empresa que nasceu depois dos anos 2000 a chegar à marca de US\$ 1 trilhão nos Estados Unidos, segundo matéria veiculada no jornal O Estado de S. Paulo (2021).

3.2. Debates iniciais sobre o Capital Social no grupo RaC

Decide-se neste trabalho por trazer as ideias de autores como Bertolini e Bravo (2001) e Raquel Recuero (2008; 2014; 2020), devido a produções anteriores de trabalhos envolvendo relações sociais, sejam elas em um ambiente digital ou não. No caso de Recuero, por exemplo, a autora traz explicações sobre o capital social durante o período do que chama de "redes sociais na internet", estando o Facebook dentro desta narrativa. Mas, neste trabalho, como se opta pela nomenclatura de plataformas em referência ao produto da empresa Meta, **adapta-se o trabalho descrito por Recuero para os debates da plataformização.**

Os ideais dos outros autores citados anteriormente também foram reivindicados através dos estudos das plataformas para esta pesquisa, em específico. O intuito dessa medida é possibilitar a continuação dos trabalhos debatidos anteriormente sob uma nova perspectiva comunicacional, visto que antes existia uma compreensão do produto Facebook, principal universo desta pesquisa, não como um plataforma; mas que, diante da plataformização com mudanças em suas estruturas de governança, por exemplo, houve uma geração de impacto social (POELL, NIEBORG E VAN DIJCK, 2020, p. 7) e uma possível expansão de novos mercados econômicos, como explanado anteriormente com a Meta e seus interesses em outras áreas aquém dos produtos comunicacionais, como o foco na realidade virtual. Muitas dessas interações são significativas para os usuários, possibilitando a construção e o fortalecimento de vínculos sociais. Os interesses discutidos em comunidade geram diversas divergências sobre o conceito de capital social, entretanto, o que se concorda é que o conceito se refere a um valor constituído a partir das interações entre os dois ou mais atores sociais.

Bertolini e Bravo (2001) trabalham com o conceito de capital social partindo de uma perspectiva de recursos disponíveis para atores estabelecidos em um grupo, possibilitando a construção de uma estrutura social que os ajudem a atingir os seus interesses específicos. Recuero utiliza-se desta definição para compreender o capital social tratando-se como o um “conteúdo embutido nas interações que constituem os laços sociais, que pode ser acumulado, aprofundando um determinado laço e aumentando o sentimento de grupo” (RECUERO, 2008). Sob o foco do capital social como uma ferramenta útil para diversas ciências sociais, Bertolini e Bravo diferenciam o capital social em **função do número de atores** que o utilizam, ao indicar os termos de capital social **Individual** e o capital social **Coletivo**, além das categorias dos diferentes aspectos do capital social e a utilização dos níveis macro e micro, detalhados posteriormente.

No caso do capital social **Individual**, o termo é utilizado para se referir a um indivíduo que “utiliza recursos pessoais para os seus próprios fins” e é tido como o **primeiro nível** de interações sociais; já o capital social **Coletivo** é quando “os atores envolvidos na sua utilização são mais numerosos” e é definido enquanto **segundo nível**. As duas especificações são explanadas pelos autores devido a possibilidade de diferentes abordagens pelos atores imersos no grupo. Por exemplo, Bertolini e Bravo (2001) consideram o capital social **Coletivo** como o mais problemático para estabelecer valores sociais devido ao maior número de atores, pois, desse modo, o grupo resultante pode não estar necessariamente estruturado de forma a poder cumprir as escolhas do coletivo pois, além disso, “pode ser que os seus

membros não partilhem todos os interesses e a mesma definição de um interesse coletivo não pode ser tomada como certa”. Recuero (2008) complementa as ideias dos autores ao afirmar como uma “dupla faceta” a definição do capital social entre individual e coletivo.

Diz respeito ao indivíduo, a partir do momento em que este é que pode alocar esses recursos e utilizá-los. É coletivo, porque faz parte das relações de um determinado grupo ou rede social e somente existe com ele. O capital social, portanto, apenas existe enquanto recurso coletivo, mas, por ter capacidade de ser alocado e utilizado individualmente, tem este caráter duplo (RECUERO, 2008, p. 90)

No caso do grupo RaC no Facebook, as integrantes estão reunidas em um espaço conjunto e exclusivamente digital para conseguir informações acerca de vivências relacionadas a sua vida, com foco nos debates antipornográficos. Entretanto, por muitas vezes, o grupo acaba não tendo um consenso acerca do conteúdo e dos debates ali proporcionados. Durante a coleta de dados para o diário de campo, observou-se algumas publicações que não condizem com a temática principal contra a pornografia por parte das usuárias, percebendo-se a utilização do espaço para fins próprios e não condizentes com os coletivos — caracterizando a produção de capital social Individual. Entretanto, os apoios e argumentações continuavam a acontecer no grupo até mesmo diante destas publicações, reforçando o espaço da comunidade como um espaço de conversa e de reflexões sobre a pornografia e outros assuntos relacionados — utilizando, se, assim do capital social Coletivo. Isso não significa que todas ali contribuem positivamente para a comunidade pois observa-se, também, situações de discordâncias entre as usuárias e pequenos atritos também constatados pelas próprias administradoras e moderadoras do RaC³⁹. Diante de pelo menos um nível suficiente de aproximação entre dois ou mais atores, Bertolini e Bravo identificam cinco categorias que compõem os aspectos do capital social. Durante este capítulo, as categorias serão relacionadas e exemplificadas com algumas características percebidas durante a coleta de dados do grupo “Recuse a Clicar (Somente Mulheres)”. Mais detalhes serão elencados no capítulo de análise dos dados coletados, correspondente ao quinto capítulo deste trabalho.

A primeira delas é a **Relacional**, tido como a soma das conexões das relações e da troca de interações que ligam os diferentes indivíduos em um único espaço — neste trabalho, tido como o grupo “Recuse a Clicar (Somente Mulheres)” no Facebook. São todas e quaisquer tipos de ações e reações estabelecidas geradas com o intuito de ser aceito pelo grupo —

39 Em entrevista, a ADM GERAL relata como exemplo o uso de uma ferramenta no Facebook grupos que impossibilita que as usuárias criem novos comentários em uma devida publicação, ou seja, o tópico é encerrado para novos debates. Ação é geralmente utilizada quando há atritos entre as próprias integrantes da comunidade.

exemplificados, dentre os dados observados, como os comentários, o uso de Reações e as criações de publicações que estão dentro dos assuntos de interesse da comunidade. O segundo capital social é o **Normativo**, definido como as normas de comportamento e os valores de um determinado grupo. Antes de adentrar na comunidade do RaC, a interessada consegue ter ciência sobre do que se trata o grupo e de algumas normas prévias através de algumas ferramentas do Facebook grupos. Em seu próprio nome, a comunidade informa um de seus regulamentos mais fortes: **não são aceitos perfis de usuários que se reconhecem como homens**. Outras intervenções, como a inserção de informações sobre a comunidade na seção “Sobre”; a possibilidade de inserir uma foto de capa no grupo; e a configuração de perguntas para entrar na comunidade do Facebook facilitam o processo de estabelecimento desta categoria de capital social na plataforma e no grupo RaC.

A terceira categoria aqui citada é a **Cognitiva**, compreendida como a soma do conhecimento compartilhado e da informação que se possui em relação aos atores ou ao grupo de referência. No caso do RaC, a consolidação do espaço enquanto um local seguro favorece o compartilhamento de experiências, relatos e outros assuntos — estes majoritariamente ligados à antipornografia — permitindo esse fluxo constante de participação e interação entre as integrantes ali presentes. A categoria traz semelhanças com a **Relacional**, mas observa-se no RaC que as relações de confiança já estão previamente estabelecidas e que a integrante já se sente confortável para partilhar ou interagir com outras usuárias por já ter sido aceita na comunidade; estabelecendo, assim, conversas ou publicações com o intuito de ajudar outras mulheres e também ser ajudada, pois a categoria inclui “as heurísticas dos indivíduos, que permitem a solução de novos problemas utilizando a experiência acumulada e a partilha de significados comuns no que diz respeito a instituições e comportamentos específicos” (BERTOLINI E BRAVO, 2001).

A quarta categoria citada pelos autores é a **Confiança do ambiente social**, indicada como a confiança geral dada ao comportamento dos indivíduos presentes em um sistema. Obter um alto nível de confiabilidade do ambiente social permite a redução da incerteza diante de possíveis ações e a vontade de cooperação dos outros membros do grupo (BERTOLINI E BRAVO, 2001). No RaC, medidas como o estabelecimento prévio de normas e a distribuição de cargos e selos de conversas no Facebook grupos, traz a percepção da segurança em um espaço virtual e consolida a comunidade como segura para a manutenção de relações e relatos ali produzidos.

A quinta e última categoria é a **Institucional**, estipulada pela inclusão de instituições

formais e formais que representam “uma das principais forças capazes de influenciar o comportamento humano, não por acaso, a determinação de sistemas de regras, pelos participantes ou por uma autoridade externa, e constituem uma das principais formas de resolver os principais problemas da ação coletiva” (BERTOLINI E BRAVO, 2001). O estabelecimento de cargos para usuárias — daí surgem as responsáveis pela administração ou pela moderação dos conteúdos e das integrantes — garantem uma manutenção da instituição e de sua segurança, relacionando-se a outros tipos de capital social anteriormente citados e explicados.

As categorias Confiança no ambiente social e Institucional são elencadas por Bertolini e Bravo (2001) como o **Capital Social Coletivo**: o **segundo nível** do capital social, estabelecido diante da manutenção organizacional de um grupo em específico, aqueles que apenas podem ser desfrutados pela coletividade (RECUERO, 2008). Já as Relações, as Normas e o Conhecimento variam de acordo com os indivíduos, elencados como o **Capital Social Individual**: o **primeiro nível** de capital social. Recuero (2008) observa que a existência de um capital social de primeiro nível é um requisito para a construção do capital social de segundo nível, que representa uma sedimentação do primeiro nível. Desse modo, um segundo nível de capital social aumenta a qualidade do primeiro nível de produção do capital social em um determinado grupo, ao criar um constante fluxo de produção e de recursos dentro da comunidade (RECUERO, 2008, p. 91). A autora utiliza Bertolini e Bravo (2001) como base sobre o assunto, que dizem que

Os elementos que compõem o primeiro Capital Social contribuem diretamente para o aumento da ação coletiva no sistema em análise e, indirectamente, através de uma ação positiva em relação ao segundo Capital Social que, por sua vez, através do seu trabalho de criação de incentivos às ações dos atores envolvidos, representa um estímulo para o alcance de maiores bens comuns (BERTOLINI E BRAVO, 2001, p. 4)

Bertolini e Bravo (2001), ainda, explanam que o primeiro nível de capital social examina as dimensões do uso por um único grupo versus um grupo maior de atores. Já o segundo nível de capital social distingue dois níveis: um inclui elementos construídos e alterados diretamente pelo único ator, enquanto elementos incluídos no outro necessitam de ação coletiva para serem criados e modificados. Os autores definem essa subcategoria do capital social Coletivo nos níveis **macro e micro**, sob base de James Coleman (1990), identificam um esquema com três componentes:

[...] os elementos da estrutura social produzem incentivos para a ação do indivíduo (macro-micro transição); os atores com base nos seus próprios princípios de acção e

os incentivos produzidos a nível macro decidem quais as acções a realizar (nível micro); finalmente, a combinação, de acordo com vários modelos, das acções dos actores particulares produzem as consequências na estrutura social de onde partimos (micro-transição-macro). (BERTOLINI E BRAVO, 2001, p. 5)

Derivado da produção do capital social nesses espaços digitais, também há a construção de valores do capital social. Recuero (2020) considera essas informações para as redes sociais, o que inclui o Facebook. Mas como relatado anteriormente para este trabalho, utiliza-se a menção às plataformas com o intuito de viabilizar a continuação de pesquisas anteriores sobre as relações em ambientes sociais. Essa verificação dos valores gerados auxilia, inclusive, na percepção do capital social construído nesses ambientes e sua influência na construção e na estrutura das relações. Dentre os seus diferenciais, está a possibilidade de construir e facilitar a emergência de tipos de capital social que não são facilmente acessíveis aos atores no ambiente “*off-line*” (RECUERO, 2020, p. 107).

A título de exemplo do grupo RaC no Facebook, talvez a relação presencial entre mais de 9 mil mulheres de diversas regiões do País e do mundo tivesse constituições bastantes divergentes do ambiente digital existente hoje. A autora parte do pressuposto de que a principal influência dos valores constituídos é correlacionada com o capital social **Relacional**, pois “os sites de redes sociais proporcionam que os atores aumentem consideravelmente suas conexões sociais”. Como este trabalho parte do pressuposto da plataformização, observa-se que a influência das ferramentas disponibilizadas pelo Facebook — e a função grupos — segue expandindo as conexões sociais. Para Recuero, entretanto, tais conexões não são iguais as conexões off-line pois são conexões mantidas por um sistema e não pelas interações (RECUERO, 2020, p. 108).

Os valores citados são elencados do **primeiro nível** de capital social de Bertolini e Bravo (2001), pois para Recuero (2020), os então sites de redes sociais “somente são eficientes para o gerenciamento do capital social mais básico. Eles são, por exemplo, capazes de manter uma rede social, mas não de aprofundar os laços dessas redes. Para isso, é preciso a participação ativa dos atores sociais envolvidos”. Percebe-se, entretanto, que tais plataformas estão cada vez mais presentes e influenciáveis em diversos aspectos sociais, políticos e econômicos dentro do âmbito da nossa vida, esteja ela no ambiente online ou não. A seguir, alguns dos valores observados pela autora.

3.2.1. Visibilidade e Reputação

Ao permitir uma maior conexão entre os atores sociais, o capital social aumenta a

visibilidade dos nós ali constituídos. Ele está relacionado ao capital social relacional pois “quanto mais conectado está o nó, maiores as chances de que ele receba determinados tipos de informação que estão circulando na rede e de obter suporte social quando solicitar” (RECUERO, 2020, p. 108). Outro fato influenciado por tal valor é o gerenciamento dos grupos sociais, pois tanto as ferramentas disponibilizadas pelos “sites de redes sociais” auxiliam no gerenciamento das conexões e dos valores constituídos quanto tais “sites” também auxiliam a gerenciar o capital social obtido. No caso da plataforma do Facebook, mudanças já elencadas anteriormente como a construção dos botões de reações (Curtir, Amei, Força, Haha, Uau, Triste e Grr) e a construção de um novo Facebook grupos em 6 de outubro de 2020⁴⁰ favorecem a manutenção desse capital social e o aumento não só da visibilidade social de um nó, mas a constituição de outros valores decorrentes dessas interações.

Alguém pode, intencionalmente aumentar sua visibilidade no Twitter, por exemplo, utilizando-se de artifícios para aumentar o número de seguidores, apenas para popularizar seu blog. Com isso, pode obter outros valores, como reputação. A visibilidade, assim, é um valor por si só, decorrente da própria presença do ator na rede social. Mas ela também é matéria-prima para a criação de outros valores [...] (RECUERO, 2020, p. 109).

Ao permitir uma maior conexão entre os atores sociais, o capital social aumenta a visibilidade dos atores e desenvolve outro valor considerado como reputação, sendo relacionado a percepção de alguém pelos demais atores e constituídos por três elementos fundamentais para a consolidação desse valor: o “eu”, o “outro” e a relação e entre ambos. Desse modo, a reputação implica diretamente no fato de que há informações sobre quem são as pessoas de uma determinada comunidade e como elas pensam (RECUERO, 2020, p. 109). A reputação, então, pode ser influenciada pelas ações emitidas por um indivíduo e também pelas construções dos outros sobre essas ações — por exemplo, ao permitir um maior controle sobre as impressões deixadas pelos autores, as plataformas facilitam bastante a construção deste determinado valor em suas relações. A exemplo do objeto de pesquisa estudado, a criação de selos como o “Superfã” para páginas no Facebook ajuda os administradores a notar quais os usuários que frequentemente interagem ao conteúdo de uma determinada página — ações como comentar posts, reagir a publicações e compartilhá-las são algumas dessas atividades que favorecem a qualificação. Desse modo, as pessoas qualificadas que aceitarem

40 As novas funcionalidades do Facebook grupos foram introduzidas em 2010 pela empresa e, desde então, o produto vem passando por mudanças em suas funções também ocasionadas por movimentos como o Stop Hate for Profit (SHFP), que consistiu na organização de movimentos durante julho de 2020; muitas empresas boicotaram o Facebook ao não anunciarem seus produtos na plataforma. O foco da mobilização foi o combate aos discursos de ódio propagados no Facebook.

os selos de superfã terão um selo ao lado do nome quando comentarem um conteúdo na página e outros usuários podem também obter o selo.

A medida não é diferente nos grupos do Facebook: os selos também estão disponíveis nas comunidades, com o intuito de “facilitar a identificação de membros e promover a construção da comunidade” pois, para a empresa, “novos membros precisam identificar administradores e moderadores, e é importante que líderes reconheçam as pessoas que mais contribuem lá dentro” (FACEBOOK, 2021). Os selos aparecem ao lado do nome das pessoas nas publicações do grupo, nos comentários e no perfil do membro. Eles são distribuídos em:

Figura 05 – Distribuição dos selos nos grupos do Facebook



FACEBOOK: OS SELOS PARA OS GRUPOS

O intuito de facilitar as identificações nas comunidades | Fonte: <https://bit.ly/3trjjal>

Fonte: Elaboração nossa.

3.2.2. Popularidade e autoridade

A popularidade é um valor relativo à posição de um ator dentro de sua rede social e também performado dentro das plataformas e tem um valor mais quantitativo do que relacionado as interações entre dois ou mais atores sociais (RECUERO, 2020, p. 112). Ainda, a popularidade também não é relacionada com autoridade, mas com a reputação — apesar de ser um valor diferente deste. Entretanto, tal valor chega a ser pouco perceptível na comunidade do RaC ou nos grupos no Facebook como um todo além da quantidade das integrantes ali presentes: até meados de dezembro de 2021, a comunidade contava com mais

de 9,2 mil usuárias. Mas não cabe a este trabalho afirmar se a comunidade é popular ou não pois, de acordo com Recuero:

Enquanto a visibilidade é um valor relacionado com a capacidade de se fazer visto de cada nó (e, portanto, temos nós que são mais visíveis e nós que são menos visíveis), a popularidade é apenas uma característica relacionada à posição estrutural do nó na rede. Apenas alguns nós são populares, mas todos os nós possuem visibilidade (RECUERO, 2020, p. 112).

Já a autoridade refere-se ao poder de influência de um nó na então rede social. No caso das plataformas, esse valor também segue sendo possibilitado. Tido como “uma medida da efetiva influência de um ator com relação à sua rede, juntamente com a percepção dos demais atores da reputação dele. A Autoridade, portanto, compreende também a reputação, mas não se resume a ela” (RECUERO, 2020, p. 113). A autora compara os internautas que buscam autoridades como internautas bastante engajados com seu então *blog*. Desse modo, “a autoridade está conectada ao capital social conector, uma vez que este é o foco dos blogueiros que desejam construir uma audiência, mais do que construir uma intimidade com outros” (RECUERO, 2020, p. 113).

Uma das possibilidades de autoridade constituídas na comunidade do RaC no Facebook é justamente manter uma relevância do assunto dos debates antipornografia e acerca do feminismo por possibilitar tais espaços de debates — como o grupo só com mulheres, o grupo só com homens e o grupo misto —, além de perfis em outras plataformas como o Instagram, Twitter e Medium. Em entrevistas coletadas para este trabalho, inclusive, as integrantes relatam que o Recuse a Clicar esteve dentre as primeiras páginas sugeridas para acompanhar os assuntos relacionados como feminismo, feminismo e antipornografia e relatos sobre relacionamentos saudáveis e seguros.

Todos os valores discutidos anteriormente são elencados por Recuero (2020) como provenientes do primeiro nível de capital social de Bertolini e Bravo (2001). Isso porque os então sites de redes sociais são eficientes para o gerenciamento do capital social mais baixo e não são, por exemplo, capazes de aprofundar os laços dessas redes. Porém percebe-se que, com a plataformização, as atividades diárias estão cada vez mais concentradas nas plataformas: de debates sobre feminismo e outros assuntos relacionados à outros tipos de interações, como as compras online. Nos gráficos abaixo, relacionam-se as categorias de capital social elencadas anteriormente e os valores percebidos por Recuero (2020):

Figura 06 – Categorias e níveis de capital social

CAPITAL SOCIAL		CATEGORIAS	
		INDIVIDUAL Indivíduo que utiliza recursos pessoais para seus próprios fins	COLETIVO Quando os atores envolvidos na utilização são mais numerosos
NÍVEIS	PRIMEIRO	<ul style="list-style-type: none"> • Relacional • Normativo • Cognitivo 	<ul style="list-style-type: none"> • Relacional • Normativo • Cognitivo
	SEGUNDO	<ul style="list-style-type: none"> • Confiança no ambiente social • Institucional 	

CAPITAL SOCIAL (CS)

Dimensões e níveis por Bertolini e Bravo (2001)

CAPITAL SOCIAL DE PRIMEIRO NÍVEL NAS PLATAFORMAS	
VALORES	VISIBILIDADE
	<ul style="list-style-type: none"> • Relacionado ao capital social relacional • Favorecido pelas ferramentas disponibilizadas em plataformas
VALORES	REPUTAÇÃO
	<ul style="list-style-type: none"> • Relacionado a percepção de alguém pelos demais atores • Constituídos por três elementos: o "eu", o "outro" e a "relação" entre ambos
VALORES	POPULARIDADE
	<ul style="list-style-type: none"> • Relativo a posição de um ator dentro de sua rede; • Geralmente tem um valor mais quantitativo, tem relação com a reputação
VALORES	AUTORIDADE
	<ul style="list-style-type: none"> • Poder de influência de um nó na então rede social; • Compreende-se também à reputação, mas não se resume a ela

CAPITAL SOCIAL (CS)

Valores percebidos por Recuero (2020)

Fonte: Elaboração nossa.

O universo maior dos relatos e as perspectivas dos tipos de interações e outras capitais sociais possibilitados pela plataforma Facebook serão elencados com mais detalhes no capítulo de análises dos dados deste trabalho. É perceptível que as ferramentas aqui citadas e disponibilizadas pelo Facebook facilitam os processos de interação entre não só as integrantes do RaC, mas para os mais de 1,8 bilhão de pessoas que utilizam mensalmente o produto

grupos no Facebook e para os mais de 70 milhões de administradores e moderadores que cuidam de grupos ativos no Facebook, conforme dados divulgados pela empresa Meta em fevereiro de 2021⁴¹.

41 Dado foi divulgado em relatório "O Poder das Comunidades Virtuais" construído a partir de entrevistas com 50 líderes de comunidade do Facebook, dezenas de especialistas de comunidades globais, pesquisas internas do Facebook e uma pesquisa global com mais de 15 mil participantes conduzidas pela empresa de mercado YouGov.

4. FEMINISMOS E MOVIMENTOS SOCIAIS NA ERA DA INTERNET

Neste capítulo, surgem os debates iniciais sobre o que são os movimentos sociais e o que seria o feminismo dentro dessa concepção. Uma pequena trajetória das lutas feministas pelo Brasil e como a nomenclatura de ondas (HOLLANDA, 2019) traz os anseios da mobilização majoritária por mulheres para o ambiente digital também são contextualizadas neste trecho. Compreende-se que, com o advento das ferramentas digitais, o feminismo e a comunicação se interligam ainda mais e há a expansão dos conteúdos baseados em antigas e novas teorias feministas, como é o caso do feminismo decolonial, feminismo queer e o feminismo negro, reforçado por teóricas como Lélia Gonzalez e bell hooks. Também é abordado o grupo “Recuse a Clicar (Somente Mulheres)” e são estabelecidas algumas correlações entre a quarta onda feminista com o objeto de pesquisa neste trabalho.

4.1. Movimentos sociais: onde o feminismo se encaixa?

Maria da Glória Gohn (2001) discorre sobre movimentos sociais partindo de uma perspectiva da área da educação. Utiliza-se neste trabalho as ideias da autora devido a sua proximidade com debates proporcionados por teóricas como Mirla Cisne (2015) que posteriormente elenca diferenças onde se encaixa o feminismo, suas vertentes e ondas — é enquanto um movimento social ou um movimento identitário? Para a teórica da educação, a partir do século XX surgem novas acepções de cidadania, logo após o liberalismo e de uma descaracterização da concepção original daquela noção. Desse modo, a cidadania deixa de ser uma conquista da sociedade civil e passa a ser uma competência do Estado (GOHN, 2001, p. 14).

E se para o Estado um cidadão civilizado seria o que teria superado os estágios iniciais de uma convivência grupal e ter ido direto para uma convivência harmoniosa na sociedade, Gohn (2001) traz uma terceira acepção do conceito de cidadania e elaborada a partir dos movimentos sociais — iniciando os debates sobre cidadania, a autora utiliza o termo cidadania coletiva e daí parte-se para a seguinte definição sobre o que seriam, de fato, os movimentos sociais. Desse modo, este movimento é caracterizado pela presença de cidadãos coletivos que se importam com as demandas dos outros:

O desenvolvimento explorador e espoliativo do capitalismo, a massificação das relações sociais, o descompasso entre o alto desenvolvimento tecnológico e a miséria social de milhões de pessoas, as frustrações com os resultados do consumo insaciável

de bens e produtos, o desrespeito à dignidade humana de categorias sociais tratadas como peças ou engrenagens de uma máquina, o desencanto com a destruição gerada pela febre de lucro capitalista etc., são todos elementos de um cenário que cria um novo ator histórico enquanto agente de mobilização e pressão por mudanças sociais: os movimentos sociais (GOHN, 2001, p. 15-16).

E junto com tais demandas populares de cunho mais amplo e perceptível, como a reivindicação da construção de creches ou pelo acesso a algum tipo de moradia, são encontradas demandas advindas de grupos não tão explorados e escancarados no plano dos direitos humanos; mas que, ainda assim, sofrem consequências por serem "igualmente expropriados no plano de seus direitos civis de liberdade, igualdade, justiça e legislação" (GOHN, 2001, p. 18), como grupos que lutam pelos direitos das pessoas negras ou das mulheres, por exemplo. Daí, há a construção da cidadania coletiva ao partir para a elaboração de estratégias de formulação de demandas e outras táticas de enfrentamento dos oponentes, construindo-se um caráter educativo dos movimentos sociais, sumarizado pela autora nos seguintes pontos:

- I) A dimensão da organização política, na qual parte-se para a elaboração de estratégias de formulação de demandas e táticas de enfrentamento aos oponentes.
- II) A dimensão da cultura política, onde há acúmulo de experiência das vivências passadas e presentes com o intuito de ajudar para a construção de uma cultura futura.

Aprende-se a calar e a se resignar quando a situação é adversa. Aprende-se a criar códigos específicos para solidificar as mensagens e bandeiras de luta, tais como as músicas e folhetins [...] ou seja, elabora-se estratégias de conformismo e resistência, passividade e rebelião, segundo os agentes com os quais se defronta. Isso tudo porque ocorre a identificação do processo de ocultamento das diferenças sociais existentes e, conseqüentemente, a identificação dos distintos interesses de classe presentes. (GOHN, 2001, p. 20-21).

Para existir um movimento social, enfim, é necessário o exercício da **coletividade cidadã** — o que leva a um acúmulo de experiências, “onde tem importância a vivência no passado e no presente para a construção do futuro” (p. 20). Essa elaboração de estratégias e constituição de uma cidadania coletiva é englobada por Pitanguy (2019) como um papel crucial na demarcação de direitos humanos no Brasil — o que inclui a interlocução com as reivindicações dos direitos das mulheres no País. A autora contextualiza que os direitos humanos devem ser compreendidos “na dinâmica de seu exercício, assim como no marco dos processos históricos através dos quais são enunciados em leis, convenções, tratados, demarcando o espaço da cidadania formal”, visto que “leis e políticas públicas estão

diretamente ligadas a processos políticos” (p. 81). Conforme a autora, dois momentos teriam sido definitivos na luta pelos direitos das mulheres no País: a ditadura militar de 1964 e o restabelecimento da democracia a partir dos anos 80. Apresenta-se posteriormente neste capítulo um breve apanhado das lutas feministas brasileiras, que inclui os períodos históricos anteriormente citados. Para Pitanguy (2019, p.82), ainda hoje há uma “clara conexão entre o ativismo feminista e as mudanças em legislações discriminatórias, a proposição de novas leis, a implementação de políticas públicas e a resistências aos retrocessos”.

Outro autor que traz conceitos importantes sobre os movimentos sociais é Manuel Castells (2013). O sociólogo parte do princípio dos movimentos sociais serem uma "alavanca da mudança social", por geralmente se originarem durante crises humanitárias que tornam insustentáveis a vida cotidiana e também por uma profunda desconfiança nas instituições políticas do Estado.

A conjunção de degradação das condições materiais de vida e crise de legitimidade dos governantes encarregados de conduzir os assuntos públicos leva as pessoas a tomar as coisas em suas próprias mãos, envolvendo-se na ação coletiva fora dos canais institucionais prescritos para defender suas demandas e, no final, mudar os governantes e até as regras que moldam suas vidas (CASTELLS, 2013, p. 161)

Segundo o autor, os processos de ações que induzem mudanças coletivas levam à continuidade das exigências por novas condições sociais. Um dos pontos citados por Castells é a possível interação dos movimentos — a título de exemplo, no caso do feminismo através da quarta onda feminista que será posteriormente detalhada neste capítulo e exemplificada com o grupo “Recuse a Clicar (Somente Mulheres)”. Em vista disto, Castells introduz o conceito de "conectados em rede", no qual os indivíduos exclamam por mudanças sociais resultantes de ações comunicativas que envolvem a conexão entre redes neurais dos cérebros humanos estimuladas por sinais de um ambiente comunicacional formado por redes de comunicação (CASTELLS, 2011, p. 162). Ou seja, o movimento social continua a acontecer porque existe comunicação entre os interessados e, desse modo, há uma constante mobilização. E essa comunicação se torna mais forte com o advento de ferramentas digitais como as redes sociais, exemplificadas neste trabalho como as plataformas de mídias sociais digitais.

Castells passa a apresentar movimentos sociais em rede que brotaram em todo o mundo com diferentes ênfases, origens e motivações em países como Irã, Chile, Israel, Rússia e Chile, além de citar características em comum que interligam tais movimentos em rede.

Dentre elas, é fundamental a conexão de formas múltiplas: há formações de redes dentro do próprio movimento, ao se conectar com outros movimentos do mundo todo através de tecnologias que facilitam essas práticas. Isso traz benefícios para a mobilização como a maximização das chances de participação em um movimento devido a sua constituição em redes abertas, resultando em **autonomia**, conforme denominada por Castells. Mas para o autor, os movimentos sociais só se tornam um movimento ao ocupar o espaço urbano.

Esse híbrido de cibernética e espaço urbano constitui um terceiro espaço, a que dou o nome de espaço da autonomia, porque só se pode garantir autonomia pela capacidade de se organizar no espaço livre das redes de comunicação; mas, ao mesmo tempo, ela pode ser exercida como força transformadora [...] O espaço da autonomia é a nova forma espacial dos movimentos sociais em rede (CASTELLS, 2013, p. 165)

Ainda, os movimentos também são simultaneamente locais e globais por constituírem suas próprias redes e organizarem seu próprio espaço público ao conquistar locais na internet. Mas também são globais por estarem conectados com o mundo inteiro, chegando a algumas vezes “convocar a participação conjunta e simultânea em manifestações globais numa rede de espaços locais” (p. 165). Tais movimentos também são virais ao seguir as lógicas das redes na internet tanto pelo seu caráter viral da difusão das mensagens online quanto pelo efeito “por toda a parte” causado por esta divulgação. Outra característica fundamental dos movimentos sociais na internet, para Castells, é a possibilidade da horizontalização das redes. O autor compreende que tais redes multimodais criam o **companheirismo**, que difere das comunidades em alguns aspectos.

[...] é pelo companheirismo que as pessoas superam o medo e descobrem a esperança. Companheirismo não é comunidade porque esta implica uma série de valores comuns, e isso é uma obra em progresso no movimento, já que a maioria das pessoas nele ingressa com seus próprios objetivos e motivações, vindo a descobrir denominadores comuns na prática do próprio movimento. Assim, a continuidade é ponto de partida e a fonte de acesso ao poder: “Juntos conseguimos” (CASTELLS, 2013, p. 167)

Voltando-se para o objeto de pesquisa deste trabalho, a comunidade do RaC no Facebook apresenta alguns aspectos condizentes com algumas definições citadas anteriormente, principalmente às ligadas à Castells acerca das mobilizações online. Mais de 9 mil integrantes interagem diariamente na comunidade sobre assuntos relacionados não só sobre a pornografia ou táticas antipornografia, mas também de assuntos como relacionamentos abusivos e violências físicas e psicológicas — fatores de uma vida cotidiana patriarcal que perpassam quase todas as integrantes, incluso administradoras e moderadoras

da comunidade, como um todo⁴²; tais ações vão ao encontro das interações citadas pelo sociólogo. As possíveis conexões com outros movimentos, seu desenvolvimento simultaneamente local e global e viralizações acontecem de diversas formas na comunidade. Dentre elas, traduções de textos antipornografia da língua inglesa para a portuguesa, além do uso diverso de outros perfis em plataformas como o Twitter, Instagram e Medium — o que permite a criação de conteúdos de diversas naturezas sobre o assunto debatido⁴³.

Mas tais mobilizações online se caracterizam como movimentos sociais? Não cabe a este trabalho responder esta questão, porém vale o questionamento para considerações futuras, visto que a comunidade do RaC está inclusa no debate da quarta onda feminista, por exemplo. Autoras como Fabiana Martinez (2017) concordam que o feminismo tem se valido de uma dinâmica presente nos ambientes de comunicação digital como forma de difundir conhecimentos e mobilizações acerca de suas pautas. Segundo ela, há um fluxo maior de produção desses conteúdos nos últimos doze anos, o que traz uma adesão “cada vez maior de jovens interessadas nas pautas feministas, o que certamente está ligado diretamente ao fácil acesso e a familiarização deste público com as tecnologias” (MARTINEZ, 2017). Posteriormente, o assunto será discutido com mais detalhes no seguinte tópico, que traz um breve apanhado das lutas feministas no País.

4.2. Breve apanhado das lutas feministas no Brasil

Mirla Cisne (2015) explica as diferenças entre o movimento feminista e o movimento de mulheres no Brasil. A autora argumenta que, a princípio, todo movimento feminista é um movimento de mulheres; mas nem todo movimento de mulheres, necessariamente, possui uma configuração feminista — ou seja, em boa parte são as reivindicações dos movimentos que os caracterizam enquanto movimento feministas ou não. No Brasil, entretanto, há uma junção de ambas as mobilizações: movimentos de mulheres no País, com pautas como o direito à creche e à saúde são, desse modo, incorporados pelo feminismo; assim como a luta contra a violência contra à mulher, por exemplo, é incorporada pelos movimentos de mulheres.

42 Em entrevista, a ADM Geral do grupo conta um pouco do seu processo de entrada na equipe do RaC: “[...] eu conheci uma administradora, que me chamou. Eu entrei aos poucos, eu entrei como moderadora e acho que à medida que as coisas foram andando as outras meninas foram perdendo o interesse no projeto e aí eu fui assumindo [...]” (informação verbal). Entrevista concedida por ADM GERAL [nov. 2021]. Entrevistadora: Marília Freitas. Fortaleza, 2020, 1 arquivo .mp4 (35 min).

43 ADM Geral detalha as redes mais utilizadas pela RaC: “[...] então, nós temos o Facebook, a página; temos o Instagram, o perfil; o Twitter, que é bem pequeno, porque eu não gosto da plataforma, então acabo usando muito pouco, pois tenho pouca paciência; e temos o Midium, que é onde a gente bota os textos que a gente traduz, basicamente. [...] No Midium não é todo dia que a gente posta uma tradução, é só quando rola uma tradução que a gente vai. Entrevista concedida por ADM GERAL [nov. 2021]. Entrevistadora: Marília Freitas. Fortaleza, 2020, 1 arquivo .mp4 (35 min).

Houve e há um encontro entre esses Movimentos no sentido da identificação nas suas pautas, ainda que um movimento ou outro de mulheres possa distorcer as bandeiras feministas. Contudo, de uma maneira geral, podemos dizer que ambos constroem a mesma história: a luta das mulheres. (CISNE, 2015, p.109)

As bibliografias brasileiras acerca do feminismo costumam ter seu foco em conteúdos divulgados entre os anos 1830, 1870, 1920 e 1970, consideradas as décadas de maior visibilidade das pautas por estas mulheres (DUARTE, 2019, p. 26-27). Os períodos referenciados são permeados por exigências destas mulheres durante os quatro momentos do feminismo no Brasil. Duarte (2019) traz uma análise de tais conjunturas: o primeiro momento, marcado pelas lutas de mulheres pela aprendizagem do ler e escrever; o segundo momento, demarcado pela expansão do mercado feminista nos jornais e pela reivindicação dos votos das mulheres; um terceiro momento, caracterizado pela luta pela cidadania; e um quarto momento, no qual se destacam a revolução sexual e pela literatura. Entretanto, há uma fragmentação em análises de outros momentos acerca do feminismo no País, o que traz lacunas para o conjunto dos estudos.

No início do século XIX, o primeiro momento do feminismo brasileiro foi reivindicado no direito básico de aprender e escrever - até então reservado ao sexo masculino. Duarte (2019) aponta que foram as primeiras e poucas mulheres que tiveram acesso a uma educação diferenciada que tomaram para si a responsabilidade de estender tais benefícios a outras pessoas, principalmente outras mulheres. A potiguar Nísia Floresta se destaca com a publicação de seu primeiro livro, o *Direito das mulheres e injustiça dos homens* (1832), no qual assimila as ideias feministas estrangeiras à época com a do Brasil, pois “o nosso primeiro movimento feminista, mais do que todos os outros, vem de fora, não nasce entre nós”, visto que as solicitações brasileiras ainda eram primárias, relacionadas ao aprendizado destas pessoas (DUARTE, 2019, p. 29). Nos meados do século XIX, surgem os primeiros jornais dirigidos por mulheres, dentre eles, os cariocas *Jornal das Senhoras* em 1852 e o *Belo sexo* em 1862. Percebe-se, então, que desde o início das reivindicações feministas — ou por mulheres — no Brasil, a comunicação sempre esteve presente, ajudando a consolidar tanto as solicitações quanto às conquistas deste público.

O segundo momento do feminismo brasileiro se caracteriza pela expansão dos números de jornais e revistas de feição nitidamente feminista (DUARTE, 2019, p. 31). Novos jornais surgiam e continuavam a concentrar demandas das mulheres com ênfase na igualdade e no direito da mulher à educação, mas com uma adição: as reivindicações pelo voto feminino. Josefina Álvares encenou sua peça *O voto feminino* em 1878 e conseguiu bastante visibilidade

com tais solicitações. Dez anos depois, são de 1899 as primeiras notícias de brasileiras realizando cursos universitários, no exterior e no país, noticiadas pelos veículos feministas como vitórias conquistadas. Mas na contramão, a imprensa masculina se manifestava contra tais comemorações, rebaixando as conquistas de mulheres à época. Duarte analisa que, mesmo com insistências por parte dos homens de que seria impossível manter um casamento e cuidar de filhos ao mesmo tempo que as mulheres exerciam uma profissão, essa imprensa “terminou por criar - concretamente — uma legítima rede de apoio mútuo e de intercâmbio intelectual, e por configurar-se como instrumento indispensável para a conscientização feminina” (DUARTE, 2019, p. 35).

Esperava-se, então, que o terceiro movimento feminista no País seguiria uma onda de exigências no século XX: movimentações inéditas de mulheres organizadas clamavam — ainda — pelo direito ao voto, ao curso superior e à ampliação do campo de trabalho, com o intuito de participarem ativamente de profissões além do magistério, mas também em fábricas, hospitais e indústrias. Nomes como de Bertha Lutz, uma das maiores lideranças na luta pelos direitos políticos das mulheres brasileiras, surgem no âmbito das lutas feministas no País como a fundadora da Federação Brasileira pelo Progresso Feminino. Vale lembrar que Bertha fez parte de um perfil privilegiado de militantes feministas que, à época, era composto, principalmente, de mulheres com formação universitária, de classe média e urbana. Outro forte nome da época é Maria Lacerda de Moura, uma das mulheres pioneiras na luta pelo operariado brasileiro.

Duarte (2019) destaca que a década de 1920 foi pródiga na movimentação das mulheres, como o surgimento dos movimentos anarcofeministas no Brasil e mais passeatas a favor das reivindicações das mulheres. Mas é apenas em 1932 que o direito do voto à mulher é liberado nas mesmas condições que os homens; entretanto, a suspensão das eleições por Getúlio Vargas trouxe o exercício do voto para as mulheres apenas nas disputas eleitorais de 1945. Enquanto isso, o campo literário manteve-se carregado por nomes fortes como o de Gilka Machado, autora que com o livro *Meu glorioso pecado* promoveu a ruptura de paradigmas masculinos dominantes e contribuiu para a emancipação da sexualidade feminina (DUARTE, 2019, p. 39). A cearense Rachel de Queiroz ocupou espaços da redação dos jornais, em células partidárias e na literatura que costumavam ser majoritariamente masculinos: produções como *O Quinze* e *João Miguel* trazem características da emancipação feminina para meados dos anos de 1930. Outra divulgadora massiva da história feminina e feminista brasileira foi Adalzira Bittencourt, organizadora da Primeira Exposição do Livro

Feminino, no Rio de Janeiro em 1946.

Mas é a partir dos anos de 1970 que o feminismo tem seu momento mais forte em seu quarto período. Logo o ano de 1975 é definido como o Ano Internacional da Mulher e estendido de 1975 a 1985, vide o “estado de penúria da condição feminina, e tantas as metas para eliminar a discriminação” (DUARTE, 2019, p. 41); no mesmo período, o 8 de Março é instaurado como o Dia Internacional da Mulher por iniciativa da Organização das Nações Unidas (ONU). Entretanto, a autora aponta que enquanto mulheres de outros países estavam unidas pelas suas exigências, as brasileiras precisavam se desdobrar para se posicionar além pelo fim da discriminação sexual e pela igualdade de direitos, mas também contra a ditadura militar e a censura; pela redemocratização do país; pela anistia e por melhores condições de vida. Mas ainda assim, debates acerca da sexualidade e a tecnologia anticoncepcional começaram a incentivar uma certa desvinculação entre sexo e maternidade, sexo e amor, sexo e compromisso (DUARTE, 2019, p. 42).

No contexto da comunicação, também passa a surgir uma nova mobilização de periódicos feministas como o *Brasil Mulher* (1975), *Nós Mulheres* (1976) e o *Mulherio* (1981), que alcançou rápido prestígio entre as universitárias da época. Já no campo político, as mulheres começaram a ocupar espaço nos partidos e a disputar as eleições, mas ainda não na amplitude desejada. Duarte (2019) detalha que mesmo nas últimas décadas do século XX, a mídia jornalística registrava as “pioneiras” na política: a primeira prefeita de uma grande capital, a primeira governadora etc. Já na literatura, nomes como o de Nélida Piñon se destacam — a primeira mulher a tomar posse como presidente da Academia Brasileira de Letras —, junto dos escritos de Clarice Lispector, Lya Luft, Sônia Coutinho e Lygia Fagundes Telles. E no final da década de 1970 e aos longos dos anos de 1980, movimentos articulados entre feministas universitárias, professoras e alunas promovem a institucionalização dos estudos da mulher na academia, seguindo os passos da Europa e Estados Unidos. A partir daí, surgem congressos, seminários, núcleos de estudos, dentre outros, com o intuito de “agregar os interessados na temática, promover o desenvolvimento da pesquisa e do estudo, de temas relevantes para mulher e, principalmente, impulsionar a publicação de trabalhos e preencher a enorme carência bibliográfica” (DUARTE, 2019, p. 44).

Cabe o destaque às mobilizações do feminismo negro entre as décadas de 1980 e 1990, períodos no qual as mulheres negras passam a questionar, ainda mais, a ausência da temática racial no movimento feminista brasileiro visto o perfil privilegiado de mulheres brancas em meio as lideranças feministas. Damasco, Maio e Monteiro (2012) elencam a importância de

mobilizações como o 3º Encontro Feminista da América Latina e do Caribe, em 1985, para a mobilização do feminismo negro — no qual essas mulheres apresentaram suas demandas relacionadas, principalmente, a assuntos relativos à saúde, como a saúde reprodutiva e sexual das mulheres negras. O fortalecimento do movimento negro em meados dos anos de 1970 também favorece o surgimento deste espaço necessário entre as mulheres negras com o intuito de propor em prática medidas eficazes contra a discriminação de raça em todo o Brasil. (DAMASCO, MAIO, MONTEIRO; 2012). Sueli Carneiro (2019) utiliza-se da expressão **enegrecer o feminismo**, pois, “ao politizar as desigualdades de gênero, o feminismo transforma as mulheres em novos sujeitos políticos”. A autora também chama a atenção para as mobilizações entre os anos 80, no qual houve um fortalecimento da busca de uma agenda específica para mulheres negras em movimentos populares e em movimentos de mulheres.

A partir dos anos 90, Duarte traz o debate de um possível “pós-feminismo”, referindo-se aos tempos de globalização selvagem ao permitir que o feminismo “saia dos holofotes e se dilua em meio aos estudos culturais ou estudos gays” (DUARTE, 2019, p. 45). Com a inserção dessas demandas entre tais áreas de conhecimento, percebe-se uma ampliação dos debates feministas e a criação de novas áreas do feminismo, como o feminismo interseccional e a amplificação de ideais de autoras feministas como Leila Gonzalez (2019) e da americana bell hooks (2018) — uma das ativistas pelo movimento negro que intercala as reivindicações do movimento feminista com debates de gênero, de classe e de raça. Um dos pontos levantados pela teórica é a de que o meio acadêmico tem se tornado o principal cenário da disseminação do pensamento feminista, entretanto, “nunca teríamos um movimento feminista bem-sucedido se não conseguíssemos incentivar todo mundo a se aproximar do feminismo” (HOOKS, 2018, p. 10).

Há quem defenda inclusive, que estes seriam tempos “pós-feministas”, pois as reivindicações estariam — teoricamente — atendidas e ninguém ousa negar a presença das mulheres na construção social dos novos tempos. Se o prefixo “pós” estiver sendo empregado (e lido) como explicitando uma fase posterior ao feminismo — agora ultrapassado e fora de moda —, não é possível concordar com a expressão. [...] (DUARTE, 2019, p. 45)

Uma das formas destas aproximações acontecerem é pelo uso de dispositivos digitais, que conspiram a favor da popularização do que seriam os feminismos produzidos nas academias. Se antes os conteúdos ficavam limitados ao academicismo, atualmente vemos uma certa popularização de conteúdos contra as diversas violências patriarcais favorecidas pela inclusão e ampliação desses debates entre outras áreas do estudo citadas anteriormente por

Duarte (2019). A seguir, trazemos uma breve observação sobre a quarta onda, período definido pela disseminação de conteúdos e reivindicações de pautas feministas no ambiente online.

4.2.1. A quarta onda feminista e problematizações iniciais envolvendo as plataformas

Nota-se, anteriormente, que a história do movimento feminista pode também ser relatada através da nomenclatura de ondas. Heloisa Buarque de Hollanda (2019), por exemplo, trata as mobilizações entre os anos de 1990-2000 como o período tido da “terceira onda feminista”. Mesmo com os períodos e as características gerais variando entre diversos contextos sociais, políticos e históricos entre diversos países, a ideia da nomenclatura de ondas ao referir-se aos momentos do movimento ajuda no intuito da organização da realidade ao apontar tendências do movimento feminista, mas não deve ser limitadora (PEREZ; RICOLDI, 2019). Há, inclusive, críticas a essa classificação de ondas feministas, contornadas por autoras como Sueli Carneiro (2003), que apontam um feminismo ainda branco e ocidental como uma formulação clássica feminista; e por Zakaria (2021), que explicou à uma colega o fato de não utilizar mais a nomenclatura de “ondas” para se referir aos momentos históricos do feminismo: “[...] confessei que não uso mais as ‘três ou quatro ondas’ da análise feminista nos meus escritos e palestras sobre feminismo. A estrutura, falei para ela, representava uma forma de olhar para a história fundamentalmente pelas lentes das mulheres brancas do Ocidente” (p. 177).

De volta à referência de Hollanda (2019), a autora compreende que a terceira onda feminista brasileira traz a ampliação das pautas, mas um fator específico a torna fortificada na segunda década do século XXI: o estímulo das novas formas do ativismo jovem na internet e nas ruas (HOLLANDA, 2019, p. 19). As possibilidades de conexões diversas online e outras características citadas anteriormente por Castells (2013) também se relacionam com o atual movimento feminista, caracterizado pelo amplo uso das redes sociais na internet, denominado por diversas autoras como o quarto momento do feminismo no Brasil ou a **quarta onda feminista** (MARTINEZ, 2021). Se atualmente debates relacionados a violência contra a mulher, assédio sexual e machismo ocorrem entre mulheres de diversas faixas etárias, mas primordialmente entre as mais novas, fatores como a apropriação do uso das plataformas favoreceram um novo período de lutas e a expansão das reivindicações feministas no País.

Martinez (2019) analisa que nos últimos doze anos houve uma transformação em relação aos sujeitos dos debates feministas, indicando uma adesão cada vez mais precoce de

jovens interessadas nas pautas, o que vai ao encontro do fácil acesso e à familiarização deste público com as tecnologias. Essa nova mobilização do feminismo tem se valido de “uma dinâmica reticular formada pelas plataformas de comunicação digital — blogs, redes sociais e vídeos — para difundir e promover suas reivindicações” (MARTINEZ, 2019). A autora pontua que se antes o movimento dependia das organizações de mulheres em espaços presenciais, a adesão da cultura digital no início dos anos 90 possibilitou o surgimento de uma nova epistemologia feminista nomeada de **ciberfeminismo**, orientado “pela popularização das tecnologias digitais que renovaram o debate feminista, questionando as desigualdades de gênero através das relações das mulheres com a ciência, a tecnologia e a cultura eletrônica” (MARTINEZ, 2019).

Para a autora, o *Manifesto Ciborgue* de Donna Haraway (1995) é apontado como o propulsor para as discussões envolvendo tal consciência feminista por alguns motivos, como por permitir a reflexão de paradigmas como a quebra de binarismos nas narrativas de ficção científica, a hibridização entre organismo e máquina e a abolição/superação do gênero; mas também por questionar as relações desiguais entre as mulheres e a informática no mercado de trabalho. Assim sendo, a autora pontua que os meados dos anos 2000 se desdobram em debates acerca da relação entre mulheres e mídias sociais que seguem até os tempos atuais em constante crescimento.

Perez e Ricoldi (2019) estabelecem algumas características da quarta onda feminista no Brasil, dentre elas a presença dos meios de comunicação digitais e a organização em forma de coletivos. Observa-se que as diversas formas das tecnologias de comunicação e informação constituem um importante espaço de visibilidade e compreensão da constituição dessas organizações ao longo dos anos. Tais características, que serão explanadas com mais detalhes posteriormente neste capítulo, condizem com um período citado por Martinez (2019) entre os anos de 2001 a 2010, no qual houve um crescimento de 10% no contingente de brasileiras que se considera feminista (SORJ; GOMES, 2014), com mulheres jovens entre 15 e 34 anos como as que mais se declaram como tal. Anos depois, em 2014, a autora relembra que seria um momento condizente com ações como o crescimento do uso do Facebook em todo o Brasil (COMSCORE, 2017).

Assim, “a questão da autonomia sobre o próprio corpo emerge como pauta central na reflexão feminista cibernética, se articulando a marchas e protestos feministas, cuja visibilidade agora começa a fazer parte do cotidiano das usuárias” (MARTINEZ, 2019, p. 11). Um breve e importante exemplo dessas reivindicações influenciada pela presença dos meios

digitais é a primeira edição da Marcha das Vadias no Brasil, em 2012. A mobilização surgiu anteriormente no Canadá, em 2011, e se espalhou por diversas cidades brasileiras no ano seguinte. O movimento foi tido como uma reação à naturalização das violências contra as mulheres e foi a internet — principalmente o Facebook — que possibilitou uma forma “mais rápida e dinâmica do intercâmbio de ideias entre diferentes concepções de feminismos” (FERREIRA, 2013), consolidando-se como um “veículo de diálogo com amplos setores da sociedade sobre as diversas pautas dos feminismos contemporâneos” (FERREIRA, 2013). Observa-se a expansão de mais uma onda feminista, agora, agraciada com as ferramentas tecnológicas tidas como as redes sociais — neste trabalho, abordado como as plataformas. Conforme observa Martinez (2019), há desde 2015 o que a autora chama de um “movimento de eclosão do campo discursivo de ação feminista no Brasil”, que é definido quando:

[...] ele adquire um formato mais fractal, isto é, se reproduz sob escalas diferentes, mas invariantes, de forma contínua no espaço e nas subjetividades, perfazendo uma espécie de *Zeitgeist*⁴⁴. Nesse momento, a internet começa a ocupar um papel muito semelhante ao dos grupos de consciência nos Estados Unidos na década de 70, se consolidando como um espaço facilitador de trocas, onde as mulheres (mesmo as que não reivindicam para si uma identidade feminista) identificam, compartilham e nomeiam experiências comuns. (MARTINEZ, 2019, p. 11)

A popularização da informação nas redes sociais que impulsiona o novo feminismo, “dando voz a grupos que as fases anteriores não foram capazes de representar e levando informação a quem antes se encontrava às margens do conhecimento. O feminismo se apropria das redes sociais e do mundo virtual para levantar bandeiras já conhecidas das fases anteriores, caso do empoderamento feminino, do fim da cultura patriarcal, da violência de gênero e do fortalecimento da ideia de interseccionalidade” (CANTÚ; MAZZARINO, 2021).

Uma das mudanças citadas, por exemplo, é a alteração do termo genérico “assassinato de mulheres” para “femicídio”, quando há o assassinato contra a mulher por razões da condição de sexo feminino. No Brasil, em 2015 temos a sanção da Lei Federal 13.104/15, popularmente conhecida como a Lei do Femicídio⁴⁵. No mesmo ano de popularização do termo, em meados de 2015, diversas campanhas feministas popularizam e renovam o feminismo ao problematizarem as violências contra mulheres em suas diversas formas, como

44 O termo é definido como o conjunto geral de idéias, crenças, sentimentos típicos de um determinado período da história. CAMBRIDGE DICTIONARY. *Zeitgeist*. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/zeitgeist>. Acesso: 30 jan 2022.

45 A Lei 13.104/15 alterou o artigo 121 da Lei 2.848 de 7 de dezembro de 1940 do Código Penal Brasileiro, ao prever o femicídio como uma circunstância qualificadora do crime de homicídio. Em vigor desde 2015 no País, considera-se femicídio quando o crime envolve violência doméstica e familiar contra a mulher e/ou menosprezo ou discriminação à condição de mulher. Mais em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/113104.htm.

o assédio sexual, o estupro, a pedofilia, o racismo, a segurança pública dessas mulheres (MARTINEZ, 2019; 2021). Vale lembrar que em 2016, o 10º Anuário Brasileiro de Segurança Pública, que elenca registros ao longo do ano de 2015, trouxe dados como o número de estupros denunciados no Brasil: um total de 45.460 atos destes em todo o País por um ano — índice que representa quase 125 vítimas diariamente; e um crescimento de 11,6% da taxa de homicídio de mulheres entre 2004 e 2014 (FÓRUM BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA, 2016).

Campanhas on-line também condizem com a expansão proporcionada pelas ferramentas digitais e apropriadas pela quarta onda feminista no Brasil. Martinez (2019) relembra a expansão de campanhas cibernéticas como a hashtag #meuprimeiroassédio. À época, uma participante do programa Master Chef Júnior foi alvo de comentários inapropriados e de assédio nas redes sociais. Um momento na TV foi transformado em uma campanha nacional através de uma reação online mobilizada pela ONG Think Olga, no qual mulheres de todo o Brasil compartilharam suas próprias histórias de abuso nas redes sociais (GOOGLE TRENDS, 2015). Outras campanhas como a #meuamigosecreto, a Chega de Fiu Fiu e a Vamos Juntas⁴⁶ também surgem na internet brasileira em um contexto de tensionamentos no campo da política brasileira, como o segundo mandato da primeira mulher presidente do Brasil, a mineira Dilma Rousseff, seguido de um processo de impeachment em 2016; e uma ofensiva contra o aborto no Congresso Nacional, através de leis e estatutos que dificultaram o acesso a medida de saúde para mulheres (MARTINEZ, 2019).

Outros exemplos de campanhas citadas pela autora que condizem com o período analisado são as #MulheresContraCunha e #PílulaFicaCunhaSai, que levaram as brasileiras às ruas em 2015 contra o Projeto de Lei nº 5069/2013, que reforçava a criminalização do aborto e descaracterizava a Lei de Atendimento à Vítima de Violência Sexual⁴⁷. Condizente com o

46 A Chega de Fiu Fiu é uma campanha de combate ao assédio sexual em espaços públicos idealizada pela Think Olga em 2013. A mobilização ganhou força nas redes sociais e motivou um estudo online para conhecer a opinião de mulheres acerca das cantadas de rua. O projeto desencadeou em parcerias com a Defensoria Pública do Estado de São Paulo para a Cartilha sobre Assédio Sexual e o lançamento de um documentário em 2018 que mostra o cotidiano de assédio e discute de as cidades foram feitas para mulheres (THINK OLGA, 2022). Já o movimento Vamos Juntas surgiu com a jornalista Babi Souza, que percebeu a importância de mulheres andarem juntas diante de situações de risco durante uma experiência pessoal. A mobilização surgiu como uma espécie de convite à união de mulheres desconhecidas em meio a insegurança das grandes cidades. A página "Vamos Juntas?" no Facebook chegou, à época, a acumular mais de 90 mil curtidas em duas semanas (SOUZA, 2015).

47 O projeto tipifica como crime contra a vida o anúncio de meio abortivo e prevê penas específicas para quem induz a gestante à prática de aborto. Por exemplo, em caso de estupro, para que um médico realizasse o procedimento, o PL exigia que a vítima trouxesse um exame de corpo de delito e uma comunicação à autoridade policial (CALGARO, 2015). Em agosto de 2020, uma portaria do Ministério da Saúde, sob comando do então ministro Eduardo Pazuello, estabelecia como "obrigatória a notificação à autoridade

ano de 2015, Martinez (2019) explica que o período de “um certo entusiasmo” acerca dos debates e mobilizações feministas recebeu o nome de “Primavera Feminista”, referência às mobilizações da Primavera Árabe que foi caracterizada pelo “uso maciço das mídias e redes digitais como instrumentos de conscientização e mobilização”. Ainda, o ano de 2015 foi proclamado como “o ano do Feminismo”, visto o alcance e o papel da internet diante dessas reivindicações (MARTINEZ, 2019, p. 14).

A organização em formas de coletivos também é outra característica fundamental da quarta onda feminista. Mediadas pelas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), as novas possibilidades de interação proporcionadas por tais ferramentas também trazem adaptações para as mobilizações sociais. A repercussão proporcionada por campanhas anteriores envolvendo as hashtags e ONGs, por exemplo, desenvolvem uma sensação de pertencimento das seguidoras que divulgaram o conteúdo e incentivam suas participações de formas mais ativas no movimento através do compartilhamento de suas vivências individuais, fortalecendo, assim, o discurso pelas causas mobilizadas anteriormente. Desse modo, “[...] no feminismo contemporâneo, as usuárias saem da posição de meras consumidoras e se tornam agentes ativos na produção de conteúdo” (CANTÚ; MAZZARINO, 2021). Vieira (2012) relaciona a produção destes conteúdos com o processo comunicacional proporcionado nestes ambientes virtuais onde acontecem as divulgações dos conteúdos feministas ou produzidos por mulheres no formato online. Para a autora:

Essas redes sociais são essenciais para uma estratégia feminista de intervenção comunicacional a distância, pois elas se tornaram o ancoradouro de produção e difusão independentes, consolidando uma cultura de participação que expressa, de forma inovadora, valores e atitudes primordiais à evolução da cidadania plena. (VIEIRA, 2012, p. 68)

Percebe-se que a comunicação se fez um pilar fundamental para as reivindicações do movimento feminista no Brasil e que, atualmente, favorecido pelo espaço digital, há um certo incentivo à quebra de paradigmas patriarcais e machistas e sua substituição pelo fortalecimento das relações entre mulheres e suas vivências. Vide as associações anteriores entre o feminismo e comunicação nos momentos anteriormente citados do feminismo no

policial pelo médico, demais profissionais de saúde ou responsáveis pelo estabelecimento de saúde que acolheram a paciente sobre os indícios ou confirmação do crime de estupro”. Um mês após o documento, a portaria foi editada na véspera do Supremo Tribunal Federal (STF) analisar o texto com a medida anterior, retirando a palavra "obrigatoriedade" do texto e, agora, orientando que os profissionais da saúde "deverão" denunciar o caso à polícia, independentemente da vontade da vítima. Mesmo com anos de diferenças entre os projetos, suas semelhanças são perceptíveis.

Brasil, opta-se, nesta passagem do trabalho, de trazer alguns posicionamentos correlacionados entre o feminismo e a comunicação pensando na possibilidade do digital visto a temática do trabalho em relação a importância da expansão destes debates no ambiente online. Em uma análise geral da comunicação e do feminismo dentro do recorte ciberfeminista, Farias (2015) elenca quatro categorias de análise dentro da multidisciplinaridade:

- **Ações individuais:** blogueiras feministas que desenvolvem ações ou discussões feministas acerca de temáticas de seus interesses; exemplo: Escreva Lola Escreva, blog da professora da Universidade Federal do Ceará (UFC) Lola Aronovich, que trata de temáticas diversas ligadas ao feminismo e temas como racismo e homofobia.
- **Disseminação e comunicação:** grupos, organizações e movimentos feministas que disseminam conteúdos através de sites, blogs ou postagens nas redes sociais às pessoas interessadas em saberes feministas, além de noticiar ações relacionadas a tais temáticas; exemplo: Site Geledés, criado em 2009 com o intuito de promover debates acerca de temas relacionados a discriminação e a violência contra a mulher.
- **Articulação e mobilização:** aquelas que se organizam para mobilizações que acontecem tanto em ambientes digitais quanto no espaço urbano, através de redes sociais, sites, blogs ou grupos de webmail; exemplo: Rede Feminista de Saúde, espaço de postagem criado em 2010 com notícias acerca das temáticas de saúde, direitos sexuais e reprodutivos das mulheres no Brasil.
- **Formação:** ações e atividades voltadas para a realização de cursos cujo objetivo é fomentar a participação e relação das mulheres com as TICs; exemplo: Mulheres na Tecnologia, uma organização sem fins lucrativos que visa aumentar a participação de mulheres neste campo.
- **Outras:** ações ciberfeministas esporádicas através de campanhas e divulgações de eventos; exemplo: criação temporária de eventos no Facebook ou convites para conferências.

De forma mais detalhada, é possível observar os diálogos construídos por Ana Carolina Escosteguy (2020), que traçam vinculações entre os estudos de comunicação e questões de gênero no Brasil, condizentes com os períodos feministas citados anteriormente neste capítulo. Este trabalho é apenas uma das várias trilhas possíveis quando se fala sobre feminismo em um País que vem sendo cenário nos últimos tempos de alguns retrocessos em políticas públicas relacionadas aos direitos humanos como um todo.

Apesar do impacto online da quarta onda feminista, há dificuldades inseparáveis ao uso das plataformas de mídias sociais digitais para a perpetuação desse conteúdo. Dentre eles, estão os números de acesso à internet no Brasil: entre os anos de 2020 e 2021, a pesquisa "TIC Domicílios 2020"⁴⁸ traz o número de 152 milhões de pessoas com acesso à internet em todo o País. Mesmo com destaques como o crescimento no uso da internet por mulheres (85%), são as classes mais altas, com mais escolaridade e mais jovens que representam a maior parcela dos usuários online. O preço da conexão é um dos principais empecilhos para a expansão do uso.

Outro fator problemático envolvendo o uso de tais ferramentas digitais são as limitações dos algoritmos e o possível incentivo aos discursos de ódio e a discriminação algorítmica. Um dos escândalos mais fortes do século XXI envolvendo uma das cinco *big tech* é o caso Facebook Papers, uma série de documentos vazados pela ex-funcionária e engenheira Frances Haugen, que demonstram que as plataformas da Meta estão confusas com seus próprios algoritmos. A empresa sofre acusações de Haugen de favorecer "o lucro acima da segurança" da empresa. Dentre as revelações divulgadas massivamente na imprensa, estão as viralizações de postagens polêmicas, como envoltas no discurso de ódio, na plataforma, com muito mais facilidade do que outros tipos de publicações anteriormente⁴⁹. Outra problematização envolve os algoritmos não só da empresa-mãe do Facebook, mas também envolvendo o Google, foram as acusações de que as grandes *big techs* mostravam anúncios sobre um procedimento não comprovado cientificamente e considerado perigoso pela comunidade médica americana que prometia "reverter" os efeitos de uma pílula tomada para abortar. Segundo documento revelado à época, desde janeiro de 2020, o Facebook exibiu o conteúdo para mais de 18,4 milhões de pessoas⁵⁰.

Voltando brevemente aos debates das plataformas citados no capítulo anterior, os algoritmos favorecem a datatificação e a troca de dados entre o usuário e a plataforma para, assim, fornecer serviços mais especializados. Desse modo, "[...] ao interpretar um conjunto de dados para gerar novos dados, os algoritmos agem instituindo novas lógicas de seleção,

48 UOL. **Brasil chega a 152 mi de usuários de internet; idosos estão mais conectados**. 2021. Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2021/08/18/tic-domicilios-2020-idosos-usaram-mais-internet-uso-de-smart-tv-cresceu.htm>. Acesso: 09 jan. 2022.

49 HAGEY, Keach; HORWITZ, Jeff. **Facebook Tried to Make Its Platform a Healthier Place. It Got Angrier Instead**. 2021. Disponível em: https://www.wsj.com/articles/facebook-algorithm-change-zuckerberg-11631654215?mod=article_inline. Acesso em: 07 jan. 2022.

50 HERN, Alex. **Facebook and Google condemned over ads for 'abortion pill reversal'**. 2021. Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2021/sep/15/facebook-and-google-condemned-over-ads-for-abortion-pill-reversal>. Acesso em: 08 jan. 2022.

hierarquização, recomendação e de controle dos fluxos informacionais” (D’ANDRÉA, 2020). Mas sem a ciência de como tais algoritmos funcionam de acordo com os usuários, acusações de discriminação racial na plataforma, por exemplo, podem transformar um espaço de acolhimento em um espaço percussor de preconceitos ou de discriminações.

Tarcízio Silva (2020) traz desdobramentos acerca do que chama de "microagressões digitais" para o estudo do racismo algorítmico. Uma das enumerações do autor é um mapeamento e a criação de uma linha do tempo⁵¹ com casos de racismo algorítmico por plataformas da empresa Meta.

O racismo algorítmico nessas plataformas, por exemplo, já é debatido na academia por autoras como Larisse Louise Pontes Gomes (2020), que apresenta um relato em grupos de transição capilar entre mulheres no Facebook enquanto um espaço para apoio mútuo e expansão da autoestima de mulheres negras.

Após encontrar os grupos virtuais sobre cabelos, me deparei com uma enxurrada de postagens com muitas informações sobre os processos para abandono de químicas. Comentários como: “Consegui passar pela T.C”, “Não desistam da T.C”, “O B.C é a parte mais difícil” eram muito comuns. Entendi que a T.C era a sigla para Transição Capilar “...um processo assim denominado por pessoas que decidem parar de fazer determinados procedimentos químicos, tais como: relaxamentos, alisamentos e/ou escovas “inteligentes” com o objetivo de modificar o formato do fio de seu cabelo.” (GOMES, 2020, p. 96)

A substituição de palavras por siglas e afins são algumas das características encontradas por mulheres nas comunidades online — principalmente nas plataformas gerenciadas pela Meta, como o Instagram e o Facebook — para discutir assuntos com o intuito de contornar possíveis consequências para o grupo, como a suspensão temporária de postagens ou de perfis. Outro exemplo do uso das plataformas para reivindicações que vão de encontro às normas estabelecidas pelos algoritmos e/ou outros tipos de Inteligência Artificial (IA) é o movimento #FreeTheNipple que, desde 2012, mobiliza discussões pela livre exibição dos seios e mamilos femininos em ambientes públicos. D’Andrea (2020) cita que as “plataformas costumam ser tensionadas por perfis — no Instagram, sobretudo — que desafiam os processos de moderação de conteúdo ao publicarem imagens que se assemelham aos mamilos femininos”.

Na comunidade do RaC no Facebook, objeto deste trabalho, também há a utilização de tais medidas para escapar de possíveis consequências dentro da plataforma; a título de

51 SILVA, Tarcízio. Linha do Tempo do Racismo Algorítmico. Blog do Tarcízio Silva, 2019. Disponível em: <<http://https://tarciziosilva.com.br/blog/posts/racismo-algoritmico-linha-do-tempo>>. Acesso em: 08 jan 2022.

exemplo, em duas das entrevistas realizadas para este trabalho, tanto a ADM GERAL do “Recuse a Clicar (Somente Mulheres)” no Facebook quanto uma das integrantes da comunidade relata algumas situações envolvendo a plataforma e suas possíveis consequências para a comunidade em caso de infrações que vão de encontro ao uso tradicional da mídia social digital. O capítulo cinco deste trabalho abordará, com detalhes, a rotina de produções de conteúdos e interações no grupo, além de discussões acerca do uso do grupo por mulheres no Facebook e suas mudanças consolidadas pela plataforma-mãe Meta — e como essas alterações influenciaram positivamente ou negativamente o uso da plataforma por este público.

[...] Essa questão de falar de homem de um jeito criptografado nem é por nós, é porque o Facebook exclui o comentário, bloqueia a pessoa, e a gente tem medo de afetar o grupo. Então, é para a galera não afetar o grupo. Se a pessoa for bloqueada, paciência, mas é para não deixar o grupo cair. (informação verbal)⁵²

Aconteceu em um grupo, faz uns dois ou três meses. Eu estava em um grupo em que as pessoas postam meme e conversam, e eu comentei numa publicação. Um moço me achou legal e pediu para me adicionar; eu não vi nenhum problema nisso, porque o moço parecia legal. Quando ele me adicionou, ele entrou no meu chat já com um nude dele e eu achei a coisa mais terrível do mundo. Eu não estava preparada, sou uma pessoa casada e nunca fui a favor de mandar nude, porque acho que expor assim a sua intimidade é uma coisa desnecessária. Eu falei com os administradores do grupo, mas não denunciei ao Facebook, porque sei que o Facebook é muito rígido com esse negócio de denúncia e poderia levar ao caimento do grupo e eu não quis isso, porque é um grupo do qual eu gosto. Então, eu denunciei aos administradores e eles mesmo baniram o moço. (informação verbal)⁵³

Afinal, se há limitações durante a produção dos conteúdos publicados nas plataformas e o uso de táticas como o contato direto com as administradoras de uma comunidade ao invés do contato com a própria plataforma para resolver esses problemas, é porque supostamente não há um conhecimento de como os algoritmos veem esse tipo de atividades em suas plataformas. Desse modo, torna-se mais fácil tentar escapar dessas medidas impostas do que tentar compreender como esse conteúdo ou atividade é observada no Facebook, por exemplo.

Mas mesmo sob limitações citadas anteriormente, os conteúdos produzidos e mobilizações feitas, primordialmente, por mulheres continuam a predominar no ambiente digital; influenciadas por vertentes como o feminismo decolonial, o feminismo negro, o feminismo *queer* e outros conteúdos, chega-se ao momento do pós-humanismo (HOLLANDA, 2019). Reforça-se novamente que este capítulo demonstra apenas uma parcela

52 Entrevista concedida por ADM GERAL [nov. 2021]. [Entrevista concedida a] Marília Freitas. Fortaleza, 2021, 1 arquivo .mp4 (35 min).

53 Entrevista concedida por MEMBRO 02 [nov. 2021]. [Entrevista concedida a] Marília Freitas. Fortaleza, 2021, 1 arquivo .mp4 (36 min. 52 segs.).

do todo o assunto que é a trajetória do movimento feminista no Brasil. Tentamos realizar uma recapitulação minimamente compreensível e responsável que seja capaz de trazer uma compreensão acerca dos debates e da trajetória passada, presente e futura de uma mobilização realizada por mulheres que não pretende ser encerrada tão cedo — mesmo sob várias adversidades humanas ou algorítmicas.

5. ANÁLISE DOS DADOS

Neste capítulo, é realizada uma análise dos dados coletados entre os meses de setembro a novembro de 2021 no grupo do Facebook “Recuse a Clicar (Somente Mulheres)”. O intuito desta análise é atender aos objetivos deste projeto: compreender como as integrantes da comunidade se utilizam das ferramentas do Facebook Grupos para gerar capital social; compreender se a utilização e as interações geradas neste grupo resultam em uma sororidade e apoio mútuo; e se, mesmo diante das regras do Facebook e das moderadoras, as usuárias se sentem confortáveis para produzir conteúdo dentro da comunidade e compartilhar experiências no RaC. Este momento do trabalho contextualiza um pouco da história do grupo só com mulheres no Facebook e traz alguns detalhes do processo de envolvimento da ADM GERAL — uma das fontes entrevistadas neste trabalho, ela é responsável pelo gerenciamento do “Recuse a Clicar” em plataformas como o Facebook, Instagram e Twitter, além de uma das encarregadas para a administração da comunidade só com mulheres no Facebook. Ainda, o projeto também trabalha as perspectivas de três integrantes com o RaC, além das compreensões de algumas participantes da comunidade com o grupo, respondidas através de questionário via Google Forms.

As análises deste trabalho foram feitas durante os meses de setembro a novembro de 2021, sob critérios estabelecidos e outras condições previamente acordadas entre a equipe do RaC e a pesquisadora. Ao adentrar no universo deste grupo no Facebook, observou-se uma diversidade de mulheres conversando sobre assuntos que atravessam uma vivência patriarcal ainda inserida em nossa sociedade brasileira; observou-se que a comunidade utiliza ferramentas do produto Grupos para promover o espaço virtual como um ambiente seguro para conversar sobre assuntos como relacionamentos abusivos e as problemáticas do consumo excessivo de material pornográfico

5.1. Grupos do Facebook: o exemplo do “Recuse a Clicar (Somente Mulheres)”

Os grupos do Facebook oferecem um lugar para se conectar com pessoas que têm interesses comuns. Valente (2019) observa que o produto traz uma arquitetura mais semelhante à de um fórum, mas a diferença é que há mecanismos de controle relevantes para os administradores. Pretende-se, ao longo deste capítulo, exemplificar algumas das principais ferramentas dos grupos no Facebook com a comunidade do “Recuse a Clicar (Somente Mulheres)”. O grupo foi criado em 9 de dezembro de 2017, sob o nome "Anti Pornografia -

Somente Mulheres". O espaço teve seu nome alterado para o atual no dia 1º de junho de 2019. Os assuntos debatidos na comunidade já podem facilmente ser percebidos através da descrição na própria capa do grupo: "Recuse a Clicar - Prevenção e combate aos danos devastadores da pornografia, prostituição, do tráfico sexual e escravidão sexual" (RECUSE A CLICAR, 2022).

Durante a coleta de dados deste trabalho, o RaC se apresentou como Privado. Ou seja, apenas membros do grupo podem ver e interagir com os conteúdos publicados, compartilhados e comentados na comunidade; podem verificar a lista de membros do grupo; e podem ver quem são os moderadores e administradores da comunidade. Entretanto, a comunidade está visível para busca, onde qualquer pessoa pode encontrá-lo na ferramenta de pesquisas do Facebook. Assim configuram-se os grupos na plataforma Facebook:

Tabela 3 – Configurações dos grupos no Facebook

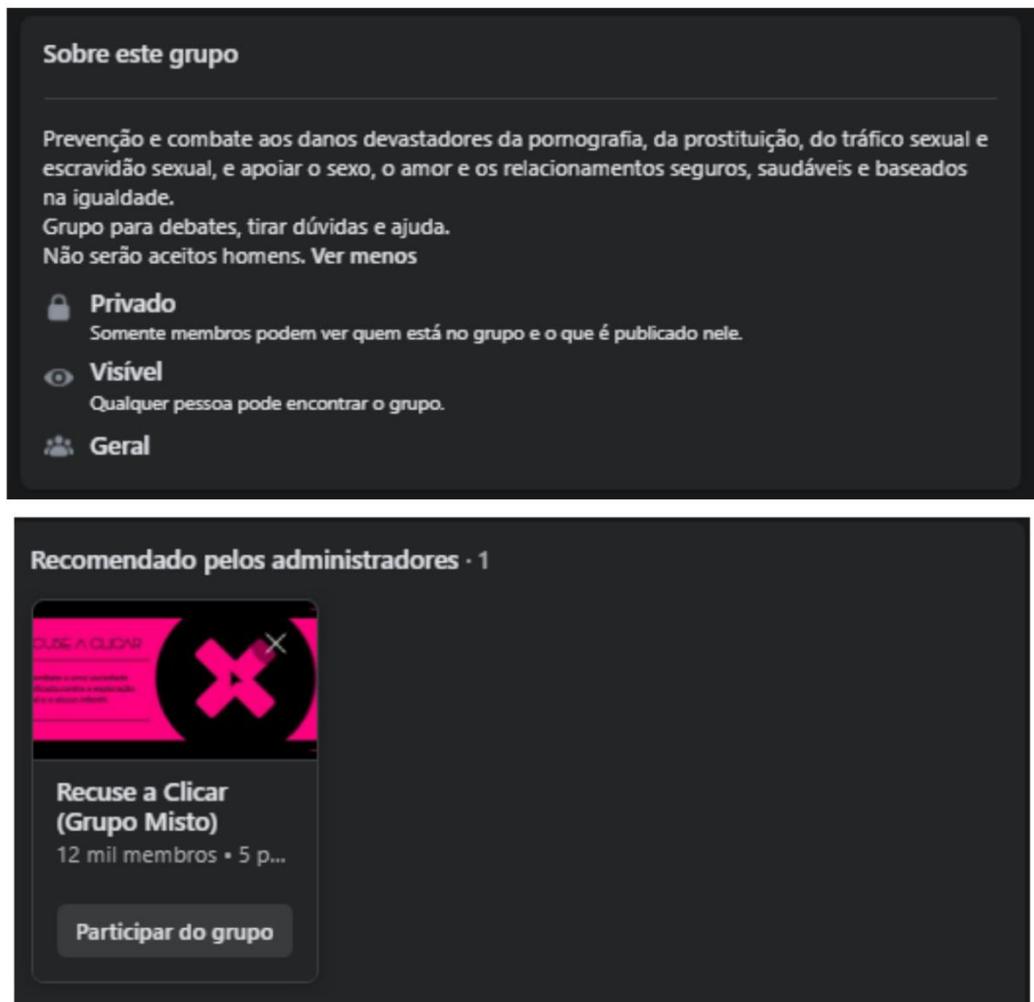
	PÚBLICO	PRIVADO
Quem pode ver o que os membros publicam, comentam e compartilham no grupo?	Qualquer pessoa, dentro ou fora do Facebook	Membros atuais
Quem pode ver a lista de membros do grupo?	Pessoas no Facebook	Membros atuais
Quem pode ver quem são os administradores e moderadores?	Pessoas no Facebook	Pessoas no Facebook

Fonte: Elaboração nossa com informações do Facebook.

Durante o período de análise, foram contabilizadas cerca de 7,4 a 9 mil participantes na comunidade (onde todas, teoricamente segundo o grupo, devem ser mulheres). Há cinco perfis de administradoras no grupo e outras três moderadoras — diferenças entre os cargos serão exemplificadas posteriormente. Uma das administradoras é a própria página do Facebook, a Recuse a Clicar, da qual surgiu o grupo e onde há a indicação de um grupo com a mesma temática, nomeado como recomendado pelos administradores — o "Recuse a Clicar (Grupo Misto)", com mais de 10 mil membros e também Privado. No caso do grupo só com mulheres, a ADM GERAL justifica, em entrevista para esta pesquisa, que a escolha da configuração de privacidade para Privado e visível do grupo feminino deve-se à abordagem

dos conteúdos ali compartilhados. Desde sua entrada na equipe da Recuse, há cerca de dois anos, o grupo manteve essa configuração: “É privado para dar privacidade para as pessoas, principalmente no grupo feminino, onde acaba tendo muita gente falando coisas muito pessoais. A gente não bota ele secreto para que outras possam achar, se caso ficarem sabendo da página, ficarem sabendo do grupo... É possível que mais pessoas achem e queiram participar”⁵⁴. Percebe-se que são assuntos delicados que tratam diretamente das vivências daquelas mulheres ali presentes na comunidade. Tais configurações, por exemplo, podem favorecer o intuito do grupo só com mulheres em transformá-lo como um espaço seguro para debates acerca da antipornografia ou de outros assuntos relacionados às usuárias.

Figura 07 – Seções iniciais do RaC



Fonte: Reprodução

54 Entrevista concedida por ADM GERAL [nov. 2021]. [Entrevista concedida a] Marília Freitas. Fortaleza, 2021, 1 arquivo .mp4 35 min).

Os espaços do grupo do Facebook contam com algumas ferramentas para incentivar tanto a produção de debates na comunidade como a procura por assuntos: uma lupa ajuda na busca de conteúdos postados pelas integrantes; uma barra de ferramenta que apresenta as opções Compartilhar, Gerenciar notificações, Fixar grupo, Deixar de seguir grupo, Denunciar grupo e Sair do grupo. Uma das principais formas de separar os conteúdos são através das seções. No caso do RaC, são nove delas:

- **Sobre:** contém características da descrição do grupo, seu modo (Privado ou Público), histórico, grupos recomendados pelos administradores e quantidade de membros;
- **Discussão:** traz as publicações das usuárias;
- **Avisos:** traz postagens fixas organizadas pelas administradoras e moderadoras com o intuito de promover as normas da comunidade para as usuárias. O uso desta ferramenta será abordado posteriormente neste capítulo com detalhes;
- **Salas:** criadas apenas por perfis de administradores, são tidas como uma maneira de bater papo em vídeo com o grupo. No RaC, não houve a utilização desta ferramenta;
- **Tópicos:** os termos são precedidos de uma hashtag (#) e servem como uma tentativa de organização dos principais assuntos abordados no grupo. No RaC, foram elencados um total de 32 tópicos, dentre eles, o #abusoemocional, #off e #naoeraamor. O uso desta ferramenta será abordado posteriormente neste capítulo com detalhes;
- **Membros:** tem o intuito de organizar os integrantes de uma comunidade. No RaC, há a divisão de quem são os novos membros, quem são os administradores e moderadores da comunidade, amigos em comum do perfil que participam da comunidade, membros com interações ou amigos em comum, membros próximos da localização (no mesmo Estado ou Capital), páginas participantes do grupo e uma lista com novos do grupo — sendo essa uma lista com pessoas que participam do grupo e pessoas que estão vendo uma prévia do grupo.
- **Eventos:** reúne os eventos organizados pela comunidade. O último realizado pelo RaC foi no dia 8 de fevereiro de 2020, sob o nome de 24º Board Game Girls - um evento de jogos de tabuleiro apenas para mulheres, realizado na ECDD - Escola de Comunicação e Design Digital, no Rio de Janeiro.
- **Mídia:** reúne as fotos publicadas pelas integrantes para debates no grupo. O conteúdo é publicado junto com as publicações da seção “Discussão”. No RaC, as mídias são

bem variadas: desde denúncias de comentários, publicações no Facebook ou em outra plataforma, algumas fotografias de “alerta gatilho”, dentre outras;

- **Arquivos:** traz uploads de arquivos realizados pelas integrantes. No RaC, há apenas um documento publicado em abril de 2020, um livro que trabalha um processo de afastamento da dependência masculina, exemplificando alguns casos e dando dicas e explicações de como se libertar dessa necessidade por alguém.

As organizações técnicas e outras funcionalidades dos grupos no Facebook configuram iniciativas de produções de conteúdos entre os usuários ali presentes, conforme justifica Valente (2019). Para o autor, os grupos são "basicamente organizados em torno do feed de discussões dos seus membros", o que traz uma "iniciativa de criação que configura uma incidência relevante nas interações no interior destes espaços". Essa possibilidade é exemplificada pelo autor com o cargo de administrador, posteriormente exemplificado e explicado neste capítulo.

Recorda-se que tais oportunidades de interação oferecidas pela plataforma permanecem em meio a alterações no produto: após turbulências anteriores com dados de seus usuários e outras polêmicas anteriormente citadas envolvendo o Facebook, mudanças na organização do Feed de Notícias e nos alcances de grupos que propagam violência marcam drásticas alterações nas formas de como a plataforma observa tais comunidades e possíveis violações aos termos de uso. Cabe destaque ao período de mudanças incrementadas após a invasão ao Capitólio⁵⁵ no início de janeiro de 2021, no qual o Facebook impôs várias restrições nos Estados Unidos tanto para os Grupos como para Páginas, Eventos e perfis de usuários que violem as políticas da plataforma. Outra mudança forte nos grupos foi o incremento de medidas⁵⁶ contra as desinformações envolvendo a Covid-19, o que causou restrições no alcance das publicações. Quando há repetidas violações aos Padrões da

⁵⁵ No dia 6 de janeiro, milhares de simpatizantes de Donald Trump, ex-presidente dos Estados Unidos, invadiram o Capitólio, prédio que abriga o Congresso dos Estados Unidos, com o intuito de impedir a certificação da vitória de Joe Biden nas eleições presidenciais de 2020. Segundo informações do jornal The New York Times, funcionários do Facebook alertaram a empresa sobre os riscos de invasão ao Capitólio no mesmo dia, momentos antes do ataque: o Facebook foi invadido por mais de 650 mil posts que atacavam o resultado das eleições presidenciais (NEXO, 2021). De acordo com análise da ProPublica e do jornal The Washington Post, o Facebook teve papel fundamental na criação do motim que culminou na invasão. Mesmo com a suspensão de Donald Trump do Facebook - medida realizada por outras plataformas como o Twitter -, o relatório conclui que o Facebook teve um "papel fundamental" ao permitir a disseminação desses conteúdos, comuns em grupos pró-Trump no Facebook (OLHAR DIGITAL, 2022).

⁵⁶ Em artigo derivado desta pesquisa, são listadas algumas das principais alterações promovidas pela plataforma no ano de 2021 no produto Grupos (FREITAS; RODRIGUES, 2021).

Comunidade, a medida exige que administradores e moderadores aprove temporariamente as publicações quando o grupo tiver um número expressivo de membros que violam políticas da plataforma ou fizeram parte de outros Grupos removidos por quebrar outras regras.

5.2. RaC: produção de capital social e compreensões das ferramentas - uma análise através das publicações e outras fontes de evidência

Após apresentações de características gerais dos grupos no Facebook, esta seção do trabalho traz a análise do uso das ferramentas disponibilizadas na plataforma e que favorecem a produção de capital social e de outras ações — ou não —, como o reforço da identidade destas mulheres e a possível produção de sororidade e segurança no espaço digital. A compilação das postagens foi previamente autorizada pela ADM GERAL da comunidade "Recuse a Clicar (Somente Mulheres)", sob condições de segurança estabelecidas entre a pesquisadora e a administradora. Concordou-se que a coleta **não** registraria as identidades dessas integrantes e ocultaria possíveis trechos de relatos das integrantes que poderiam identificá-las devido às suas especificidades durante a descrição; por ser um espaço que transmite uma sensação de segurança — a título de exemplo, a escolha do formato Privado para a comunidade —, o compartilhamento de experiências pessoais das mulheres ali presentes incluem tópicos que abordam violências e outros tipos de gatilhos. Tais medidas de amparo, determinadas pelas administradoras e moderadoras, visam a continuidade dos debates, além de garantir a permanência das usuárias no espaço de discussão.

Durante os meses de setembro a novembro de 2021, foram registradas um total de 64 postagens do grupo "Recuse a Clicar (Somente Mulheres)" no Facebook. A coleta teve início no dia 14 de setembro de 2021 e seguiu até o dia 14 de novembro de 2021. No período analisado, setembro foi o mês com a maior média de postagens por dia, com duas publicações; outubro e novembro, entretanto, tiveram menos de uma postagem por dia na comunidade.

A percepção de intervalos de dias entre as publicações no grupo é explicada pelo uso de uma ferramenta de pré-autorização de postagens no Facebook por parte da administração do grupo. Para publicar no RaC, é necessário que uma das administradoras ou moderadoras leia a postagem da usuária e a aceite ou não. Em questionário respondido pela equipe, a ferramenta de "Aprovação ou recusa de publicações" foi considerada de alta prioridade para o gerenciamento da comunidade no Facebook e uma das mais utilizadas da plataforma. Essas e outras ferramentas e seu uso na comunidade do RaC serão detalhadas nos tópicos seguintes. Conforme informado inicialmente no capítulo de metodologia deste trabalho, a observação

diária das postagens na comunidade permitiu a análise inicial de um total de **sete** categorias de postagens no grupo do Facebook. Todas as 64 postagens analisadas pertencem a pelo menos uma das categorias. A análise identificou relações com as categorias de capital social que subsidiam esta pesquisa (RECUERO, 2020; BERTOLINI & BRAVO, 2001). As categorias de publicações serão exemplificadas com a utilização daquelas ferramentas do Facebook disponíveis nos grupos.

Tabela 4 – Categorias finais encontradas no RaC

Número da categoria	Categoria
01	Opiniões por parte das integrantes sobre um conteúdo externo ao grupo mas na própria plataforma Facebook ou em outra da empresa (WhatsApp, Instagram)
02	Compartilhamento de materiais externos com objetivo de gerar conhecimento
03	Pedidos de ajuda e/ou conteúdos para discussões fora da comunidade na internet
04	Compartilhamento de notícias
05	Relatos: anônimos, de superação ou de agradecimento
06	Desabafos
07	Avisos

Fonte: Elaboração nossa.

Cada mês dos registros teve um pico na produção de conteúdo de uma única categoria: no mês de setembro, um total de 13 das publicações analisadas foram da categoria Pedidos de Ajuda; no mês de outubro, um total de 9 publicações entraram na categoria de Desabafo; e em novembro, as categorias de Compartilhamento de materiais externos com objetivo de gerar conhecimento e Pedidos de Ajuda empataram com duas publicações cada. Durante todo o período analisado, percebeu-se uma produção maior de conteúdo das categorias relacionadas a Pedidos de Ajuda na comunidade (21), de Desabafos sem o intuito principal de ajuda (14) e o Compartilhamento de materiais externos da plataforma Facebook (10). Observou-se que as categorias encontradas compreendem a formulação do capital social que depende dos grupos do Facebook e, conseqüentemente, das ferramentas de interação ali disponíveis.

Tabela 5 – Frequências dos conteúdos encontrados no RaC

Categorias	Número de postagens
01	8
02	10
03	21
04	5
05	3
06	14
07	3
Total	64

Fonte: Elaboração nossa.

Em todas as categorias percebidas ao longo da análise, três ações foram consideradas primordiais e mais utilizadas entre as usuárias do RaC: a publicação de postagens; as respostas às publicações; e reações às publicações ou comentários (Curtir, Amei, Haha...). Em resposta ao questionário aplicado para esta pesquisa, as usuárias confirmam o uso dessas ferramentas, principalmente das reações e das respostas às publicações; já nas entrevistas, demonstra-se inicialmente um consenso sobre o uso dessas ferramentas para gerar interações nos conteúdos publicados na comunidade do RaC, conforme afirma uma das entrevistadas: “As meninas postam muito sobre namorados, maridos, o que elas pegaram. Se eu me identificar muito com a situação, eu sempre interajo, leio — posso nem sempre comentar, mas sempre leio”⁵⁷.

Ainda, percebe-se que a entrada dessas mulheres no grupo do Facebook também é motivada pelos debates proporcionados pela equipe do “Recuse a Clicar” através da página do Facebook ou outras plataformas, como o Instagram e Medium.

Eu entrei para poder debater questões que muitas vezes eu ia no Instagram comentar, e lá às vezes vinha uma pessoa idiota e comentava alguma coisa sem noção no meu comentário, então parei de me expressar no Instagram e pensei “já que o grupo é só com mulheres, talvez eu possa me expressar melhor”, então resolvi entrar para poder dar minhas opiniões, comentar, colocar os meus relatos (informação verbal)⁵⁸.

57 Entrevista concedida por MEMBRO 01 [nov. 2021]. [Entrevista concedida a] Marília Freitas. Fortaleza, 2021, 1 arquivo .mp4 (19min. 37 segs.).

58 Entrevista concedida por MEMBRO 01 [nov. 2021]. [Entrevista concedida a] Marília Freitas. Fortaleza, 2021, 1 arquivo .mp4 (19min. 37 segs.).

O reforço da comunidade só com mulheres como um espaço seguro para compartilhamento de experiências está, por exemplo, diretamente ligado às categorias do capital social de Confiança do ambiente social, tida pela possível construção de uma confiança mútua entre as usuárias ali presentes; Normativo, por existirem normas de comportamento e valores a serem seguidos pelas integrantes; e Institucional, exemplificada pelo estabelecimento de cargos de poder para usuárias, como a administração e a moderação para manter um possível controle dos conteúdos e debates gerados. Valores do capital social, como a reputação e a visibilidade, também são visíveis no RaC com o uso de diversas ferramentas que, posteriormente, serão exemplificadas neste capítulo através das categorias encontradas nas publicações.

Entretanto, mesmo com o uso de ferramentas que proporcionam um reforço do ambiente do RaC como um espaço seguro e importante para compartilhar experiências diversas entre mulheres — o que pode trazer uma repercussão da sororidade no grupo —, a comunidade e as interações do espaço nem sempre resultam em consenso entre as usuárias. Em entrevistas concedidas para este trabalho, tanto a administração quanto às usuárias relata situações de atrito entre as mulheres, o que também foi percebido durante a análise destes dados. Por exemplo, na categoria de Desabafo, trazemos o caso de uma das integrantes que se apropriou do espaço da comunidade com o intuito de receber ajuda; mas como não se sentiu confortável com os comentários das usuárias, utilizou-se de ferramentas como a de encerrar a publicação de novos comentários por parte das integrantes. Em detalhes,

Geralmente os posts aparecem para mim [no feed] como no Instagram; mas acaba que eu interajo pouco [no grupo do Facebook], mas dou reações; porque a última vez que eu tentei me expor lá, [...], muitas mulheres têm o pensamento antigo e dizem “ah seu marido era viciado antes e não é agora que ele vai mudar”, me julgaram, me desanimaram e me marcaram com as palavras. Desde então, eu parei de me expor lá no grupo, parei de comentar, então eu só curto as publicações que aparecem, leio os relatos, mas não interajo (informação verbal)⁵⁹.

Com os dados do questionário, é possível depreender o perfil da usuária que está na comunidade RaC: uma pessoa que se identifica como mulher, entre os seus 18 a 25 anos de idade, com ensino superior incompleto e residente do Sudeste do Brasil. O grupo também chega a mulheres de países como os Estados Unidos e a França. Elas acompanham há cerca de três anos ou mais conteúdos sobre feminismo e/ou antipornografia na internet através de perfis no Facebook, Twitter e/ou Instagram, nos grupos do Facebook e pelos buscadores

⁵⁹ Entrevista concedida por MEMBRO 02 [nov. 2021]. [Entrevista concedida a] Marília Freitas. Fortaleza, 2021, 1 arquivo .mp4 (36min. 52 segs.).

online (Google, Yahoo! *etc*) e de plataformas de texto como o Medium; ou seja, são mulheres, de certa forma, privilegiadas por terem acesso à internet e aos dispositivos móveis para buscar esses conteúdos que influenciam sua vida em diversos aspectos, como relacionamentos, mercado de trabalho etc.

As integrantes que participaram deste trabalho demonstram que não costumam publicar conteúdos na comunidade RaC, mas costumam interagir bastante nos comentários das publicações e com reações às publicações e/ou comentários nas postagens do grupo. Esse dado condiz com as análises das categorias encontradas, no qual há uma intensa utilização das ferramentas de comentários e reações ao invés das produções de publicações. Isso mostra que, mesmo com o intuito de proporcionar um espaço seguro entre mulheres para o compartilhamento de experiências e o uso de ferramentas que promovam essa segurança, motivações pessoais das usuárias, por exemplo, impedem uma possível construção de capital social através das publicações, sendo mais fortificada nas ferramentas periféricas do próprio Facebook, como os comentários e reações.

Essas mulheres se sentem visíveis e acolhidas no RaC, mas não criaram laços tidos como fortes com outras integrantes e não se sentem populares na comunidade. Ainda, não se sentem, de alguma forma ou outra, observadas e/ou monitoradas pela administração e não necessariamente criaram impressões positivas e/ou negativas sobre alguém do grupo. Mesmo assim, afirmam se sentirem bastante acolhidas ao comentarem e/ou publicarem uma experiência na comunidade. Uma das seções do questionário ficou aberta para comentários das respondentes sobre o conteúdo do RaC ou relacionados. Das 78 respostas coletadas, houve 19 comentários. Abaixo, alguns dos comentários relatados pelas usuárias no questionário acerca do grupo RaC.

- “Fez com que eu me sentisse bem ao ver que tem muitas outras mulheres que enxergam os malefícios da pornografia”;
- “É um ótimo grupo, necessário. Espero ajudar com minhas participações, minha maior intenção é acolher e tentar gerar fortalecimento a quem está passando por péssimos momentos ocasionados pela pornografia, direta ou indiretamente”;
- “O grupo as vezes me deixa um pouco paranoica com relação ao meu relacionamento (homem cis hetero). Não posso deixar de mencionar que as discussões serviram para alertar outras mulheres da minha família”;
- “Não me sinto segura ainda para debater o assunto em público. Estou me informando a passos lentos. Diminuí completamente o consumo desse tipo de conteúdo, uso a

plataforma para me informar e ler sobre outros relatos, mas nunca falei publicamente sobre o tema”;

- “O grupo ajuda bastante as mulheres de modo geral, e incentiva cada uma a fazer o que é certo para a segurança e bem estar das mesmas, ajudamos umas às outras sempre de braços abertos e muitas delas contam relatos que aparecem outras que se identificam que passam pela mesma situação, e acho isso massa, faço parte deste grupo e é maravilhoso porque aprendi e aprendo até hoje a me valorizar como mulher cada vez mais”;

Os comentários refletem os dados anteriormente citados mas também reforçam um receio em expor histórias pessoais por parte de alguns integrantes; outros reforçam o acolhimento do grupo e a importância dos conteúdos publicados e gerenciados pela equipe do Recuse a Clicar, ao mesmo tempo que a grande frequência do contato da usuária com conteúdos com relatos e experiências se transforma em um constante gatilho em sua vida. A seguir, partimos para a análise das categorias encontradas na comunidade ao longo dos meses de obtenção de dados, exemplificando-as com as publicações do RaC, que permitem compreender como as integrantes se utilizam dos procedimentos de interação compreendidos na plataforma para gerar capital social. Utiliza-se, além das publicações coletadas e elencadas nos diários de campo, fontes de evidência como os dados das entrevistas com a ADM GERAL e com três integrantes da comunidade; e os resultados de formulário respondido pela equipe do RaC e por usuárias do grupo.

5.2.1. Opiniões sobre um conteúdo externo, mas presente no Facebook

A categoria traz publicações de outros grupos ou páginas do Facebook ou em outras plataformas pertencentes à empresa mãe Meta (como WhatsApp, Instagram *etc*) e, ainda assim, com conteúdo ligado à antipornografia ou relacionados à vivência social e/ou sexual destas mulheres. Por vezes, o conteúdo pode pertencer a outras categorias desta análise, como o objetivo de gerar conhecimento sobre um determinado assunto ou com pedidos de ajuda, mas percebeu-se que a motivação principal das publicações agrupadas nesta categoria é de gerar debate sobre o tema divulgado, e, dependendo dos casos, com o intuito de dirimir dúvidas da própria integrante que publica o conteúdo sobre o assunto exposto.

Acerca das ferramentas de interação proporcionadas pelo Facebook para a circulação desse conteúdo, “Compartilhar” é uma das mais utilizadas. A plataforma dispõe dessa função para divulgar postagens no feed de notícias do usuário do Facebook ou em outras seções da plataforma. Assim, quando o conteúdo é interessante, como notícias e vídeos sobre um assunto específico, ele pode ser levado para um grupo com interesses em comum, permitindo que os membros visualizem e interajam com o post.

Outras ferramentas, como as reações e os comentários, também estão entre as mais utilizadas pelas integrantes na comunidade. No RaC, a barra de comentários possibilita o uso de *emojis*, GIFs, anexos, figurinhas — novidade implementada no ano de 2020 na plataforma, os *stickers* podem ser usados na foto de perfil, no Messenger e em comentários por todo o Facebook. Percebeu-se durante esta análise que o uso das reações e dos comentários proporcionados pela plataforma estão presentes em todas as categorias aqui elencadas, sendo fundamentais para a produção de capital social dentro do grupo por serem as ferramentas mais utilizadas pelas autoras. A seguir, um exemplo de postagem elencada na categoria:

Figura 08 – Publicação da categoria 01

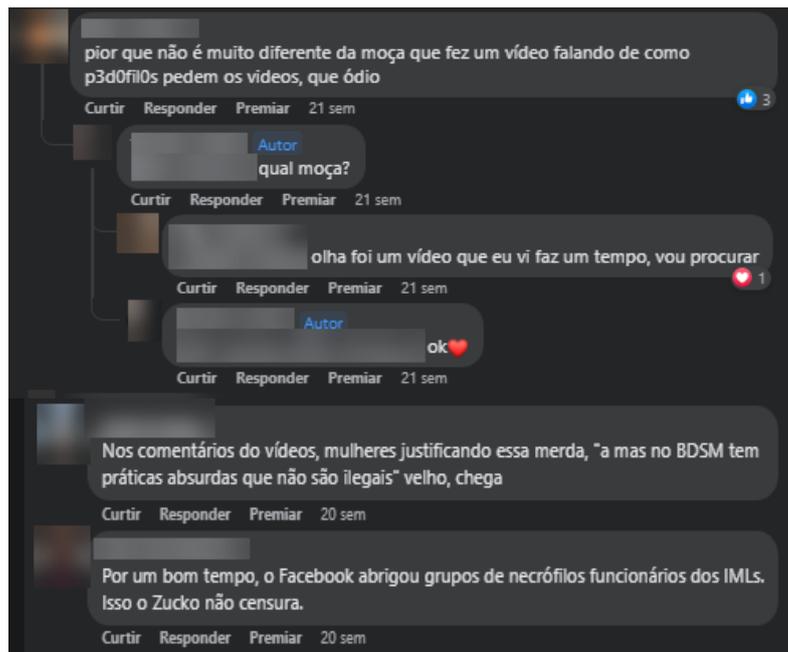


Fonte: Reprodução.

A publicação original veio do perfil do humorista Maurício Meirelles, publicada em sua página no Facebook. Mas o uso da ferramenta “Compartilhar” na plataforma possibilitou que o conteúdo chegasse à comunidade do RaC. O vídeo de cerca de 10 minutos fala sobre a “máfia dos necrotérios” e traz detalhes sobre como os corpos de mulheres são violados até mesmo em um momento delicado como a morte em instituições responsáveis pelas necropsias e laudos cadavéricos. A implementação da ferramenta Vídeo do Facebook veio em junho de 2007 e, desde então, é possível publicar vídeos diversos na plataforma. Percebe-se, também na postagem do RaC, o uso das reações: um total de 44 interações nesta publicação divididas entre as reações Triste e Curtir, além de onze comentários.

Como citado anteriormente, essas duas ferramentas são as mais utilizadas pelas integrantes da comunidade, e o uso não é diferente nesta categoria. No caso desta — e de várias outras ao longo da análise —, são nos comentários que as mulheres interagem com o assunto compartilhado, expressam suas opiniões e recomendam novos conteúdos relacionados à publicação compartilhada. As ferramentas disponíveis nos comentários, como a possibilidade de respostas e de marcar algum perfil do Facebook que pode se interessar pelo conteúdo, além de premiar alguns comentários e reagir a eles, são centrais para a produção de conversas e debates dentro da comunidade, conhecimento sobre o assunto compartilhado, opiniões etc.

Figura 09 – Comentários da categoria 01



Fonte: Reprodução.

Figura 10 – Barra de comentários do Facebook



Fonte: Reprodução.

A publicação exemplificada não condiz com a temática principal do grupo, que é a da antipornografia, mas ainda há a utilização do RaC como um espaço de conversação e reflexão de assuntos aquém da pornografia — ambas as características são relacionadas a produção de capital social Individual e Coletivo. Dentro da categoria, há a produção de capital social Relacional, pois o uso da ferramenta “Compartilhar” para divulgar um conteúdo de possível interesse da comunidade se encaixa como um tipo de ação estabelecida com o intuito de ser aceita pela comunidade, exemplificada também com os comentários das usuárias que se identificaram e, neste caso, concordam mutuamente com o conteúdo compartilhado. A título de exemplo, como a publicação da integrante não solicita nenhum tipo de ajuda e as integrantes também não dão “conselhos”, perceptíveis em categorias como a de Desabafo e a de Pedidos de ajuda, tanto a publicação como as suas interações não podem ser consideradas dentro do capital social Relacional. Ainda, como citado anteriormente, nem sempre há um consenso de opiniões entre as integrantes do RaC, o que se mostrou perceptível em outras categorias exemplificadas ao longo deste capítulo.

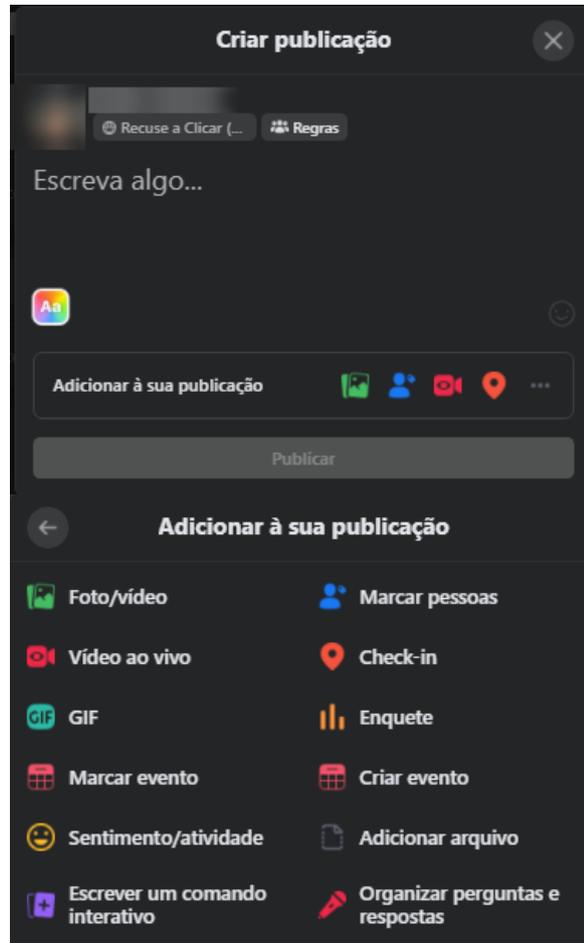
5.2.2. Compartilhamento de materiais externos com objetivo de gerar conhecimento

A segunda categoria encontrada tem conteúdos de outras plataformas ou sites online, como o TikTok ou outros fóruns online e, ainda assim, o conteúdo é ligado ao assunto da antipornografia ou relacionados à vivência social e/ou sexual destas mulheres. As publicações percebidas na comunidade também podem ser inseridas em outras categorias, como a de Opinião sobre um conteúdo externo, mas no próprio Facebook; no entanto, percebeu-se que o intuito principal dessas publicações é a de que o compartilhamento daquele conteúdo alcance mais mulheres e traga consciência sobre um determinado assunto, o que pode ajudar em situações específicas destas mulheres com outros homens, por exemplo.

Em toda a coleta, a ferramenta “Criar Publicação” e outros instrumentos de interação ali disponíveis são utilizados e encontrados ao longo de todas as categorias elencadas neste trabalho, inclusive esta analisada. Se a publicação não é feita, por exemplo, não é possível interagir com o

conteúdo presente e, desse modo, não se produz capital social na comunidade. No RaC, é possível fazer o upload de fotos ou vídeos, enquetes e organizar perguntas e respostas, por exemplo.

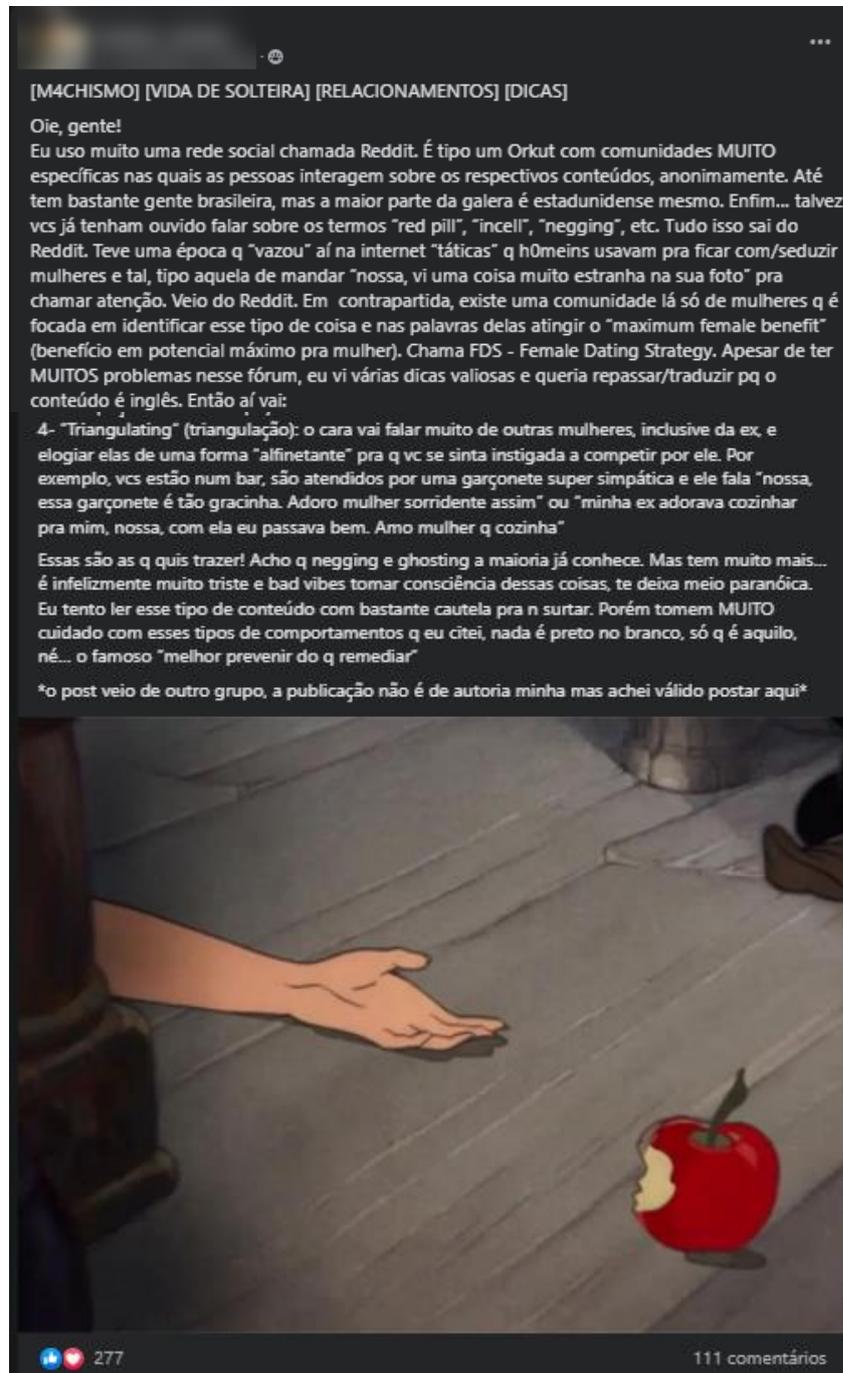
Figura 11 – Criar publicação do Facebook e ferramentas no RaC



Fonte: Reprodução.

Antes de fazer a publicação, a integrante que deseja publicar algo no grupo recebe um aviso prévio e após a postagem de que o conteúdo será enviado para aprovação dos perfis da administração da comunidade; também há um link direto para acesso às regras da comunidade - o que demonstra a produção da categoria de capital social Normativo, por serem ferramentas disponíveis na plataforma e utilizadas pela equipe do RaC para ter um controle do conteúdo ou um “lembrete” destinado às integrantes para lembrarem do que de fato deve ser publicado ou não no grupo. E para existir o capital social Normativo, é necessário definir através da plataforma quem são as pessoas que dispõem de ferramentas responsáveis pelo gerenciamento do grupo, caracterizado pela categoria Institucional. A seguir, um exemplo de postagem encontrada no grupo RaC que em nosso entendimento pertence a esta categoria:

Figura 12 – Publicação da categoria 02



Fonte: Reprodução.

O conteúdo original veio do Reddit, um site que traz um compilado de fóruns organizados por interesses em comum entre os usuários, e foi traduzido pela própria usuária do RaC. Ao longo da publicação, ela traz as táticas de manipulação utilizadas por homens em relacionamentos com mulheres e identificadas pela comunidade Female Dating Strategy no

site fora do Facebook. O texto constrói uma espécie de linha do tempo, no qual a integrante traz a definição de termos como "Lovebombing": quando o homem demonstra, no início do relacionamento, um bombardeamento de amor e outras interações sociais com o intuito de deixar a mulher "vulnerável e facilmente manipulável"; depois, a tática passa a ser a de "Breadcrumbing": após o bombardeamento de amor, o homem tende a se doar o mínimo possível no relacionamento para que a mulher continue a disposição dele para ele ter relações sexuais com ela quando quiser; e assim sucessivamente com atitudes como o "Leading her to believe", "Fake futuring" e "Triangulating", a última tática exemplificada acima.

Antes da introdução do texto, a usuária utiliza colchetes para trazer palavras-chaves relacionadas ao conteúdo: “[M4CHISMO] [VIDA DE SOLTEIRA] [RELACIONAMENTOS] [DICAS]”. O método foi percebido também em outras publicações ao longo da coleta de dados e parece ter intuito parecido com o uso de hashtags (#) no grupo, o que gera os Tópicos de uma comunidade citados anteriormente neste capítulo. Porém, percebeu-se que o uso de hashtags não é forte na comunidade e uma das possibilidades para esta causa é a substituição das hashtags pela utilização de colchetes, que costuma ter dois objetivos na comunidade do RaC: o de organizar o conteúdo para buscas por parte das integrantes sobre um determinado interesse; e também para aviso de gatilhos, método utilizado para informar que o conteúdo a seguir após os colchetes pode conter detalhes angustiantes para algumas pessoas.

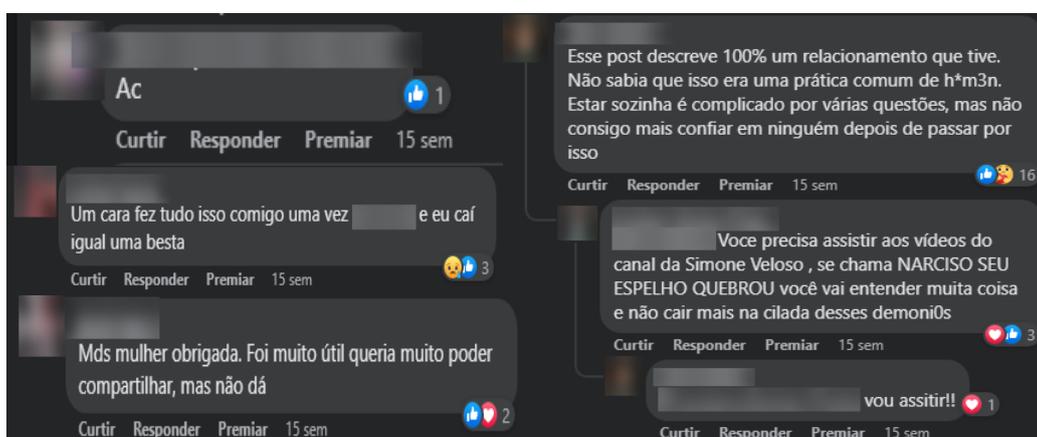
Ainda dentro deste uso da ferramenta de publicação, há a substituição da letra “a” na palavra “machismo” e a palavra "homens" por “h0mens” pela usuária e também aos longos dos comentários do post por outras integrantes — evidenciando a produção de capital social Normativo da parte da equipe do RaC e também por parte das integrantes, pois elas estão corroborando para a produção desta categoria na comunidade ao seguir tal norma. A substituição de letras e números em palavras específicas foi um dos pedidos solicitados pela administração da comunidade durante a época da coleta. O foco era promover a segurança do grupo contra possíveis ataques do Facebook quando utilizadas palavras como “homem”, “zuckerberg”, “sexo”, “machismo” e outras relacionadas tanto a plataforma quanto a assuntos discutidos na comunidade do RaC. Por se tratar de um grupo com relatos de experiências específicas entre mulheres, como relacionamentos abusivos e violências contra o gênero, nos comentários há bastante uso dessas palavras. Consequentemente, há bastante substituição de letras por números ou vice-versa.

Em entrevista, ADM GERAL detalha essas e outras medidas próprias: “Essa questão de falar de homem de um jeito criptografado nem é por nós, é porque o Facebook exclui o

comentário, bloqueia a pessoa, e a gente tem medo de afetar o grupo”⁶⁰. Fato também foi citado por uma das integrantes da comunidade do RaC entrevistadas para este trabalho, no qual a integrante indica a percepção de que não pode comentar sobre “certos assuntos” que envolvem palavras de cunho sexual ou da pornografia, mesmo em textos informativos; desse modo, ela precisa alterar algumas palavras para que o conteúdo possa ser publicado no Facebook. Para ela, “[...] não está funcionando, [o Facebook] está cerceando o discurso das páginas feministas, que são derrubadas por discurso de ódio aos homens, mas o verdadeiro ódio continua, a verdadeira pornografia continua”⁶¹.

Durante o período de setembro e novembro de 2021, a publicação citada foi uma das mais engajadas na comunidade do RaC, com mais de 200 reações entre as integrantes e mais de 100 comentários. É observado novamente o reforço das ambas as ferramentas de reações e comentários para gerar capital social na comunidade, além do upload de uma foto para a publicação na comunidade:

Figura 13 – Publicação da categoria 02



Fonte: Reprodução

O espaço proporcionado pela ferramenta de comentários reforça o RaC como um ambiente de interações importantes apenas entre mulheres, sendo estabelecido o capital social da categoria Confiança no ambiente social — por medidas anteriormente citadas como a entrada só de mulheres e o cumprimento de normas estabelecidas pela equipe — e da categoria Relacional — pois a integrante e várias outras ao longo dos comentários se sentem

60 Entrevista concedida por ADM GERAL [nov. 2021]. [Entrevista concedida a] Marília Freitas. Fortaleza, 2021, 1 arquivo .mp4 35 min).

61 Entrevista concedida por MEMBRO 03 [nov. 2021]. [Entrevista concedida a] Marília Freitas. Fortaleza, 2021, 1 arquivo .mp4 (54 min. 19 segs.)

confortáveis para partilhar suas experiências e interagir com as outras usuárias que possam ter se identificado com algum trecho do conteúdo — a própria pesquisadora, inclusive. Os comentários da publicação se dividem entre agradecimentos pelo post, troca de relatos pessoais entre as usuárias que se identificaram de alguma forma como vítimas das táticas elencadas, além de incentivos à busca de novos conteúdos relacionados ao assunto — percebeu-se no RaC grande favorecimento a busca de conteúdos na internet, como páginas no Instagram, canais no YouTube e textos de autoras disponíveis online. Essas ações condizem com a quarta onda feminista, detalhada anteriormente no quarto capítulo desta pesquisa.

Ademais, três ações chamaram a atenção na análise desta publicação e de outras da mesma categoria: o uso das reações em comentários de relatos pessoais ou em comentários que reforçam a necessidade de existirem mais conteúdos relacionados como o da publicação; novamente, a substituição de letras por números na palavra "homem"; e o comentário "Ac".

A substituição de letras parece expressar, uma vez mais, o capital social Normativo, enquanto o uso de reações indicam a produção de capital social Relacional - a título de exemplo, nos comentários de mulheres que se identificaram como vítimas das práticas abusivas citadas no post identifica-se o uso das reações Triste e Força. Provavelmente, essas usuárias não se sentem confortáveis em compartilhar seus relatos pessoais na comunidade, mas se utilizam dessas funcionalidades da plataforma para indicar um possível apoio ou sentimento de empatia pelo conteúdo compartilhado por uma mulher que passou pela mesma situação que ela.

Uma das integrantes entrevistadas para esta pesquisa comenta sobre esse desconforto ao publicar conteúdos na comunidade, mas gosta de ler e incentivar os debates de alguma forma — e encontra essa possibilidade nas reações e nos comentários do grupo. “Quando eu me identifico com o relato, quando é uma situação delicada, eu comento, sim; porque nem todos os relatos sobre si, alguns são sobre a indústria, mas quando eu vejo alguma menina passando por uma situação, eu sempre comento”⁶². Um padrão semelhante ao do comentário “Ac”, uma sigla para “Acompanhando o debate”. No RaC, foram percebidos comentários semelhantes com a função do “Ac” com os comentários que trazem o vocábulo “Up”. Na comunidade, mesmo que esses comentários não tragam a produção de novos conteúdos ou compartilhem experiências vividas por essas mulheres, essas siglas favorecem a manutenção

62 Entrevista concedida por MEMBRO 1 [nov. 2021]. [Entrevista concedida a] Marília Freitas. Fortaleza, 2021, 1 arquivo .mp4 (19 min. 37 segs.)

do conteúdo para a comunidade como um todo. No RaC e em outros grupos do Facebook, elas são utilizadas como gírias para os seguintes propósitos⁶³:

- **Ac:** significa "Acompanhando" e funciona como uma forma de ativar as notificações de uma postagem que o usuário tenha interesse; no Facebook, quando há a publicação de um comentário em alguma postagem, automaticamente o perfil que comentou passa a receber alertas de novos comentários.
- **Up:** é utilizada como uma forma de movimentar a postagem para que ela volte a aparecer no feed de notícias dos usuários; os posts no Facebook ficam em maior evidência quando publicados, mas logo perdem engajamento se não há comentários novos ou compartilhamentos que evidenciem a publicação.

Dentre os valores do capital social encontrados nesta publicação e em outras, está a visibilidade: ela é diretamente relacionada ao capital social Relacional, pois ao dispor dessas ferramentas de interação na comunidade do RaC e no Facebook como um todo, o capital social aumenta a visibilidade dos nós ali constituídos na comunidade; ou seja, o conteúdo se torna visível para outras mulheres e, assim, alcança mais pessoas dentro do grupo

5.2.3. Pedidos de ajuda e/ou de conteúdo para discussões fora da comunidade na internet

A terceira categoria encontrada foi bastante produzida pelas integrantes na comunidade, com um total de 21 produções ao longo do período de coleta. Os pedidos de ajuda na comunidade visam ajudar as usuárias com casos particulares de suas vidas envolvendo a pornografia, um relacionamento com um respectivo parceiro ou relações familiares. Geralmente, não foram percebidos limites entre o que a participante pública e a pessoa-alvo no qual o assunto é destinado; ou seja, esses pedidos de ajuda costumam trazer bastantes detalhes pessoais de uma situação que a usuária passou ou vem passando. A título de exemplo, durante a coleta destes dados, foram percebidas publicações de mulheres que vivenciam as

63 DUARTE, Marcella. **UP? AC? Ward? Que raios significam essas siglas em comentários do Facebook?**. UOL, São Paulo, p. 1, 20 jan. 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2020/01/22/up-ac-que-raios-significam-essas-siglas-nos-comentarios-do-facebook.htm>. Acesso: 29 jan. 2022.

consequências de um relacionamento abusivo; mulheres pedindo ajuda para recuperar a libido após um estupro ou abuso sexual; mulheres que encontraram pornô em dispositivos móveis do respectivo parceiro e não sabem como abordar essa temática com o homem sem decepcioná-lo; e mulheres empreendedoras que pediram dicas de poses para as fotos de seus produtos para que a mulher não seja sexualizada por homens, dentre outros. São assuntos bastante particulares de suas vivências, porém a integrante vê o espaço do RaC como confortável para compartilhamento dessas experiências e, assim, obter ajuda de alguma forma.

Alguns dos pedidos de ajuda à comunidade também podem se encaixar nas categorias de Desabafo e Relatos, mas diferentemente destas outras, as publicações categorizadas como Pedidos de ajuda buscam literalmente uma resposta para a situação relatada. São assuntos sensíveis e, novamente, mostrou-se a necessidade desta coleta não registrar as identidades dessas mulheres e ocultar possíveis trechos da publicação que poderiam identificar essas usuárias, o que foi acordado entre a pesquisadora e a equipe responsável pela administração do RaC.

A seguir, trazemos o primeiro exemplo de postagem desta categoria. Optou-se por descrever esta publicação para não trazer um reconhecimento da integrante e seu relato; no post, a usuária conta que um ex-parceiro participava de um grupo na plataforma WhatsApp para manter contato com alguns amigos homens. Mas, ao abrir a conversa próximo da então parceira, ela viu várias fotos de mulheres peladas, vídeos pornôs e diversas cenas de sexos entre GIFs e vídeos compartilhados por estes homens no grupo. Ao olhar a conversa, a mulher atestou que seu então parceiro não enviava esses conteúdos, mas às vezes interagiu, ria das publicações ou não respondia nada.

O uso da plataforma WhatsApp para compartilhamento de conteúdo pornográfico e da prática de misoginia, inclusive, já foi tema de pesquisa realizada por Zanello (2020). Através de seis voluntários destas comunidades, houve uma coleta do material compartilhado dentro desses grupos só com homens. Dentre os resultados prévios encontrados pela pesquisadora, está o silêncio cúmplice de um comportamento tipicamente masculino e a objetificação das mulheres e do que, de fato, é considerado feminino para estes homens⁶⁴.

64 Conforme detalha a autora, “[...] ainda que alguns de seus membros não se manifestassem/reagissem ativamente face aos posts (dando curtidas, postando risadas etc.), mantiveram-se em silêncio, mesmo quando o post retratava, fazendo piada, situações de extrema violência, como o feminicídio de uma mulher. Não podemos saber se o passaram adiante, para outros amigos, mas gostaria de apontar que tanto na reprodução do post quanto no silêncio omissivo, há cumplicidade. Há pactuação. Esse é o principal silêncio que mantém a casa dos homens. E, talvez, o mais difícil de ser quebrado” (pag. 99).

Na comunidade do RaC, pedidos como esse são bastante repetitivos no grupo e são geralmente os mais engajados da comunidade: das 21 postagens analisadas na categoria durante a coleta, cerca de sete traziam a temática do consumo de pornografia por amigos homens ou por respectivos parceiros e como elas poderiam abordar com eles os possíveis malefícios ocasionados nas relações sem serem indiscretas ou machucá-los; assim, as mulheres se submetiam a buscar a solução para esses problemas por novamente visualizarem o espaço do RaC e seus conteúdos como um ambiente que terá as respostas para as suas dúvidas - o que caracteriza o valor de capital social de reputação.

Observar uma comunidade do Facebook enquanto um espaço de construção de conhecimento permite caracterizar o capital social cognitivo, compreendido como a soma do conhecimento partilhado e da informação que se possui em relação aos atores ou ao grupo de referência. Se a usuária vê o espaço do RaC como um ambiente no qual ela encontrará a solução para este problema, é porque ferramentas como os comentários, reações, normas da comunidade e a própria Criar Publicação favorecem a construção de conhecimento diverso entre as mais de 9 mil integrantes na comunidade. Como mencionado anteriormente, milhares de seguidores nas redes sociais acompanham e interagem com os perfis do Recuse a Clicar em outras plataformas, o que mostra uma possibilidade da construção de valores do capital social como a visibilidade, por estar diretamente relacionado ao capital social Relacional; e a autoridade, por referir-se a um poder de influência de um nó na então plataforma social. Infere-se que a usuária publicou sua dúvida no RaC por ter ciência da existência deste espaço para discussões, mas ela também sabe que existe o grupo misto — outra comunidade do “Recuse a Clicar” que trata dos assuntos da antipornografia — e questiona as integrantes do grupo só com mulheres se não seria melhor publicar o relato naquela comunidade.

Inicialmente, pode-se observar uma certa tentativa de concentração da produção de conteúdo antipornográfico no ambiente *online* pela equipe responsável pelas páginas e perfis do “Recuse a Clicar” em diversas plataformas, o que demonstra um certo poder de influência do nó no assunto relacionado. As integrantes entrevistadas da comunidade também relatam que conheceram as páginas e os grupos do “Recuse a Clicar” através de recomendações das amigas ou do próprio Facebook — o que pode indicar um certo engajamento que favorece a divulgação do conteúdo na plataforma, mesmo sob diversas limitações nas produções de conteúdo citadas anteriormente. “Como eu já estava vivendo a situação e estava comentando

sobre, não sei porque o Facebook me sugeriu [...]”⁶⁵. Ainda, outra integrante comenta sobre o “Recuse a Clicar” atuar como um ponto de partida para busca de outros conteúdos feministas na internet. “A RaC é a que eu mais leio e acho que o conteúdo delas é fantástico, todos os recursos das redes sociais elas usam e é um conteúdo bem fácil de acessar, gratuito e profundo, porque se você pesquisar nas páginas dá para achar respostas para todas as principais dúvidas”⁶⁶.

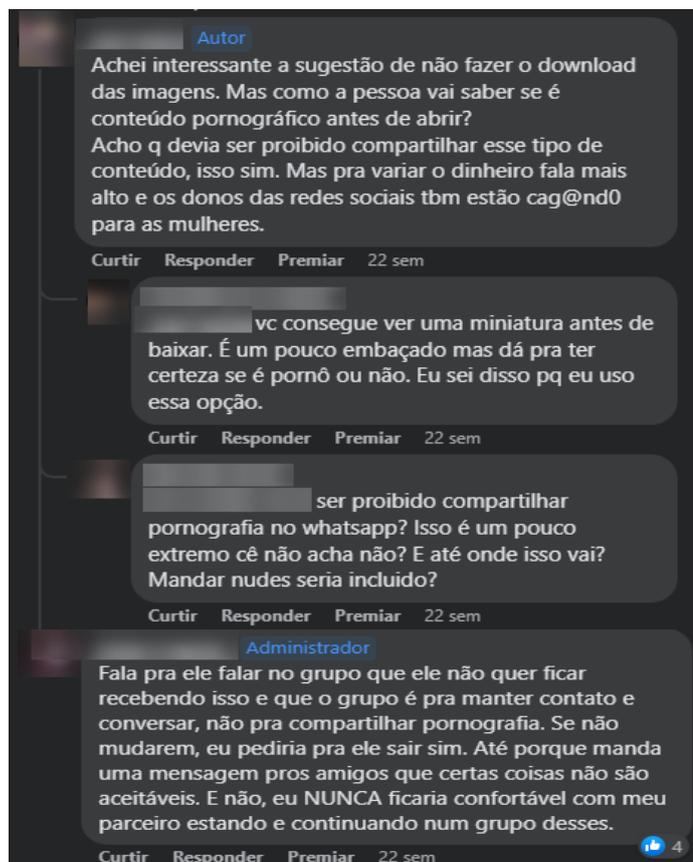
Mais uma vez, os comentários e o uso das reações são fundamentais para a manutenção do capital social na comunidade. Os comentários são novamente utilizados como um espaço no qual as mulheres compartilham suas situações parecidas com a da autora da publicação e dizem o que fariam em seu lugar. Ainda, percebe-se que a ferramenta dos comentários também é utilizada por algumas das administradoras da comunidade, o que mostra um possível acompanhamento do debate tanto com o intuito de interagir com as integrantes quanto de manter a ordem na comunidade. Em entrevista, a ADM GERAL compreende que os relatos nem sempre são harmônicos na comunidade e, quando os ânimos são exaltados, há o uso de ferramentas de controle para conter o atrito na comunidade. “Às vezes o objetivo do post é discordar dela, mas às vezes as meninas perdem um pouco a noção e vão demais, então eu falo ‘ah acho que ela já entendeu’ e fecho os comentários para não descambar demais”⁶⁷.

65 Entrevista concedida por MEMBRO 01 [nov. 2021]. [Entrevista concedida a] Marília Freitas. Fortaleza, 2021, 1 arquivo .mp4 (19 min. 37 segs.).

66 Entrevista concedida por MEMBRO 03 [nov. 2021]. [Entrevista concedida a] Marília Freitas. Fortaleza, 2021, 1 arquivo .mp4 (54 min. 19 segs.).

67 Entrevista concedida por ADM GERAL [nov. 2021]. [Entrevista concedida a] Marília Freitas. Fortaleza, 2021, 1 arquivo .mp4 (35 min.).

Figura 14 – Compilado de comentários da publicação



Fonte: Reprodução.

Em outra publicação da mesma categoria, a usuária relata estar em um relacionamento abusivo e que, mesmo que por ora esteja tudo bem, não consegue perdoar as consequências da relação que a afetaram em aspectos como o profissional e o social. Ela pede ajuda por não saber o que fazer para sair dessa situação, pois não gostaria de voltar para a casa dos pais por também não ter uma relação boa com ambos. A autora utiliza o recurso de aviso no início do texto com a frase "[possível gatilho: relacionamento abusivo]", além da substituição de letras por números para palavras relacionadas ao assunto.

Nesta publicação, percebeu-se uma novidade implementada na seção de comentários das publicações do RaC: com a ferramenta de Prêmios, é possível que as usuárias atribuam determinados valores a um comentário.

Figura 15 – Uso dos prêmios no Facebook



Fonte: Reprodução.

O recurso foi implementado em 2021 pelo Facebook, com a justificativa de incentivar o engajamento, tornar o conteúdo mais visível para os membros e ajudar a mostrar o conteúdo da comunidade da “melhor maneira possível”⁶⁸ (META, 2021) e soma-se ao uso de reações nos próprios comentários, reforçando esse espaço como um dos principais para manter o capital social nas comunidades do Facebook, independentemente do intuito da publicação.

5.2.4. Compartilhamento de notícias

A quarta categoria é a de compartilhamento de notícias na comunidade do RaC. Através da ferramenta "Criar publicação", o Facebook dispõe da possibilidade de inserir links no quadro e, dentre esses, alguns podem ser de portais de veículos jornalísticos. O intuito principal dessas publicações é a de gerar debates baseados na notícia divulgada na comunidade; geralmente, o post pode trazer ou não comentários sobre o conteúdo por parte do perfil que postou a notícia. Durante a coleta de dados para esta pesquisa, percebeu-se um forte uso das reações do Facebook para interações com o conteúdo. Quando divulgadas as notícias,

68 Disponível em: <https://about.fb.com/br/news/2021/11/novas-ferramentas-para-empoderar-criadores-de-comunidades-em-grupos-do-facebook/>. Acesso: 28 jan. 2022.

existiam poucos ou nenhum comentário por parte das integrantes sobre o conteúdo divulgado. Por exemplo, a matéria abaixo traz detalhes de uma mulher nos Estados Unidos que tenta provar que sofreu violência sexual por parte de um homem. A matéria traz detalhes do caso e a integrante compartilhou o conteúdo com comentários. Há um recurso no Facebook que permite que o usuário clique em um ícone de informações e leia mais sobre o veículo jornalístico no qual a matéria está hospedada — o botão de contexto foi implementado em 2019⁶⁹ pela plataforma, com o intuito de fornecer mais informações sobre de onde veio aquele conteúdo.

Figura 16 – Compartilhamento de notícias no RaC



Fonte: Reprodução.

Pode-se dizer que o compartilhamento de notícias na comunidade do RaC tem relação com o capital social cognitivo, por somar-se aos conteúdos divulgados no grupo; e promove valores como a visibilidade para a usuária que publicou o relato e da autoridade, pois o discurso jornalístico tende a ser favorecido pelo botão de contexto implementado na plataforma. Algumas das notícias também são publicadas através do uso da ferramenta “Compartilhar”, utilizada também na categoria 5.2.1. Há, inclusive, uma especificidade da

69 Disponível em <https://tecnoblog.net/noticias/2019/04/11/facebook-grupos-noticias-falsas/>. Acesso: 30 jan. 2022.

publicação de notícias nos grupos do Facebook. Uma das mudanças divulgadas pela plataforma em 2020 envolvia uma espécie de "quarentena" de 60 dias em grupos públicos e privados considerados como problemáticos pela empresa ao compartilhar notícias falsas. À época, a medida foi implementada em comunidades estadunidenses; durante o período, os moderadores deveriam aprovar cada post criado pelos outros membros. A ideia era avaliar como administradores se saíam para reduzir violações de regras na comunidade. Caso a quarentena não melhorasse, o grupo seria banido.

Uma das normas do grupo RaC é evitar o compartilhamento de notícias falsas (*fake news*). A administradora da comunidade foi questionada sobre medidas específicas na comunidade para conter a divulgação desses conteúdos; segundo ela, o Facebook nunca notificou o grupo acerca de notícias falsas, mas há como controlar novamente o que as usuárias publicam ou não através da pré-autorização de postagens. "É claro que vai ter um limite, se a pessoa acreditar em terra plana, não tem como aceitar a postagem. [...] Até porque ali é muito mais de opinião, de relato, do que efetivamente um lugar em que a gente fica compartilhando muita notícia, apesar de ter, não é nosso principal foco".

5.2.5. Relatos: anônimo, superação ou agradecimento

A quinta categoria encontrada na comunidade é a de relatos. Já é perceptível que o grupo se tornou um recinto para partilhar experiências diversas entre mulheres e as publicações desta categoria favorecem esta percepção. Os relatos percebidos na comunidade foram divididos em três assuntos:

- **Agradecimento:** costumam trazer uma breve vivência da integrante, que reconhece a importância do incentivo do grupo em interromper o consumo de pornografia ou agradece apenas pelos aprendizados ali compartilhados;
- **Anônimo:** postado apenas por administradoras, compartilha relatos ou pedidos de integrantes que não querem ser identificadas;
- **Superação:** costumam trazer uma breve vivência de uma integrante e de como o grupo ou os debates ali proporcionados ajudaram a usuária a frear o consumo de pornografia.

No caso dos relatos anônimos, eles são recebidos através dos perfis privados das páginas do “Recuse a Clicar” ou dos perfis pessoais das administradoras e moderadoras - esse acesso é possibilitado através da ferramenta do bate-papo do Facebook, instaurada inicialmente em abril de 2008, e relançada com mais funções sob o nome de Messenger em agosto de 2011. É através do serviço de mensagens que o Facebook conecta seus usuários e os integram a serviços de páginas, por exemplo.

No caso do RaC, a administradora diz que recebe muitos relatos em sua caixa de mensagens pessoais e cita alterações na dinâmica entre gerenciadores de grupos e a plataforma como causas disto; desde então, a administradora utiliza seu perfil pessoal no Facebook para publicar postagens no RaC, o que não acontecia antes, e seus contatos pessoais acabam sendo mesclados com os contatos de integrantes que procuram a administração para postagem de relatos anônimos. "Acho que por isso que a demanda no meu perfil pessoal acabou ficando muito grande, porque todo mundo sabe que eu sou administradora, aí o Messenger é impossível de acompanhar, é muito difícil. [...]". Só é possível identificar a posição de um perfil nos grupos através dos selos disponibilizados no Facebook, outra ferramenta incluída na comunidade que favorece a produção de capital social e valores derivados; verificou-se, posteriormente, que o uso desta ferramenta é fundamental na categoria 5.2.7. — a de aviso.

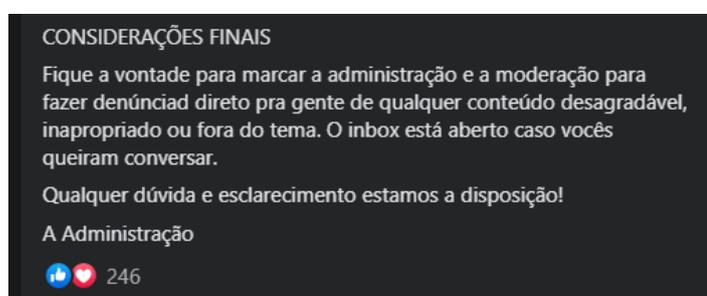
Em uma das publicações analisadas, a integrante utilizou-se da ferramenta do Messenger para envio de um relato pessoal relacionado a cessão do consumo da pornografia. Por trazer detalhes específicos, escolhe-se por transcrever o post: a usuária compartilha que está há mais de três meses sem consumir pornografia e que conseguiu também ajudar o marido em relação a isso. Segundo ela, a página e o grupo foram fundamentais para a busca de informações e agradece o trabalho feito pela administração.

Percebe-se novamente o uso da ferramenta “Criar publicação”, agora, por parte da administração do grupo. Mas só foi possível divulgar este relato após o uso de outra ferramenta proporcionada pelo Facebook; neste caso, o envio do relato para a administração do RaC através do serviço proporcionado pelo Messenger.

Novamente consideramos um possível desconforto da usuária em expor sua identidade e sua história para um espaço que deveria ser seguro e de debates entre mulheres; mas ferramentas favorecidas pela própria plataforma — mesmo que o intuito principal do serviço de bate-papo do Facebook não seja este — acabam sendo abraçadas pela administração para possibilitar a continuidade do compartilhamento de experiências no RaC e a sensação de que

o relato da integrante está protegido com a administração. Esses procedimentos favorecem a construção das categorias de capital social Cognitivo e Confiança no ambiente social: tanto a equipe do “Recuse a Clicar” quanto as integrantes do RaC estão cientes desta abertura, de certa forma, proporcionada pelo Messenger para envio de mensagens; e, desse modo, a administração justifica o uso da ferramenta - por vezes citada como “inbox” - para encorajar as integrantes a conversarem sobre o que estão passando e, de certo modo, promover a continuação dos debates no grupo enquanto um espaço de acolhimento, como detalham as considerações finais das normas do RaC:

Figura 17 – Trecho das normas da comunidade RaC



Fonte: Reprodução.

Uma das novas funcionalidades dos grupos no Facebook é a possibilidade de fazer uma publicação anônima na comunidade. Caso os administradores tenham permitido a função, é possível que os próprios integrantes publiquem seus conteúdos na comunidade sem que o perfil seja identificado; porém, ainda é necessário que o post passe por análise por parte da administração do grupo - o que caracteriza, de certa forma, a produção de capital social Institucional e Normativo, pois as integrantes nomeadas para gerenciar a comunidade continuam garantindo uma manutenção da segurança do grupo⁷⁰. Conforme informou a ADM GERAL em entrevista para este trabalho, a funcionalidade deverá ser implementada para diminuir o fluxo de mensagens no Messenger compartilhadas no perfil pessoal da administradora.

Outro caso interessante percebido durante o período da coleta de dados foi o de uma integrante que já havia publicado pedidos de ajuda sobre como sair de um relacionamento abusivo onde seu parceiro era viciado em pornografia. A cada novo relato pela integrante e acolhimento por parte do grupo, observou-se a construção de uma certa rede de apoio entre a

⁷⁰ Disponível em <https://www.facebook.com/help/832270967369626>. Acesso: 30 jan. 2022

usuária e as integrantes do RaC. Na publicação coletada para esta pesquisa, ela traz novidades do caso, informando que conseguiu sair do respectivo relacionamento. Na postagem, ela inicia: *“Olá meninas! Acho que vocês já viram eu postando aqui sobre meu esposo viciado, então, dessa vez, criei vergonha na cara e vazei 😊 realmente a gente não tem que se responsabilizar por esses caras, principalmente quando eles não querem nem reconhecer o erro, ninguém nunca vai mudar se não vê problema nas próprias atitudes [...]”* [sic].

Ao longo da publicação, a usuária traz detalhes de situações em que o então marido foi pego consumindo pornografia e se masturbando para esses conteúdos. Por fim, ela explica como arrumou forças para sair desta relação e incentiva outras pessoas a fazerem o mesmo — o que mostra um reforço na construção do RaC como um espaço para divulgação de conteúdos sobre o assunto, além da confiança do espaço social proporcionado pela comunidade. Nas considerações finais do post, ela traz palavras de incentivo. *“Enfim, vocês que estão sofrendo por algo do tipo, investiguem, vcs podem tentar até entender, mas as vezes é só a ponta do iceberg, então não percam suas vidas empurrando essas relações com a barriga, quem quer mudar MUDA, quem ama MUDA, quem se importa MUDA, não se permitam sofrer por esses doentes, saiam enquanto é tempo, enquanto vocês não tem vínculo maior com eles, nós precisamos nos valorizar e nos amar acima de tudo!”* [sic].

Novamente o espaço dos comentários e das reações se tornam essenciais para a produção de capital social cognitivo e de confiança no ambiente social no RaC. Ao longo dos 45 comentários observados, várias mulheres parabenizam a integrante por ter conseguido sair do relacionamento abusivo, enquanto outras compartilham que desejam se libertar da mesma situação onde estava a usuária. Neste caso, os relatos se tornam fundamentais para progredir os conteúdos no RaC, ao promover uma partilha de experiências pessoais; e, de certa forma, por trazer um sentimento de empatia entre as usuárias ali presentes que se identificam com o relato ou nutrem, após a leitura, um estímulo a saírem daquela situação ou a buscar ajuda. E, de certa forma, o RaC e suas interações favorecem bastante essa assimilação, como vem sendo percebido com a consolidação dos perfis da “Recuse a Clicar” em plataformas como o Instagram e o Facebook - dentre eles, os grupos com mais de 5 mil usuários cada — como um dos principais conteúdos encontrados pelas usuárias quando se busca por tópicos como antipornografia e outros tipos de ajuda através da internet para essas mulheres lidarem com relacionamentos abusivos ou outras situações parecidas.

Uma das entrevistadas para esta pesquisa é a integrante que publicou o relato de superação. Buscou-se com ela, nomeada neste trabalho como MEMBRO 01, compreender o

porquê da publicação e se os conteúdos da RaC a ajudaram a superar esta fase. Quando questionada sobre o porquê da escolha do RaC para compartilhar seu relato, ela cita que o interesse em publicar veio após as leituras de relatos e outros conteúdos postados pelas integrantes. Com isso, ela conseguiu compreender um intuito da comunidade e só postou quando se sentiu “familiarizada”, como cita - característica esta que pode estar relacionada ao capital social Relacional; pois, ao ler os relatos da comunidade do RaC, há o início de uma aceitação e identificação com o conteúdo ali compartilhado, o que caracteriza uma ação, mesmo que passiva, que resulta em capital social. Após a leitura, a integrante resolve compartilhar seu próprio relato e, assim, produz na comunidade o capital social Cognitivo. Esse ponto de identificação com relatos de outras mulheres já foi detalhado anteriormente no quarto capítulo deste trabalho, como um dos atributos da quarta onda feminista no ambiente virtual (CANTÚ; MAZZARINO, 2021) e ajuda a fortalecer ou circular esta categoria de capital social no RaC por incentivar a produção de novos debates.

Há anos a usuária costuma buscar conteúdos online através do YouTube e do Facebook sobre feminismo e, há cerca de um ano, sobre antipornografia. Ela conheceu o "Recuse a Clicar" através de uma sugestão das páginas fornecida pelo próprio Facebook e logo encontrou a comunidade só com mulheres. Sobre sua participação no grupo, comenta: “Eu acho que na internet nenhum lugar é seguro, mesmo que o grupo seja só de mulheres, sempre tem alguém com má intenção. Porém, o que eu vejo é que, mesmo que tenha 100 comentários, vai ter um que não é legal, mas o resto [das meninas] te apoiam, te ajudam; elas conversam, dão opinião. Então, acho que é um grupo muito acolhedor”.

Ao relembrar os comentários e reações que recebeu após o partilhamento de seu término com o ex-marido, ela comenta que se “sentiu acolhida” no RaC e considera que, com os conteúdos divulgados na comunidade, conseguiu sair do relacionamento abusivo e compreender melhor a situação em que estava, colocando-se em "primeiro lugar":

Eu me senti acolhida. Nem todas as pessoas gostam de desabafar e eu já sou diferente. Me senti acolhida, me senti bem por poder tirar aquilo e ver que tinha outras pessoas na minha situação. Como eu falei, tem pessoas no nosso ciclo social que não entendem, não levam muito a sério, então me senti acolhida, me senti familiarizada. Claro que sempre tem os comentários negativos. É uma situação muito delicada, então, na hora que as pessoas vêem você numa situação assim, falam “ai, sai disso”, comentários indelicados. Mas eu me senti bem (informação verbal)⁷¹.

71 Entrevista concedida por MEMBRO 02 [nov. 2021]. [Entrevista concedida a] Marília Freitas. Fortaleza, 2021, 1 arquivo .mp4 (36 min. 52 segs.).

Conforme a usuária, seu uso atual do Facebook é bem menor do que antes; ela já foi mais ativa na plataforma e responsabiliza o crescimento do Instagram — também uma plataforma da empresa Meta — pela redução do seu uso do Facebook. Atualmente, ela costuma utilizar a plataforma mais para interagir nas comunidades, dentre eles, o RaC. Ao comentar sobre sua percepção do grupo, MEMBRO 01 reforça que não era compreendida por pessoas ao seu redor, mas viu em um ambiente online só com mulheres uma possibilidade de falar o que sentia e o que pensava após reconhecer relatos parecidos com o seu. “[...] lá as meninas entendiam e era acolhedor. Por isso, eu postava”. Ela ainda afirma saber do grupo misto, com homens e mulheres; mas para fazer relatos, prefere apenas o grupo tido como feminino. Essa escolha por parte dela e por tantas outras mulheres se deve a uma possível prática da sororidade: do latim *soror*, a palavra significa o sentimento de “irmandade, empatia, solidariedade e união entre as mulheres, por compartilharem uma identidade de gênero” ou “conduta ou atitude que reflete este sentimento, especialmente em oposição a todas as formas de exclusão, opressão e violência contra as mulheres” (ACADEMIA BRASILEIRA DE LETRAS, 2021).

Há um termo específico da sororidade entre mulheres negras, inclusive, denominado por Vilma Piedade (2019) como a **dororidade**. O termo carrega a dor do machismo provocada em todas as mulheres, mas, quando se trata de mulheres negras, há um agravamento nesta dor. “A Pele Preta nos marca na escala inferior da sociedade. E a Carne Preta continua sendo a mais barata do mercado. É só verificar os dados...” (PIEIDADE, 2018, p.17). Porém, ter sororidade não significa apoiar plenamente com todos os posicionamentos e atitudes de uma mulher. Como citou a entrevistada e a ADM GERAL em trechos anteriores neste trabalho, há desacordo de ideias entre as próprias mulheres na comunidade. A categoria seguinte exemplifica este caso.

5.2.6. Desabafo

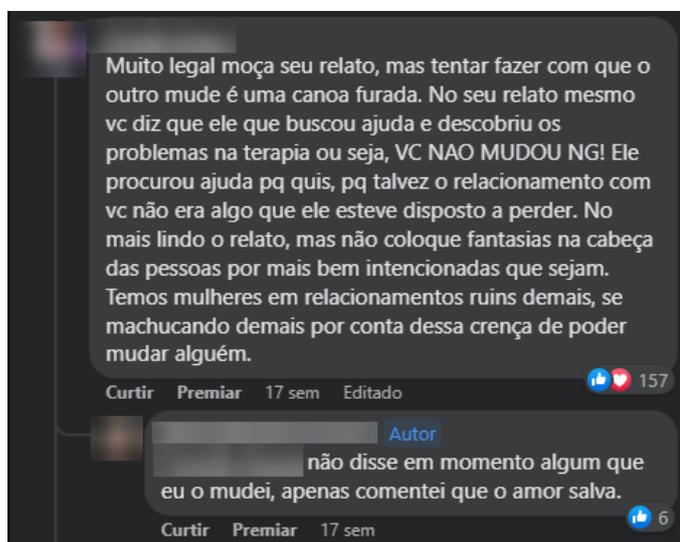
A sexta categoria encontrada durante a análise de dados foi a de desabafo. Diferentemente dos **Pedidos de ajuda** e dos **Relatos**, as publicações têm em comum o compartilhamento de uma história com o grupo. Percebe-se que esta categoria foi influenciada pelo conjunto de produções de outras publicações do RaC, favorecidas pela produção de capital social cognitivo, quando a soma do conhecimento partilhado e da informação que se possui em relação aos membros e a comunidade incentivam a produção destes conteúdos no ambiente do grupo. Ao observar a comunidade e se identificar com os relatos, há o

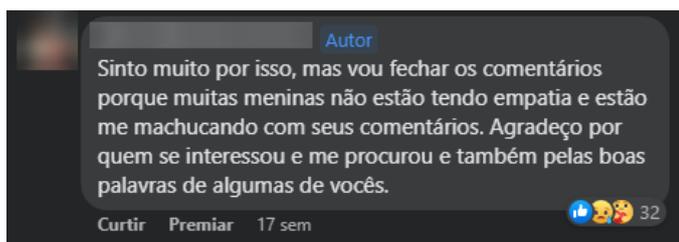
acolhimento do RaC como um espaço seguro para partilhar suas histórias e pensamentos sobre o assunto, ação que parece ser base de produção de várias outras publicações e interações analisadas anteriormente. Mas aqui escolhemos trazer um exemplo que tensiona esta definição encontrada ao longo das análises do grupo.

Na publicação, a integrante compartilha que passou por diversos problemas com o atual marido durante o namoro do casal, ápice do vício da pornografia por parte dele. Após terminos e mudanças, ambos atualmente vem nutrindo uma relação saudável. É através desse relato que a integrante incentiva atitudes parecidas para outras mulheres que estão passando por situações parecidas. *"Se você tiver um relacionamento onde seu parceiro consome este tipo de conteúdo e você não gosta e não quer que aconteça, converse com ele, tente o ajudar. O nojo pela pessoa permanece por um bom tempo, mas ele vai se autodestruindo conforme o relacionamento vai melhorando e vocês vão se conhecendo melhor (experiência própria)"* [sic].

A publicação foi uma das mais engajadas durante o período de coleta, com mais de 100 reações. Entretanto, somam-se apenas 15 comentários devido ao uso de uma ferramenta do Facebook pela própria usuária que fez o post; ela afirma não ter se sentido bem com o acolhimento que recebeu na comunidade do RaC sobre seu desabafo e fechou a publicação, impossibilitando que novas conversas sobre sua condição acontecessem ali. Ainda assim, era possível reagir tanto à publicação quanto aos comentários já feitos anteriormente. Nesta publicação, em específico, não foram percebidas interferências por parte da administração para promover a continuação do debate ou não.

Figura 18 – Comentários na publicação de desabafo





Fonte: Reprodução

Aqui percebemos que o espaço dos comentários e das reações são, novamente, essenciais para a produção de capital social cognitivo e de Confiança no ambiente social na comunidade; contudo, até essas ferramentas disponibilizadas pela plataforma podem ser afetadas por ações que impedem a produção das categorias de capital social citadas anteriormente. A escolha de fechar a publicação para novos comentários traz uma descontinuidade do capital social produzido através dos comentários do RaC e comprova que, mesmo com a equivalência de diversas ferramentas dos grupos no Facebook para gerar capital social, esses mesmos dispositivos podem impedir essa produção.

Pode-se afirmar que essa interdição realizada pela própria usuária se encaixa na categoria de capital social institucional, por constituir uma das principais formas de resolução dos problemas da ação coletiva. Afinal, se as integrantes da comunidade se utilizam dos comentários para gerar um capital social Cognitivo, mas comentam algo que a usuária não se sentiu confortável em ler, basta a autora do post ativar uma ferramenta disponibilizada pelo próprio Facebook que impossibilita a discussão de novos tópicos.

Esta integrante da comunidade também foi entrevistada para este trabalho. O intuito principal da conversa foi compreender seus pareceres sobre as usuárias e a comunidade do RaC como um todo após essa experiência. Após concordar em participar do trabalho ao assinar o TCLE, a integrante por pouco deixou de compartilhar sua história com a pesquisadora, pois a abordagem dos assuntos antipornográficos e do relato na comunidade lhe trouxe gatilhos e ansiedades. Entretanto, reforçou-se a segurança dos procedimentos deste trabalho em proteger a identidade das mulheres aqui presentes e houve um certo acolhimento entre a entrevistadora e a entrevistada, o que possibilitou a conversa momentos depois da hora inicialmente marcada.

Nomeada neste trabalho como MEMBRO 02, ela comenta que conseguiu fechar a publicação para novos comentários através de uma ferramenta disponibilizada pelo próprio Facebook, não precisando manter algum tipo de contato com a equipe responsável pelo gerenciamento do grupo para intervenção em sua publicação. Ela considera importantes os

recursos de controles do Facebook para conseguir "controlar o tipo de pessoa que a gente está lidando dentro do grupo", além de ajudar no monitoramento das comunidades que participa. Atualmente, seu uso do Facebook tem foco em manter contato com familiares que estão fisicamente distantes e ela considera "raro" o contato com pessoas que ela não conhece ou não tenha incluída em sua lista de amigos. Porém, utiliza bastante o produto Grupos, chegando a participar de cerca de 40 comunidades simultaneamente, além de ter tido experiências passadas com administração de comunidades.

Ela conheceu as páginas do "Recuse a Clicar" através de uma amiga e costuma acompanhar o conteúdo mais pela página do Instagram e no Twitter, além do grupo no Facebook. Para a usuária, as postagens são de extrema relevância para "conscientizar as pessoas sobre parar de assistir [pornografia]", e ela chegou a enviar os conteúdos para o então namorado durante o período de crise, o que segundo ela ajudou na conciliação do relacionamento. Por não se sentir confortável em compartilhar suas experiências em comentários dos perfis da "Recuse a Clicar" em outras plataformas como o Instagram, viu no grupo com mulheres a possibilidade de "se expressar melhor". Mas após a publicação do desabafo, suas percepções mudaram.

Eu vivia vendo postagens de mulheres falando que os relacionamentos estavam sendo destruído e eu pensei "se eu colocar o meu relato, que o meu marido passou por isso e melhorou, que eu passei junto com ele e que hoje em dia a gente está feliz junto, talvez eu ajude a encorajar outras mulheres a ajudarem seus parceiros, a estarem do lado deles ao invés de simplesmente desistir", porque têm muitas mulheres que ao descobrir do vício, elas largam a pessoa e vão embora e deixam a pessoa por si mesma; então eu pensei que poderia ajudar outras mulheres. Acabou que eu estava no meio dessa publicação vendo os comentários e me senti completamente destruída, e achei muito injusto ver mulheres destruindo outras mulheres. Eu até publiquei um comentário abaixo agradecendo às mulheres que me ajudaram, mas dizendo que muitas mulheres estavam me machucando e que ia desativar os comentários na publicação (informação verbal)⁷².

Ela conta que não se sentiu mais confortável no RaC e relatou ter "parado de se expor" no grupo: ela não fez mais postagens ou escreveu novos comentários no RaC após sua experiência e, até então, só interagia com a comunidade através das reações às publicações e leitura destes relatos. Após a postagem, a usuária conta que cerca de três mulheres foram até o seu privado para falar que estavam passando por uma mesma situação no relacionamento e queriam saber como poderiam superar isso; ainda, várias outras integrantes foram comentar

72 Entrevista concedida por MEMBRO 02 [nov. 2021]. [Entrevista concedida a] Marília Freitas. Fortaleza, 2021, 1 arquivo .mp4 (36 min. 52 segs.).

que estavam passando pela mesma situação que a MEMBRO 02, mas não solicitaram nenhum tipo de ajuda, o que caracteriza uma certa empatia e identificação com o relato na comunidade.

Questionou-se a entrevistada se compartilhar seu relato no RaC a ajudou de alguma forma, o que ela respondeu que sim. "Eu percebi que nem todas as mulheres são iguais, nem todas estão passando pela mesma fase e que nem todas têm forças para passarem por essas situações e seguir em frente, mas não por falta de tentativa". Sobre as ajudas recebidas pela comunidade com a produção de conteúdo e interações entre as integrantes, ela também concordou. "Me ajudou porque eu vi que eu não fui a única a passar por essa situação e que não adianta sofrer ou querer deixar por isso mesmo [...] preciso ter força de vontade para mudar as coisas e para seguir e não depender de outras pessoas fazerem isso por mim".

Desenvolver uma conversa privada entre duas integrantes se interliga com o primeiro nível de capital social (BERTOLINI; BRAVO, 2001) pois percebe-se que as plataformas de mídias sociais digitais, como o Facebook, são capazes de manter um gerenciamento do nível mais básico de capital social; mas não são capazes de aprofundar os laços dessas redes, sendo preciso que os agentes sociais — no caso, os usuários — sejam ativos na plataforma e utilizem-se dessas ferramentas para manter o capital social. No questionário, inclusive, boa parte das usuárias⁷³ respondeu que de forma alguma sentiu que tenha criado laços com as integrantes do RaC. A dinâmica desses laços comunica-se com a produção de valores de capital social (RECUERO, 2020)

No caso desta situação, a visibilidade já é presente, pois o relato foi publicado em uma comunidade com uma presença considerável de mulheres em um espaço virtual. Desse modo, ao permitir uma maior conexão entre os atores sociais, o capital social aumenta essa visibilidade e desenvolve outro valor: o da reputação. Ele é influenciado pelas ações emitidas por um indivíduo e também pelas construções dos outros também sobre estas ações — a título de exemplo, a publicação de um post no RaC traz percepções tanto para a usuária que o publica quanto pelas integrantes da comunidade ao compreender como aquele relato foi recebido pela comunidade. Ao depender dessa repercussão entre o “eu”, o “outro” e a “relação entre ambos” (RECUERO, 2020, p. 109), outras usuárias podem decidir se publicarão seus conteúdos naquela comunidade ou se não se sentem confortáveis com o espaço, escolhendo parar de interagir com os relatos ou sair do grupo no Facebook. No caso da MEMBRO 02,

73 Um total de 61% das mulheres que responderam ao questionário solicitado negaram que tenham criado laços com outras integrantes do RaC.

logo após a entrevista, ela decidiu deixar a comunidade no Facebook e só continuar acompanhando os conteúdos divulgados pela equipe nos perfis do Instagram e Twitter.

Segundo as administradoras, há integrantes que não fazem parte da equipe de gerenciamento do “Recuse a Clicar” que criam outros grupos de debates no Facebook ou em plataformas como o WhatsApp. A pesquisadora esteve, inclusive, presente nesses espaços, mas não se percebeu uma interação maior do que a proporcionada pelo Facebook e suas ferramentas ao longo dos processos interativos.

5.2.7. Aviso

As publicações da categoria incluem postagens feitas apenas pelas administradoras ou moderadoras da comunidade do “Recuse a Clicar (Somente Mulheres)”. Nas postagens coletadas, costumam existir sugestões ou ordens que devem ser seguidas pelas integrantes do grupo que não tem um carro de administração ou moderação no RaC. O intuito principal é de gerar novas regras para manter a ordem na comunidade e em seus processos de interação.

A comunidade tem em sua seção sobre um post fixo de regras de bom convívio para as usuárias. Também existem outras postagens fixadas na sessão, essas publicadas por perfis de administradoras e ou moderadoras do RaC. Em suas normas, o grupo descreve que é um espaço de discussão acerca dos temas postados nas páginas do “Recuse a Clicar” e que não defende nenhuma teoria política e/ou econômica. São considerados válidos apenas o compartilhamento de textos que contribuam apenas com a antítese da indústria pornográfica; por exemplo, é proibido postar notícias falsas, divulgar links pornográficos e a prática de discriminação (racismo, machismo, LGBTQI+fobia etc), além de exposição de pessoas sem uma devida censura e o compartilhamento de conteúdo do grupo para externos. Foi por esta última medida que houve a necessidade de conversar previamente com a administração e com a moderação para autorizar a realização desta pesquisa. Ela não seria possível sem a devida coleta de dados e seus conteúdos; desse modo, após acordo mútuo entre a pesquisadora e a administração da equipe e assinatura do TCLE, a coleta foi autorizada e realizada sob condições de sigilo citadas anteriormente na metodologia deste trabalho.

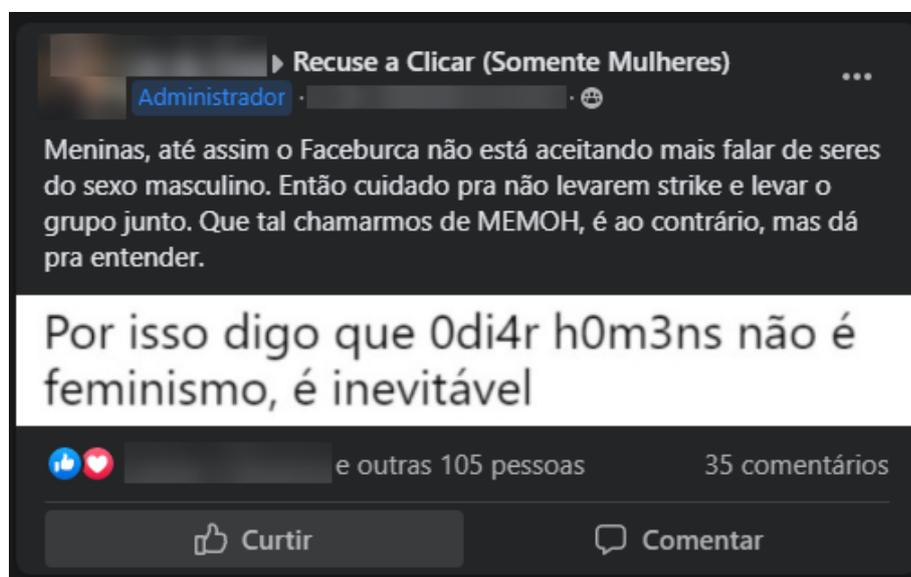
Dentre as normas que mais chamaram a atenção durante o período de análise, está a proibição do uso da reação “haha” em comentários que abordam assuntos sérios, como os relacionamentos abusivos. Segundo a administração, a defesa dos pontos das integrantes em uma discussão é atrapalhada com o uso da reação. Em entrevista para esse trabalho, a ADM

GERAL explica que as normas da comunidade foram baseadas em situações que aconteceram anteriormente no RaC. Por exemplo, a reação “Haha” foi proibida após seu uso por parte de algumas integrantes em relatos tidos como pesados; ao invés das mulheres ajudarem a pessoa que compartilhou o relato, elas utilizavam o “Haha” para debochar do conteúdo publicado.

Outra regra curiosa mas que não se encaixa no RaC é uma regra do grupo misto; lá, os homens não podem chamar pessoas através da mensagem privada (*inbox*), porque já houve situações passadas no qual o “o povo achava que aquilo ali era Tinder” (informação verbal)⁷⁴.

Por fim, as regras têm que ser sempre um consenso de toda a equipe responsável pelo gerenciamento do RaC. Elas costumam ser definidas em grupos externos ao do Facebook, criados apenas entre as administradoras e moderadoras em plataformas como o WhatsApp. É a partir destas comunidades que as integrantes também fazem um certo monitoramento do conteúdo no grupo, como comentar entre si quando há desconfiança de um perfil suspeito ou o compartilhamento de um conteúdo que infrinja as normas da comunidade. Abaixo, um exemplo de publicação desta categoria:

Figura 19 – Publicação de uma ADM no RaC



Fonte: Reprodução.

O pedido da administradora é identificável por este perfil, pois ele foi designado por outra administradora do RaC para este cargo. Administradores e moderadores têm poderes

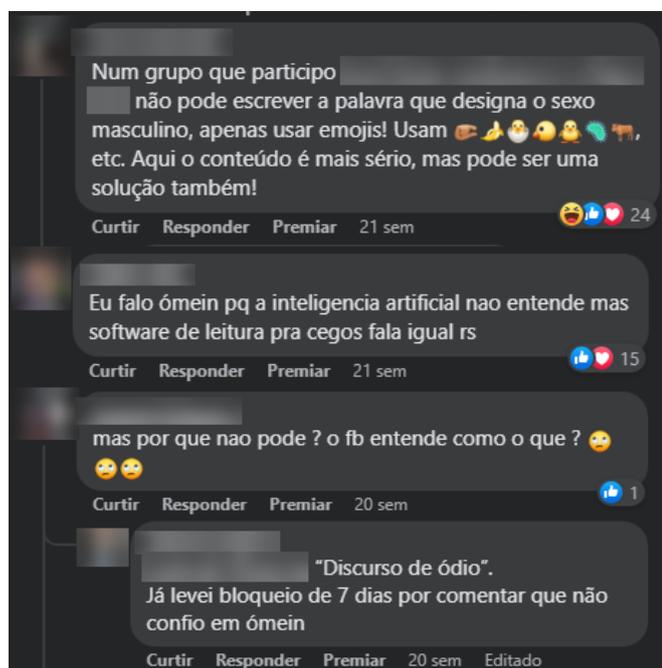
⁷⁴ Entrevista concedida por ADM GERAL [nov. 2021]. [Entrevista concedida a] Marília Freitas. Fortaleza, 2021, 1 arquivo .mp4 (35 min).

diferentes dentro dos grupos no Facebook⁷⁵; mas são facilmente identificados devido a presença do selo que atesta aquele usuário como um detentor de um cargo de responsabilidade no grupo. O uso da ferramenta “Criar publicação” e o selo de seu cargo na comunidade favorecem a produção tanto de um capital social Cognitivo, pois o conteúdo se soma ao compartilhar o conhecimento compartilhado e influencia comentários e postagens posteriores a esta na comunidade; quanto a de um capital social Normativo, pois o pedido da administração faz parte das normas de comportamento e valores da determinada comunidade; ou seja, recomenda-se uma nova forma de falar sobre homens em uma plataforma que pode ler aquele conteúdo de forma “errada”, trazendo consequências para o grupo. Assim, para evitar qualquer dano como a queda da comunidade — e, assim, a paralisação das diversas interações ali desenvolvidas — cabe às gerenciadoras de conteúdo definirem novas normas de interação entre as integrantes.

Há, ainda, a construção da categoria de Confiança no ambiente social. Ao pedir as que as integrantes do RaC se utilizem de novos meios para falar sobre homens e outros relatos na comunidade, existe o estabelecimento de uma certa confiança de que o perfil que irá ler este pedido, o faça com o intuito de garantir a segurança e a permanência do coletivo.

75 Tanto os administradores como os moderadores podem aprovar ou negar solicitações de entrada e de publicações no grupo; mas não cabe, por exemplo, ao moderador alterar o nome, a foto da capa ou as configurações de privacidade de um grupo (FACEBOOK, 2021), o que demonstra uma certa hierarquia até mesmo entre os cargos de poder máximo na comunidade. Freitas e Rodrigues (2021) trazem mais detalhes em trabalho derivado desta pesquisa sobre as diferenças nestes cargos da plataforma.

Figura 20 – Comentários na publicação de uma ADM no RaC



Fonte: Reprodução.

Ao longo dos comentários da publicação, integrantes questionam o porquê da medida, enquanto outras incentivam o debate mostrando outros exemplos de como falam de homens pela plataforma sem sofrer consequências por parte do Facebook. Percebe-se novamente um certo desconhecimento de como o algoritmo da plataforma faz a leitura desses tópicos. Como referência do controle das plataformas, temos os termos de uso explanados anteriormente no terceiro capítulo deste trabalho; entretanto, nem sempre as ações que podem ser realizadas ou não na plataforma ficam tão escancaradas, como relatam, por exemplo, as mulheres que sofreram bloqueio de sete dias por comentar que não confiam em homens e o Facebook considerou o comentário na categoria de “discurso de ódio”.

Porém, dentre as medidas de controle que favorecem o capital social estão a adição recentes de recursos como a implementação de relatos anônimos nas comunidades, o que incentivam a produção de conteúdo nesses grupos do Facebook; ou até mesmo o Facebook Community⁷⁶, site da empresa que reúne as novidades disponíveis na comunidade e como implementá-las. A título de exemplo, a administradora entrevistada nunca passou por nenhum tipo de treinamento por parte do Facebook, mas diz gostar bastante das novidades que a plataforma insere no produto Grupos.

⁷⁶ Disponível em <https://www.facebook.com/community/>. Acesso: 30 jan. 2022.

Mas por considerar o RaC como um “grupo que já está grande demais”, sua prioridade é a de manter a comunidade e preservar seus membros. As administradoras e moderadoras dos perfis da “Recuse” e das comunidades no Facebook não ganham nenhum tipo de recompensa financeira para realizarem o trabalho de produção e gerenciamento do conteúdo online. À época, a administradora entrevistada para este trabalho estava tirando férias da RaC e passou cerca de uma semana sem aceitar novos membros e ou novas publicações, o que gerou uma certa paralisação do fluxo de conteúdo na comunidade. Ainda, com a agregação do perfil pessoal da administradora ao perfil da página, houve o que a ADM GERAL chama de “falta de precisão de tempo” em medir quantas horas do dia se dedica aos cuidados da comunidade ou das páginas da “Recuse a Clicar”. Em questionário, 30 minutos e 60 minutos/dia foram mais mencionados como estimativa de tempo utilizado na administração do grupo. Desse modo, para manter a produção de conteúdo e, ainda assim, diminuir uma certa concentração do comando do grupo nestas mulheres que tem outras prioridades em vida, ferramentas como os selos e a implementação de relatos anônimos que favorecem a manutenção desse grupo e, conseqüentemente, das interações ali presentes:

O que eu descobri recentemente e que quero implementar é a possibilidade do relato anônimo sem precisar passar pela gente. Só que eu descobri faz umas duas semanas, por que eu mesma não sou uma pessoa que participa de grupos no Facebook, então é difícil de eu ver isso. E eu não sei se você já procurou, mas o Facebook não avisa que tem recurso novo, simplesmente tem um botão novo e se você não ficar olhando, passa batido (informação verbal)⁷⁷.

A própria empresa-mãe do Facebook incentiva que os grupos do Facebook utilizem os selos para que novos membros identifiquem os perfis dos administradores e moderadores, como uma forma de reconhecer os “líderes” de uma comunidade. No caso do RaC, essa ferramenta está ativa na comunidade do RaC e influencia a consolidação do valor de reputação do capital social; são o uso dessas e outras ferramentas que permitem um certo controle, inclusive, sobre as impressões deixadas pelos autores, facilitando bastante a construção dessas capitais sociais.

Conclui-se a análise deste capítulo com reflexões sobre o uso diverso de ferramentas nos grupos do Facebook e de como elas favorecem ou não a construção de processos de interação entre as integrantes da comunidade do RaC. Recordar-se que esta comunidade é apenas uma das várias imersas no universo de grupos, servindo como uma amostra das

77 Entrevista concedida por ADM GERAL [nov. 2021]. [Entrevista concedida a] Marília Freitas. Fortaleza, 2021, 1 arquivo .mp4 (35 min).

produções de capital social favorecidas pelo processo de plataformização que a empresa Meta vem desencadeando ao longo dos anos em seus produtos, dentre eles, o Facebook.

Compreende-se também que a formulação do capital social nesta comunidade — e em várias outras no Facebook — depende de restrições e permissões das plataformas; a soma das diversas ferramentas exemplificadas anteriormente permitem uma certa manutenção das interações sociais ali presentes entre os usuários de uma comunidade e, dessa forma, permitem um fluxo constante do capital social. Mas, ao mesmo tempo que algumas ferramentas que possibilitam essas ações, outras suspendem essas interações e, conseqüentemente, alguns das categorias mais frequentemente observadas no RaC, como a produção de capital social Cognitivo e de Confiança no ambiente social — mas resultam, de certo modo, em outras categorias do capital social como o Normativo e o Institucional. Por exemplo, quando se torna necessário em algumas situações a própria intervenção das administradoras e moderadoras do RaC para atuar contra as improbabilidades ocasionadas por um algoritmo que pode trazer conseqüências para o coletivo. Há, ainda, a promoção de valores constantes como a visibilidade das usuárias que escolhem estar na comunidade e participar dos processos de interação do RaC; a reputação dessas integrantes, principalmente por parte das administradoras e moderadoras; e também pela produção de autoridade, vide a referência do espaço do RaC e das páginas do “Recuse a Clicar” como um possível espaço de influência para debates e conteúdos sobre a antipornografia no ambiente online.

A comunidade do RaC não foi a primeira e não será a última articulada apenas entre mulheres no Facebook, pois já houve uma compreensão do poderio o espaço dos grupos para gerar debates e com a aptidão para promover mudanças em sociedade — fato comprovado tanto pelos relatos aqui apresentados quanto pelo próprio investimento da empresa em divulgar o produto Grupos através de campanhas como a “Somos mais Juntos”. Ao mesmo tempo, há um certo desconhecimento de como a plataforma compreende seus clientes e seus usos, sendo alvo tanto de denúncias como o do Facebook Papers como mudanças articuladas pelas próprias administradoras e moderadoras de uma comunidade, aqui, exemplificada com o “Recuse a Clicar (Somente Mulheres)”.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscou-se neste trabalho investigar como o uso das ferramentas de interação do Facebook grupos, ambientado no “Recuse a Clicar (Somente Mulheres)”, geram capital social; ao estabelecer a norma principal de só ter mulheres na comunidade, o espaço se constitui como um ambiente aparentemente acolhedor para debates sobre temas relacionados à antipornografia e a experiências pessoais das mulheres ali presentes. Ainda, medidas de segurança e outras normatizações manuais implementadas e gerenciadas pelas administradoras do RaC favorecem um tipo de segurança e manutenção dos conteúdos e das interações ali encontrados — dessa forma, uma influência na produção de capital social da comunidade. Percebeu-se que a comunidade é bastante buscada para o uso de pedidos de ajuda em situações pessoais na vida de uma integrante, sendo esta categoria a que mais totalizou publicações ao longo da coleta, com um total de 21 posts.

Identificou-se o uso de diversas ferramentas de interação proporcionadas pelo Facebook que favorecem a produção de capital social na comunidade. Dentre as mais utilizadas nas sete categorias encontradas, estão o uso dos comentários; das reações do Facebook, sejam elas nas publicações ou nos próprios comentários; e o uso da ferramenta “Criar publicação” para gerar os conteúdos divulgados à comunidade. Essas três ferramentas são fundamentais para a propagação das interações sociais na escolha do universo desta pesquisa, sendo as mais citadas pelas integrantes tanto nas entrevistas quanto por parte do questionário, quanto se mostrou durante a coleta como áreas bastante propícias tanto para a difusão de conteúdos no RaC quanto para a interação com outras mulheres. Mesmo quando as usuárias não se sentem confortáveis em fazer uma publicação, elas utilizam-se das reações das publicações ou nos comentários para acompanhar os relatos e expor suas opiniões a respeito de algum assunto ou situação específica relatada na comunidade.

O uso dessas funcionalidades dos grupos no Facebook incentiva a produção de algumas categorias de capital social (BERTOLINI; BRAVO, 2001) e de valores de capital social (RECUERO, 2020). No caso do produto, por ser um espaço que permite a junção de diversos perfis para discutir assuntos em comum, observou-se a produção tanto no primeiro nível, por existir como requisito para o segundo nível, que corresponde a um número maior de atores envolvidos - no caso do RaC, são mais de 9 mil mulheres em diversos perfis sociais e econômicos por todo o Brasil e mundo interagindo com os conteúdos ali publicados.

No RaC, as categorias Relacional, Cognitiva, Normativa, Confiança no Ambiente

social e Institucional foram algumas encontradas ao longo das publicações. Entre elas, as categorias Cognitiva, Normativa e de Confiança no ambiente social tiveram maior frequência, por justamente serem facilitadas pelo uso de ferramentas como a “Criar publicação”, para agregar novos conteúdos e, assim, favorecer constantemente o espaço como um local seguro para compartilhamento de experiências e outros relatos; pela implementação dos selos dos grupos no Facebook, favorecendo uma hierarquia entre as usuárias e o gerenciamento de ordens na comunidade; e o somatório de normas impostas pelas próprias administradoras, como a denominação “Somente Mulheres” no título da comunidade, para designar um possível espaço de apoio entre as pessoas ali presentes. Sobre suas percepções com o grupo só com mulheres, a administradora comenta:

De um modo geral, acho que tem muito mais carinho entre os membros: quando tem um relato, as mulheres participam mais ativamente, as opiniões são mais ativas no sentido de querer ajudar, dar bons conselhos, de falar “tá tudo bem, você não tá errada, é ele quem tá errado”. Acho que tem uma sororidade muito grande no grupo e no misto não vejo nada disso [...] o feminino tem muito mais isso, ele é muito mais movimentado, tem muito mais postagens, mesmo sendo um grupo menor. Lá tem mais postagens, tem mais comentários nas postagens, as mulheres se sentem à vontade para colocar relatos pessoais; a maioria dos relatos pessoais que a gente faz são no grupo feminino, porque são conselhos de outras mulheres (informação verbal).

São postagens de pedidos de ajuda ou compartilhamentos de relatos apenas entre mulheres que constroem um espaço de interações, favorecidas por ferramentas do Facebook Grupos citadas anteriormente, e favorecem a construção da comunidade como um espaço de acolhimento e de apoio, o que quebra uma possível percepção de apoio e suporte mútuo constante entre grupos com mulheres. Como percebido anteriormente, atritos entre as próprias integrantes mostram que o espaço nem sempre é um espaço de sororidade. Isso demonstra que o RaC reúne mulheres em suas diversas facetas e vivências mas que, mesmo com um propósito coletivo de serem ajudadas e de ajudarem, às vezes as interações não são empáticas e não resultam em uma sororidade constante, o que é totalmente compreensível.

Há uma construção do RaC como um recinto seguro para compartilhar relatos envoltos em diversas violências contra a mulher apenas entre elas, além do uso de ferramentas que favorecem uma certa institucionalização, como a presença de administradoras e moderadoras promovendo conversas ou apenas gerenciando a comunidade. Mesmo sendo um trabalho voluntário, com essa dedicação limitada a poucos minutos diários, o cuidado com a comunidade traz uma certa relevância quando se trata de comunidades que abordam assuntos

como relacionamentos abusivos e consumo de pornografia — fato comprovado também com os números de seguidores das páginas do “Recuse a Clicar” em plataformas como o Instagram e o Facebook; juntas, somam-se mais de 90 mil pessoas compartilhando e interagindo com esses materiais disponíveis online.

Entre as entrevistadas, percebeu-se uma certa descontinuidade do uso do Facebook como uma plataforma para manter contato com familiares ou amigos, por exemplo, tendo um uso atual mais focado nos grupos, pois outros produtos promovem ferramentas de interação de contato mais convenientes para as usuárias. Por exemplo, se elas deixaram de utilizar mais o Facebook para publicar atualizações sobre sua vida pessoal, foi devido ao surgimento do Instagram como uma plataforma focada na publicação de conteúdo multimídia; se elas deixaram de utilizar mais o Facebook para conversar com familiares e amigos, foi devido ao crescimento do aplicativo de mensagens instantâneas do WhatsApp em todo o Brasil. Até mesmo o uso diversos desses grupos em outras plataformas influenciam na comunidade do RaC: é através de grupos no WhatsApp que as administradoras e moderadoras monitoram de forma mais minuciosa a comunidade do Facebook.

Perceber como essas mulheres interagem em outros espaços digitais pode ser um possível viés para pesquisas futuras ao considerar o seguinte ponto: as três principais plataformas de mídias sociais são de uma mesma empresa, a Meta, o que demonstra um monopólio digital característico do processo de plataformização citado anteriormente no segundo capítulo deste trabalho, no qual trazemos um debate inicial de como essa concentração de poder em uma única empresa influencia processos econômicos e estruturas governamentais de várias plataformas digitais em diferentes setores econômicos e esferas da vida (POELL, NIEBORG E VAN DIJCK, 2020. p. 2).

Ainda, o possível desuso do Facebook enquanto uma plataforma de interação social pode ser influenciada por denúncias mais recentes como o Facebook Papers, série de documentos vazados pela ex-funcionária e engenheira Frances Haugen, que demonstram que as plataformas da Meta estão confusas com seus próprios algoritmos, além de acusações de favorecer “o lucro acima da segurança” dos clientes da empresa. A viralização de discursos de ódio na plataforma, por exemplo, traz dúvidas sobre os reais processos de datatificação do Facebook e de como o conteúdo da plataforma é distribuído entre os usuários.

Mas simultaneamente a esses processos, as integrantes do RaC continuam utilizando-se de recursos dos grupos para promover uma continuidade do espaço proporcionado pelo Facebook para, através dessas comunidades, construir um espaço tido como seguro para

mulheres conversarem entre si sobre suas experiências de vida e contribuírem para os debates. Daí articulam-se ações que podem ser compreendidas em outros trabalhos futuros, como o uso da linguagem leet⁷⁸ nestas comunidades, o que foi percebido durante a coleta dos dados. Outro trabalho que pode ser derivado desta pesquisa inclui a prática da dororidade em grupos de mulheres negras na plataforma do Facebook.

Desse modo, percebe-se que o ambiente digital dos grupos no Facebook possibilita essa conexão de relatos de violência patriarcal e tantas outras dores perpassadas por maioria das usuárias da plataforma com mulheres que buscam sair destes diversos ciclos de violência, sendo uma das características da quarta onda feminista (MARTINEZ, 2019) observadas neste trabalho. Mas pode-se afirmar que essas mobilizações digitais sempre resultam em movimentos sociais? Não cabe a esta pesquisa tal detalhamento, mas produções futuras podem plenamente considerar que esses espaços digitais, dentre eles o Facebook grupos, estão no cerne do surgimento e divulgação de mobilizações como o Movimento #EleNão e de tantas outras campanhas exemplificadas anteriormente.

Por fim, percebe-se que o funcionamento do grupo “Recuse a Clicar (Somente Mulheres)” no Facebook é complexo e há um preço a se pagar para se manter na comunidade, como obedecer tanto aos termos de uso da plataforma como às normatizações impostas na comunidade. Há, ainda, um custo emocional em estar em uma comunidade com tantos relatos semelhantes que podem ser gatilhos para diversas dessas mulheres. Mas bell hooks (2020, p. 25) recorda que uma conscientização feminista enfatizou a importância de aprender sobre o patriarcado como um sistema de dominação, de como ele se institucionalizou e de como ele é disseminado e mantido. E “antes que as mulheres pudessem mudar o patriarcado, era necessário mudar a nós mesmas”. Conclui-se, então, que as ferramentas proporcionadas pelo Facebook grupos na comunidade do RaC, pelo menos, favorecem processos de mudanças nas vidas destas mulheres e a construção de uma rede de apoio para lidar com situações de machismo e de violência que parecem se repetir cada vez mais em um país com retrocessos na garantia do direito à vivência plena dessas mulheres na sociedade brasileira. Este trabalho é apenas um pequeno esboço das relações entre o feminismo, a comunicação e a apropriação

78 A lógica da linguagem leet é baseada em um código de criptografia visual que supostamente pode ser facilmente lido por qualquer leitor humano, mas que frustraria uma busca dos mecanismos de busca, por exemplo, em plataformas - por exemplo, o uso do dígito 3 para substituir a letra E (PEREA; DUÑABEITIA; CARREIRAS, 2008). No caso do RaC, o recurso é exemplificado nas categorias 5.2.2 e 5.2.7 deste capítulo.

dos usos das plataformas de mídias sociais digitais por essas mulheres; e espera-se que as reflexões aqui proporcionadas incitem debates futuros no âmbito dos estudos feministas brasileiros e latino-americanos — algo que, neste momento, parece mais necessário do que nunca.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Isabela. **O DNA da dominação masculina: pornografia e violência contra as mulheres**. 2019. 92 f. TCC (Graduação) - Curso de Jornalismo, Universidade de Brasília, Brasília, 2021. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/26514>. Acesso em: 08 fev. 2022.
- ARAÚJO, Júlio César Rosa de. **Chat na web: um estudo de gênero hipertextual**. 2003. 179 f. Dissertação (Mestrado) — Curso de Letras, Centro de Humanidades, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2003. Disponível em: http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/8753/1/2003_dis_jcraraujo.pdf. Acesso em: 25 out. 2021.
- BAUMEL, Cynthia Perovano Camargo; SILVA, Priscilla de Oliveira Martins da; GUERRA, Valeschka Martins; GARCIA, Agnaldo; TRINDADE, Zeidi Araujo. **Atitudes de Jovens Frente à Pornografia e suas Consequências**. *Psico-USF*, [S.L.], v. 24, n. 1, p. 131-144, jan. 2019. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/1413-82712019240111>.
- BERTOLINI, Sandra; BRAVO, Giacomo. **Social Capital, a Multidimensional Concept**. 2001. Disponível em: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.197.1952&rep=rep1&type=pdf>. Acesso em: 20 nov. 2021.
- BEZERRA, Pollyana Tereza Tavares. **Sororidade nas Redes Sociais: Elas de mãos dadas numa ciranda contra a violência sobre as mulheres?** 2018. 108 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciências da Educação, Universidade do Porto, Porto, 2018. Disponível em: <https://hdl.handle.net/10216/116736>. Acesso em: 08 jan. 2022.
- BONFIM, Cristiane Guilherme; MARTINS, Marina Solon Fernandes Torres; NUNES, Márcia Vidal. **Feminismos em Redes Sociais: Sororidade e Participação Cidadã No Caso Juliana Dal Piva No Twitter**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 44., 2021, Virtual. Anais [...]. Virtual: Issn, 2021. p. 1-15. Disponível em: <http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/62851>. Acesso em: 09 jan. 2022.
- BUSSINESS, Meta For. **Conheça os selos para grupos do Facebook e se aproxime dos seus clientes**. Disponível em: <https://www.facebook.com/business/news/quais-sao-os-selos-para-grupos-do-facebook>. Acesso em: 07 dez. 2021.
- CALGARO, Fernanda. **CCJ da Câmara aprova projeto que torna crime ajudar mulher a abortar**. 2015. Disponível em: <http://g1.globo.com/politica/noticia/2015/10/ccj-da-camara-aprova-lei-que-proibe-venda-da-pilula-do-dia-seguinte.html>. Acesso em: 08 jan. 2022.
- CAMPOS, Juliana Loureiro Almeida; SILVA, Taline Cristina da; ALBUQUERQUE, Ulysses Paulino de. **Observação participante e diário de campo: quando utilizar e como analisar?** In: ALBUQUERQUE, Ulysses Paulino de (ed.). Métodos de pesquisa qualitativa para etnobiologia. São Paulo: Nuupea, 2021. p. 95-112.
- CANTÚ RODRIGUES SOARES, A.; MAZZARINO, J. M. **Feminismo en Internet: cómo**

las redes sociales contribuyen al desarrollo de la cuarta ola feminista en Brasil. *Contratexto*, n. 036, p. 261-286, 29 nov. 2021. Disponível em: <https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/view/5152>. Acesso em 08 jan. 2022.

CARLOMAGNO, Márcio Cunha. **Conduzindo pesquisas com questionários online: uma introdução às questões metodológicas.** *In: SILVA, Tarcízio; BUCKSTEGGE, Jaqueline; ROGEDO, Pedro (org.). Estudando cultura e comunicação com mídias sociais.* Brasília: Ibpad, 2018. p. 31-55.

CARNEIRO, Sueli. **Mulheres em movimento.** *Estudos avançados.* São Paulo, v. 17, n. 49, p. 117-132. 2003.

CARNEIRO, Sueli. **Mulheres em movimento: contribuições do feminismo negro.** *In: HOLLANDA, Heloisa Buarque de (org.). Ensamento Feminista Brasileiro: formação e contexto.* Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019. p. 271-289.

CASTELLS, Manuel. A transformação do mundo na sociedade em rede. *In: CASTELLS, Manuel. Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet.* Rio de Janeiro: Zahar, 2013. p. 161-175.

CERQUEIRA, Ellen Guerra; OLIVEIRA, Dannilo Duarte. **Memes e Capital Social em sites de redes sociais.** *In: SIMPÓSIO EM TECNOLOGIAS DIGITAIS E SOCIABILIDADE (SIMSOCIAL), 2., 2012, Salvador. Anais [...].* Salvador: Gits, 2012. p. 1-16. Disponível em: http://gitsufba.net/anais/wp-content/uploads/2013/09/n1_memes_44945.pdf. Acesso em: 02 dez. 2021.

CISNE, Mirla. **Feminismo e consciência de classes no Brasil.** São Paulo: Cortez Editora, 2015

COMSCORE. **O Panorama das Redes Sociais na América Latina.** *In: O Panorama das Redes Sociais na América Latina. [S. l.], 2017.* Disponível em: <https://www.comscore.com/por/Insights/Apresentacoes-e-documentos/2017/O-Panorama-das-Redes-Socias-na-America-Latina>. Acesso em: 31 jan. 2022.

DAMASCO, Mariana Santos; MAIO, Marcos Chor; MONTEIRO, Simone. **Feminismo negro: raça, identidade e saúde reprodutiva no Brasil (1975-1993).** *Revista Estudos Feministas, Florianópolis, v. 20, n. 1, p. 133-151, maio 2012.* Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/S0104-026X2012000100008/21855>. Acesso em: 08 jan. 2022.

D'ANDRÉA, Carlos. **Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos.** Salvador: Edufba, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/32043>. Acesso em: 15 nov. 2021.

DUARTE, Constância Lima. **Feminismo: uma história a ser contada.** *In: HOLLANDA, Heloisa Buarque de (org.). Ensamento Feminista Brasileiro: formação e contexto.* Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019. p. 25-48.

ÉPOCA NEGÓCIOS. Grupo "**Mulheres Unidas Contra Bolsonaro**" chega a 1 milhão de integrantes. 2018. Disponível em:

<https://epocanegocios.globo.com/Brasil/noticia/2018/09/grupo-mulheres-unidas-contrabolsonaro-chega-1-milhao-de-integrantes.html>.

ESCOSTEGUY, A. C. D. **Comunicação e Gênero no Brasil: discutindo a relação**. Revista ECO-Pós, [S. l.], v. 23, n. 3, p. 103–138, 2020. DOI: 10.29146/eco-pos.v23i3.27643. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/27643. Acesso em: 9 jan. 2022.

ESTADO DE MINAS. **Facebook irá restabelecer grupo 'Mulheres Unidas Contra Bolsonaro', hackeado no sábado**. 2018. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2018/09/16/interna_politica,989230/facebook-irarestabelecer-grupo-mulheres-unidas-contrabolsonaro.shtml. Acesso em: 14 jan. 2022.

FACEBOOK. **Como faço para reagir a uma publicação ou a um comentário no Facebook?** Disponível em: <https://www.facebook.com/help/933093216805622>. Acesso em: 15 nov. 2021.

FACEBOOK. **O poder das comunidades virtuais | Facebook Community**. Disponível em: <https://www.facebook.com/community/whats-new/power-virtual-Communities/>. Acesso em: 02 dez. 2021.

FACEBOOK. **O que significa "Curtir" algo no Facebook?** Disponível em: <https://www.facebook.com/help/110920455663362/>. Acesso em: 15 nov. 2021.

FACEBOOK. **Facebook for Developers**. Disponível em: <https://developers.facebook.com>. Acesso em: 15 nov. 2021.

FALKEMBACH, Elza M. F. **Diário de Campo: um instrumento de reflexão**. Contexto e Educação. Universidade de Ijuí. ano 2. nº 7, julho/set 1987. p. 19-24.

FARIAS, Leidiane Alves de. **Comunicação e Feminismo: experiências cyberfeministas no Brasil**. 2015. 146 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Estudos Interdisciplinares Sobre Mulheres, Gênero e Feminismo, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2015. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/25659>. Acesso em: 08 jan. 2022.

FERREIRA, G. de S. **Feminismo e redes sociais na Marcha das Vadias no Brasil**. Revista Ártemis, [S. l.], v. 15, n. 1, 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/artemis/article/view/16636>. Acesso em: 8 jan. 2022.

FREITAS, Marília; RODRIGUES, Rafael. **“QUERIA OUVIR VCS, MENINAS”:** A PRODUÇÃO DE CAPITAL SOCIAL EM GRUPOS COM MULHERES NO FACEBOOK. In: ENCONTRO VIRTUAL DA ABCIBER, 2., 2021, Virtual. **Anais [...]**. Virtual: Abciber, 2021. p. 1-24. Disponível em: <https://abciber.org.br/simposios/index.php/virtualabciber/virtual2021/paper/viewFile/1605/772>. Acesso em: 28 jan. 2022.

FÓRUM BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA. **Anuário Brasileiro de Segurança Pública 2016**. São Paulo: Fórum Brasileiro de Segurança Pública, 2016. 138 p. Disponível em: https://assets-dossies-ipg-v2.nyc3.digitaloceanspaces.com/sites/3/2018/05/FBSP_ANUARIO_10_2016.pdf. Acesso em: 08 jan. 2022

GOHN, Maria da Gloria. Movimentos Sociais, Cidadania e Educação. *In*: GOHN, Maria da Gloria. **Movimentos sociais e educação**. São Paulo: Cortez Editora, 2001. p. 11-22.

GOMES, Bianca. **Declarações de Bolsonaro contra mulheres levam a mais discriminação, diz procurador**: entrevista com pedro machado, procurador regional dos direitos do cidadão em são paulo. Entrevista com Pedro Machado, procurador regional dos Direitos do Cidadão em São Paulo. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,declaracoes-de-bolsonaro-contramulheres-levam-a-mais-discriminacao-diz-procurador,70003395595>.

Acesso em: 14 jan. 2022

GOMES, Larisse Louise Pontes. **Estéticas em transformação: a experiência de mulheres negras na transição capilar em grupos virtuais**. *In*: SILVA, Tarcízio (org.). COMUNIDADES, ALGORITMOS E ATIVISMOS DIGITAIS: OLHARES AFRODIASPÓRICOS. São Paulo: Literarua, 2021. p. 91-109. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/339954112_Comunidades_Algoritmos_e_Ativismos_Digitais_olhares_afrodiaporicos. Acesso em: 08 fev. 2022.

GOOGLE TRENDS. **Meu Primeiro Assédio**. 2015. Disponível em: https://trends.google.com.br/trends/story/BR_cu_Awe0NVEBAADmsM_en. Acesso em: 08 jan. 2022.

HARAWAY, Donna. **Manifesto ciborgue: ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX**. *In*: HOLLANDA, Heloisa Buarque de (org.). Pensamento FemRinista: conceitos fundamentais. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019. p. 157-212.

HELMOND, Anne. **A Plataformização da Web**. *In*: OMENA, editado por Janna Joceli. Métodos digitais: Teoria-Prática-Crítica. Lisboa: Instituto de Comunicação da Nova, 2019. p. 49-62.

HELMOND, Anne. **The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready**. 2015. *Social Media + Society*, 1(2). doi:10.1177/2056305115603080

HELMOND, Anne. **A Plataformização da Web**. *In* Métodos Digitais: Teoria-Prática-Crítica. . 2019. Ed. Janna Joceli Omena. Transl. Tiago Salgado. Lisbon: ICNOVA, pp. 49–72.

HINE, Christine. **Ethnography for the Internet embedded, embodied and everyday**. London: Bloomsbury Academic, 2015. p. 1-18.

HOLLANDA, Heloisa Buarque de. **Introdução**. *In*: HOLLANDA, Heloisa Buarque de (org.). Pensamento Feminista Brasileiro: formação e contexto. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019. p. 9-24.

KIRKPATRICK, David. **Facebook's plan to hook up the World**. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20080226142818/http://money.cnn.com/2007/05/24/technology/facebook.fortune/index.htm>. Acesso em: 13 nov. 2021.

LEAL, Vinícius. **Governo muda regras e obriga médicos a avisar polícia sobre pedidos de aborto por estupro**. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/noticia/2020/08/28/portaria-amplia-exigencias-a-medicos-que>

atendam-mulheres-em-busca-de-aborto-por-estupro.ghtml. Acesso em: 14 jan. 2022.

LEWGOY, A. M. B.; ARRUDA, M. P. **Novas tecnologias na prática profissional do professor universitário: a experiência do diário digital**. Revista Textos e Contextos: coletâneas em Serviço Social, Porto Alegre: EDIPUCRS, n. 2. 2004, p. 115-130.

LIMA, Telma Cristiane Sasso de; MIOTO, Regina Célia Tamaso. **Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica**. Revista Katál, Florianópolis, v. , n. 10, p. 37-45, abr. 2007.

MARTELLO, Alexandro. **Brasil teve 105 mil denúncias de violência contra mulher em 2020; pandemia é fator, diz Damares**. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2021/03/07/brasil-teve-105-mil-denuncias-de-violencia-contramulher-em-2020-pandemia-e-fator-diz-damares.ghtml>. Acesso em: 14 jan. 2022.

MARTINEZ, Fabiana Jordão. **O conhecimento feminista na era digital: grupos de discussão do facebook como uma nova epistemologia do conhecimento**. In: Seminário Internacional Fazendo Gênero 11 & 13th Women's Worlds Congress, 11., 2017, Florianópolis. Anais Eletrônicos. Florianópolis: Issn 2179-510X, 2017. p. 1-14. Disponível em: http://www.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1520948963_ARQUIVO_ST037-Oconhecimentofeministanaeradigital-FabianaJordaoMartinez.pdf. Acesso em: 25 dez. 2021.

MARTINEZ, Fabiana. **Feminismos em movimento no ciberespaço**. Cadernos Pagu, Campinas, SP, n. 56, p. 1-34, 2019. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/8657098>. Acesso em: 08 jan. 2022.

MARTINEZ, Fabiana Jordão. **Militantes e radicais da quarta onda: o feminismo na era digital**. Revista Estudos Feministas, Florianópolis,, v. 29, n. 3, p. 1-14, dez. 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/70177/47874>. Acesso em: 08 jan. 2022.

META. **Apresentando Meta: uma empresa de tecnologia social**. Disponível em: <https://about.fb.com/br/news/2021/10/apresentando-meta-uma-empresa-de-tecnologia-social/>. Acesso em: 29 out. 2021.

META. **Informações da Empresa — Sobre o Facebook**. 2021. Disponível em: <https://about.facebook.com/br/company-info/>. Acesso em: 10 nov. 2021.

MODELLI, Laís. **Nova portaria sobre aborto cita Código Penal e diz que médicos 'deverão' comunicar o estupro à polícia**. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/noticia/2020/09/24/governo-publica-nova-portaria-sobre-procedimento-para-aborto-em-caso-de-estupro.ghtml>. Acesso em: 08 jan. 2022.

MÜLLER, Frank; THIESING, Frank. Social networking APIs for companies: an example of using the facebook api for companies. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON COMPUTATIONAL ASPECTS OF SOCIAL NETWORKS (CASON), 3., 2011, Spain. **Proceedings [...]**. Germany: Electronic Isbn:978-1-4577-1133-6, 2011. p. 120-123.

NEXO. **Facebook sabia do risco de invasão ao Capitólio**. 2021. Disponível em:

<https://www.nexojornal.com.br/extra/2021/10/23/Facebook-sabia-do-risco-de-invasão-ao-Capitólio>. Acesso em: 25 jan. 2022.

OLHAR DIGITAL. **Facebook teve mais de 650 mil posts atacando eleições antes de invasão ao capítólio**. 2022. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2022/01/05/internet-e-redes-sociais/facebook-teve-mais-de-650-mil-posts-atacando-eleicoes-antes-de-invasao-ao-capitolio/>. Acesso em: 28 jan. 2022.

O'REILLY, Tim; MUSSER, John. **Web 2.0 Principles and Best Practices**. United States Of America: O'reilly Media, 2007.

OXFORD, Lexico By. Pornografía | Definición by Oxford Dictionary. Disponível em: <https://www.lexico.com/es/definicion/pornografia>. Acesso em: 08 fev. 2022.

PLAN INTERNATIONAL. **Liberdade on-line?:** como meninas e jovens mulheres lidam com o assédio nas redes sociais. São Paulo: Plan Internacional, 2020. Disponível em: <https://plan.org.br/wp-content/uploads/2020/10/LIBERDADE-ON-LINE-20201002.pdf>. Acesso em: 14 jan. 2022.

PRAZERES, Leandro. **Ministério da Saúde admite que publicou portaria por pressão de entidades antiaborto**. 2020. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/ministerio-da-saude-admite-que-publicou-portaria-por-pressao-de-entidades-antiaborto-24675541>. Acesso em: 14 jan. 2022.

PEREA, Manuel; DUÑABEITIA, Jon Andoni; CARREIRAS, Manuel. R34D1NG WORD5 WITH NUMB3R5. **Journal Of Experimental Psychology**, Valência, v. 34, n. 1, p. 237-240, fev. 2008. Disponível em: <https://www.uv.es/~mperea/leet1.pdf>. Acesso em: 01 fev. 2022.

PEREZ, Olívia Cristina; RICOLDI, Arlene Martinez. **A quarta onda feminista: interseccional, digital e coletiva**. In: Congresso Latino-americano de Ciência Política (ALACIP), 10, Monterrey, Nuevo León, México, 2019. Anais [...]. s. l.: ALACIP; Asociación Mexicana de Ciencias Políticas A.C. (AMECIP); Tecnológico de Monterrey, 2019. Disponível em: <https://alacip.org/cong19/25-perez-19.pdf>. Acesso em: 07 jan. 2022.

PIEDADE, Vilma. **Dororidade**. Editora Nós, 2018.

PITANGUY, Jacqueline. A carta das mulheres brasileiras aos constituintes: memórias para o futuro. In: HOLLANDA, Heloisa Buarque de (org.). **Pensamento Feminista Brasileiro: formação e contexto**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019. p. 81-99.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. **Plataformização**. Fronteiras — Estudos Midiáticos, [S.L.], v. 22, n. 1, p. 2-10, 4 abr. 2020. UNISINOS — Universidade do Vale do Rio Dos Sinos. <http://dx.doi.org/10.4013/fem.2020.221.01>

PROPMARK. **Facebook aborda sexismo, racismo e LGBTQIA+ em nova campanha**. 2020. Disponível em: <https://propmark.com.br/facebook-aborda-sexismo-racismo-e-lgbtqia-em-nova-campanha/>. Acesso em: 19 jan. 2022.

PUSCHMANN, Cornelius; AUSSERHOFER, Julian. Social Data APIs: origin, types, issues. In: SCHÄFER, Mirko Tobias; VAN ES, Karin (ed.). **The Datafied Society: studying culture**

through data. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2017. p. 147-154.

RECUERO, Raquel. **Um estudo do capital social gerado a partir de redes sociais no Orkut e nos Weblogs**. Revista FAMECOS, v. 12, n. 28, p. 88-106, 13 abr. 2008.

RECUERO, Raquel. **Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook**. Revista Verso e Reverso, Porto Alegre, v. 28, n. 68, p. 114-124, maio/ago. 2014.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. 2. ed. Porto Alegre: Meridional, 2020.

RECUSE A CLICAR. **Grupo "Recuse a Clicar (Somente Mulheres)"**. 2021. Facebook: Recuse a Clicar. Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/137458023621626/>. Acesso em: 02 out. 2021

REDAÇÃO. **Facebook atinge valor de US\$ 1 trilhão após Justiça dos EUA rejeitar processo antitruste**. O Estado de S. Paulo, São Paulo. 2021. Disponível em: <https://link.estadao.com.br/noticias/empresas,facebook-atinge-valor-de-us-1-trilhao,70003762348>. Acesso em: 16 jul. 2021.

SCHWARTZ, Morris S.; SCHWARTZ, Charlotte Green. **Problems in Participant Observation**. American Journal Of Sociology, [S.L.], v. 60, n. 4, p. 343-353, jan. 1955. University of Chicago Press.

SILVA, Tarcízio. **Racismo algorítmico em plataformas digitais: microagressões e discriminação em código**. In: SILVA, Tarcízio (org.). COMUNIDADES, ALGORITMOS E ATIVISMOS DIGITAIS: OLHARES AFRODIASPÓRICOS. São Paulo: Literarua, 2020. p. 129-145

SORJ, Bila; GOMES, Carla. **Corpo, geração e identidade: A Marcha das Vadias no Brasil**. Soc. Estado, vol.29, n. 2, Brasília, maio/ago. 2014

SOUZA, Elisa de. **Movimento 'Vamos juntas?' une desconhecidas contra a violência**. 2015. Disponível em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2015/08/movimento-vamos-juntas-une-desconhecidas-contra-violencia.html>. Acesso em: 08 jan. 2022.

SPRADLEY, J. P. (1980). **Participant observation**. New York: Holt, Rinehart & Winston, INC

STAKE, Robert E.. **Pesquisa Qualitativa: estudando como as coisas funcionam**. Porto Alegre: Artmed, 2011.

STATISTA. **Leading countries based on Facebook audience size as of January 2021**. 2021. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/268136/top-15-countries-based-on-number-of-facebook-users/>. Acesso em: 14 jan. 2022

STATISTA. **Number of Facebook users in Brazil as of June 2021, by gender**. 2021. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/866227/facebook-user-share-brazil-gender/>. Acesso em: 14 jan. 2022.

STOP HATE FOR PROFIT. **Review of Facebook's Progress on Stop Hate for Profit Recommendations.** 2021. Disponível em: <https://www.stophateforprofit.org/progress-report>. Acesso em: 17 jan. 2022

STUMPF, Ida Regina C. **Pesquisa bibliográfica.** In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2006. p. 51-61.

SUPERVISÃO, Comitê de. **Comitê de Supervisão | Julgamento Independente. Transparência. Legitimidade.** Disponível em: <https://oversightboard.com>. Acesso em: 12 nov. 2021.

THINK OLGA. **Chega de Fiu Fiu.** Disponível em: <https://thinkolga.com/projetos/chega-de-fiu-fiu/>. Acesso em: 08 jan. 2022.

VALENTE, Jonas. **Os monopólios digitais e a espiral da vigilância comercializada. Entrevista especial com Jonas Valente, por Patricia Fachi.** Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/603880-o-monopolio-digital-e-a-espiral-da-vigilancia-comercializada-entrevista-especial-com-jonas-valente>. Acesso em: 05 nov. 2021.

VALENTE, Jonas Chagas Lúcio. **Tecnologia, informação e poder: das plataformas online aos monopólios digitais.** 2019. 400 f. Tese (Doutorado) - Curso de Sociologia, Universidade de Brasília, Brasília, 2019. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/36948>. Acesso em: 17 jan. 2022.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; WAAL, Martijn de. **The Platform Society.** Reino Unido: Oxford Scholarship Online, 2018.

VIEIRA, Sonia. **Como elaborar um questionário.** São Paulo: Atlas S. A., 2009.

VIEIRA, Vera de Fátima. **Comunicação e Feminismo: as possibilidades da era digital.** 2012. 234 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciências da Comunicação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-22052013-163040/publico/VERAVIEIRA.pdf>. Acesso em: 09 jan. 2022.

WEST, Emily; BRAUN, Joshua; FERRAZ, Cláudia P. **Sleeping Giants e os boicotes indiretos contra a extrema direita nos Estados Unidos.** Aurora: Revista de Arte, Mídia e Política, São Paulo, v. 14, n. 40, p. 28-47, fevereiro-maio 2021.

YIN, Robert K.. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos.** 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2015.

YIN, Robert K.. **Pesquisa qualitativa do início ao fim.** Porto Alegre: Penso, 2016.

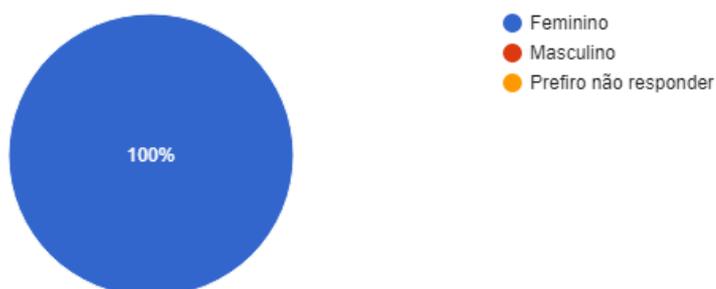
ZAKARIA, Rafi. **Contra o feminismo branco.** Capítulo sete - eu construí um templo feminista branco. 1. ed. - Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021.

ZANELLO, Valeska. **Maculindades, cumplicidade e misoginia na "Casa dos Homens": um estudo sobre os grupos de WhatsApp masculinos no Brasil.** In: FERREIRA, Larissa (org.). Gênero em perspectiva. Curitiba: Crv, 2020. p. 79-102.

APÊNDICE 1 - RESUMO DAS RESPOSTAS COLETADAS NO QUESTIONÁRIO

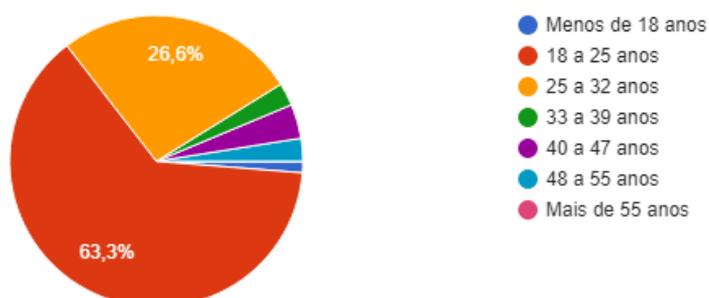
Com qual gênero você se identifica?

79 respostas



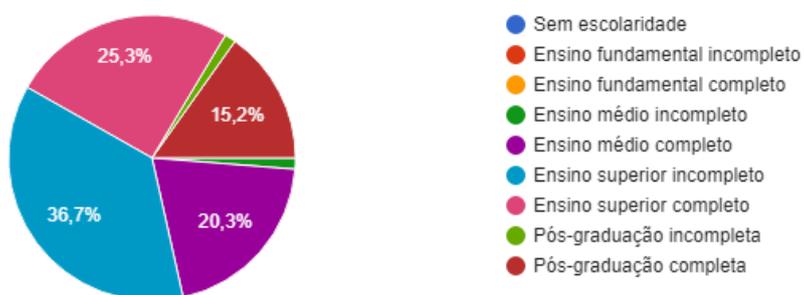
Qual é a sua idade?

79 respostas



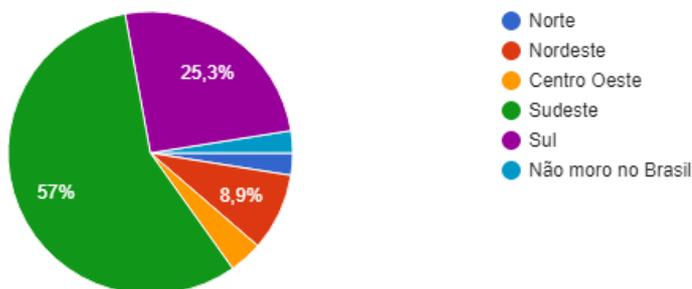
Qual é a sua escolaridade?

79 respostas



Em qual região brasileira você vive?

79 respostas



Se você marcou a opção "Não moro no Brasil", cite abaixo em qual país você vive.

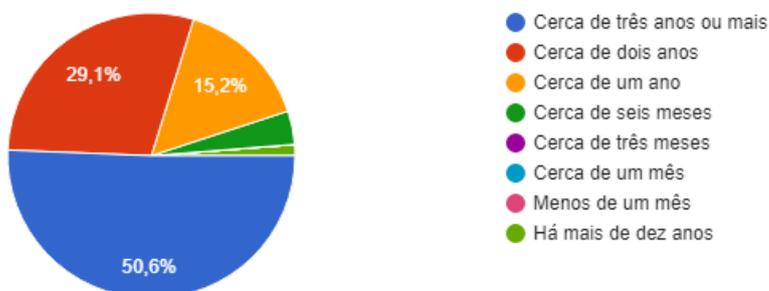
2 respostas

Estados Unidos

França

Há quanto tempo acompanha debates sobre antipornografia e/ou feminismo na internet?

79 respostas



Onde você costuma buscar informações sobre as teorias feministas ou antipornografia na internet?

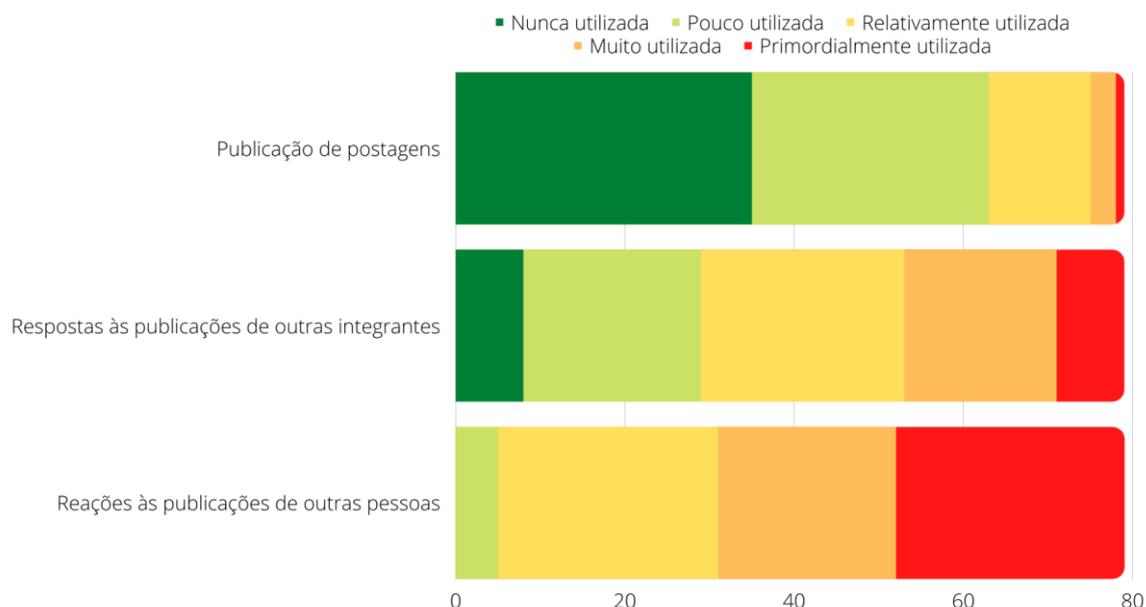
79 respostas



Assinale abaixo quais conteúdos você já publicou na comunidade do Recuse a Clicar (Somente Mulheres) no Facebook

Categorias	Nunca Publiquei	Já publiquei	Prefiro não responder
Compartilhar uma publicação de outro Grupo ou de uma página	62	17	0
Compartilhar materiais externos com o objetivo de gerar conhecimento sobre antipornografia ou assunto relacionado	53	26	0
Pedir ajuda ou conteúdos para ajudar em discussões fora da comunidade da internet	59	20	0
Compartilhar notícias	49	29	1
Enviar um relato anônimo para administração/moderação	65	14	0
Trazer um relato de superação ou agradecimento	58	21	0

Considerando sua participação no Recuse a Clicar (Somente Mulheres), marque abaixo as ações já realizadas por você na comunidade:



Ao pensar em sua participação na comunidade RAC (Somente Mulheres), informe abaixo suas percepções:

Respostas
Como não sou muito de postar e comentar, acho que as perguntas sobre admistração não valem muito pra mim. Mas foi pela página no face que entendi o problema da pornografia.
Adoro o grupo é fico muito feliz dele existir. Por muito tempo me vi sozinha ao pensar essas questões, mas com o grupo, com a página tbm, me vi acolhida.
A última pergunta poderia ter uma resposta "não se aplica", pois se não sou "ativa" no grupo (não posto, não comento) não faz sentido responder perguntas como "se sente visível, se sente acolhida etc", respondo com base do que vejo das outras pessoas e imagino que não seja exatamente isso que estejas buscando avaliar na sua pesquisa
O grupo as vezes me deixa um pouco paranoica com relação ao meu relacionamento (homem cis hetero). Não posso deixar de mencionar que as discussões serviram para alertar outras mulheres da minha família
Não me sinto segura ainda para debater o assunto em público. Estou me informando a passos lentos. Diminuí completamente o consumo desse tipo de conteúdo, uso a plataforma para me informar e ler sobre outros relatos, mas nunca falei publicamente sobre o tema.
Já utilizei o grupo para buscar amizades, pois achei que seria um ambiente bom para conseguir contatos de outras mulheres. Fui extremamente acolhida, e isso me marcou bastante.
É um grupo acolhedor.
Tiro muitos conselhos pra mim mesma a partir dos comentários de posts que se encaixam de alguma forma na minha situação
Muito bom o grupo
O grupo ajuda bastante as mulheres de modo geral, e incentiva cada uma a fazer o que é certo para a segurança e bem estar das mesmas, ajudamos umas as outras sempre de braços abertos e muitas delas contam relatos que aparecem outras que se identificam que passam pela mesma situação, e acho isso massa, faço parte deste grupo e é maravilhoso porque aprendi e aprendo até hoje a me valorizar como mulher cada vez mais.
Eu penso q o grupo é muito necessário, principalmente depois da internet, onde o acesso a pornografia se tornou fácil e rápido. É necessário e pertinente discutir a pornografia e seus estragos, exaustivamente, até qd der. Os estragos q ela causa são muitos, principalmente nas mulheres, q tradicionalmente não têm vida fácil justamente por serem mulheres.
É um ótimo grupo, necessário. Espero ajudar com minhas participações, minha maior intenção é acolher e tentar gerar fortalecimento a quem está passando por péssimos momentos ocasionados pela pornografia, direta ou indiretamente.
Participar do grupo me permitir acompanhar textos antiporn e os comentários das usuárias me

trazem uma clareza maior sobre o tema, que procurei por afinidade e por não acreditar na indústria que só prejudica a vida de homens e mulheres

Grupo extremamente necessário, não só pra quem passa pelos vícios, mas também é uma ótima fonte para quem tem interesse sobre o assunto

O pontapé para questionarmos as opressões machistas já vale muito, porém ainda temos muito o que percorrer. Que sejamos umas pelas outras, sempre.

Considero o grupo importantíssimo para o acolhimento e o fortalecimento da autoestima das mulheres, principalmente das mais jovens.

Fez com que eu me sentisse bem ao ver que tem muitas outras mulheres que enxergam os malefícios da pornografia

Só tenho elogios a fazer ao grupo.

O recuse a clicar foi um espaço de acolhimento naquela fase em que você se sente a louca, a crente, a conservadora, a insegura no mundo atual. Quando você crê que o problema está em você. Cheguei até lá ao perguntar a uma amiga se ela conhecia algum conteúdo antipornografia, que me indicou outra amiga, que indicou a página. A página trouxe muita dor, pelo contato com a realidade, simultânea a uma sensação de liberdade indescritível. Eu já não consumia pornô há alguns anos, mas meu companheiro consumia de forma compulsiva até. Com o recuse eu aprendi a solidificar minha voz e, como diria dworkin, endurecer meu coração. Fazer do meu não, uma palavra audível que não gere dúvidas. O não riso, a não transa, se eu não quisesse rir ou transar. Aprender a dizer que não quero ver tal seriado, mesmo que famoso, pq não gosto da exposição da mulher ali. Foi essencial pra minha recuperação e sou muito, muito grata pela rede de apoio encontrada ali.