

NI UNA MENOS: CIÊNCIA DAS REDES E ANÁLISE DE UM COLETIVO FEMINISTA

NI UNA MENOS: NETWORK SCIENCE AND THE ANALYSIS OF A FEMINIST COLLECTIVE

Maristella Gabardo **1**
Rodrigo Esteves de Lima-Lopes **2**

Doutoranda em Linguística Aplicada (IEL/Unicamp)/Mestra em Letras (UFPR). Possui graduação em Letras Português Espanhol pela Universidade Federal do Paraná e graduação em Letras inglês pela Universidade Federal do Paraná. Instituto Federal do Paraná. E-mail: maris.gabardo@ifpr.edu.br **1**

Universidade Estadual de Campinas/FAPESP. E-mail: rll307@unicamp.br. Bolsista de auxílio regular à pesquisa FAPESP, processo 2016/11230-5. **2**

Resumo: Este artigo analisa, através da teoria de redes, o coletivo feminista argentino Ni Una Menos. Para tanto, foram analisadas as postagens da página oficial do Facebook do grupo, suas reações, o engajamento e o compartilhamento que elas tiveram e a formação de redes entre os participantes do movimento. Após a coleta de dados, foi realizada uma pesquisa quantitativa seguida de uma análise qualitativa dos dados. Pôde-se concluir que grande parte do êxito do coletivo se deve pela formação de uma comunidade virtual de discussão, filiação, encontro e de ativa tomada de decisões.

Palavra-chave: Ciência das Redes; Coletivo Feminista; Ciberativismo; Facebook

Abstract: This article analyses the Argentine feminist collective Ni Una Menos, relying on Network Science as its main theoretical approach. In order to do so, we analysed the posts of the group's official Facebook page, their reactions, the engagement and sharing rates, as well as the formation of networks amongst the participants of the movement. After the quantitative research and data collection, a qualitative analysis of the data was performed. It was concluded that much of the success of the collective is due to the formation of a virtual community of discussion, membership, gathering and active decision-making.

Key-words: Network Science, Feminist Collective; Cyberactivism; Facebook.

Introdução

No ano de 2015, após uma série de notícias sobre feminicídios sem resolução e, principalmente, após o caso de Chiara, uma menina de 14 anos grávida que foi morta e enterrada no quintal da casa de seu namorado, uma grande onda de revolta percorreu a Argentina. Sob a hashtag #NiUnaMenos convocada pela jornalista Marcela Ojeda, o movimento tomou corpo e voz e culminou em uma primeira manifestação pública convocada para o dia 3 de junho de 2015 na frente da praça do congresso na Argentina, contando com mais de 200 mil pessoas¹. De acordo com os organizadores,² em sua página oficial, ocorreram diversas manifestações concomitantes em mais de 200 localidades da Argentina, além de contar com o apoio de manifestantes simpatizantes da causa pelo mundo todo; em três meses, a página do Facebook *Ni Una Menos*³ alcançou mais de 219 mil curtidas.

O presente artigo tem como objetivo analisar, a partir dos mecanismos da Ciência das Redes, quais foram os principais fatores que impulsionaram a disseminação das reivindicações desse coletivo nas redes sociais virtuais.

A principal reivindicação do coletivo *Ni Una Menos* é exigir que a lei 26485 – Lei de proteção integral para prevenir, sancionar e erradicar a violência contra as mulheres em todos os âmbitos nos quais existam relações interpessoais⁴ de 2009 (aprovada por ampla maioria no congresso argentino) – seja regulamentada e tenha recursos direcionados para o seu cumprimento.

De acordo com a ONG *Casa del Encuentro*,⁵ entre 2009 e 2015, a cada ½ hora uma mulher foi assassinada na Argentina, o que significa mais de 1600 mulheres em seis anos. Os dados sobre a naturalidade como a sociedade argentina entende os atos de violência podem ser ainda mais assustadores. De acordo com o estudo sobre a violência contra a Mulher da Equipe Latino-americana de Justiça e Gênero,⁶ em Buenos Aires, seis em cada dez mulheres sofrem algum tipo de violência física ou psicológica por parte de seu parceiro. Duas em cada dez mulheres sofrem violência física, mas, apenas 10% denunciam os abusos que sofrem. Díaz y López (2016), em sua pesquisa de doutorado intitulada “Ni una menos: el grito em común”, entrevistaram a algumas das cabeças organizadoras do coletivo que relatam, como foi pensado o início desse movimento:

El día que el novio mata a Chiara Páez, que era una chica embarazada de 14 años, de Rufino –Santa Fe–, Marcela Ojeda dijo en Twitter: ‘Basta. Mujeres, periodistas, artistas, nos tenemos que unir. Nos están matando. ¿No vamos a hacer nada?’. Entonces 10 mujeres, la mayoría periodistas, reaccionamos inmediatamente a ese tuit – mensaje que se envía a través de Twitter–. Nos pusimos a hablar y una dijo: ‘Me imagino una marcha con referentes de todos los ámbitos’. ‘Sí, armémosla’. ‘¿En cuánto tiempo?’. ‘Necesitamos un par de semanas para poder organizarnos’. ‘¿Qué día?’. ‘Necesitamos que sea un día que no tengamos cierre en las revistas’. Así surge eso. De ahí pasamos a un chat privado donde decidimos el hashtag #NiUnaMenos. Nos apoyamos en que tres de las chicas, Hinde Pomeranec, Ingrid Beck y Soledad Vallejos, habían participado en marzo del año pasado de una maratón de lecturas donde habían convocado a algunos familiares y se había leído contra los femicidios, bajo la consigna ‘ni una menos’, que es una consigna tomada de una poetisa latinoamericana a quien terminaron asesinando (Mercedes Funes, organizadora)⁷ (DÍAZ; LÓPEZ, 2016).

1 Dados dos organizadores do evento. De acordo com jornal El Clarín, o movimento atraiu cerca de 150 mil pessoas.

Disponível em: https://www.clarin.com/sociedad/NiUnaMenos-dia-despues-lucha-compromiso_0_BJW2LuYPmx.html

2 Disponível em <http://niunamenos.com.ar>

3 Disponível em: <https://www.facebook.com/Ni-una-menos-351635908360931/>

4 Disponível em: http://s1000050.ferozo.com/wpcontent/uploads/2015/06/Ley_26485_y_Decreto_Reglamentario.pdf

5 Disponível em: https://www.clarin.com/sociedad/ni-una-menos-violencia-genero_0_ryUCPdKwQl.html

6 Disponível em: <http://www.ela.org.ar/a2/index.cfm?fuseaction=MUESTRA&codcontenido=2463&plcontempl=43&aplicacion=app187&cnl=14&opc=49>

7 De acordo com Bermúdez e Bonino (2017) a frase “Ni una mujer menos, ni una mujer más” da poetisa Susana Chávez Castillo

também foi um dos slogans do de nome do movimento mexicano “Éxodo por la vida de las mujeres” de 2009.

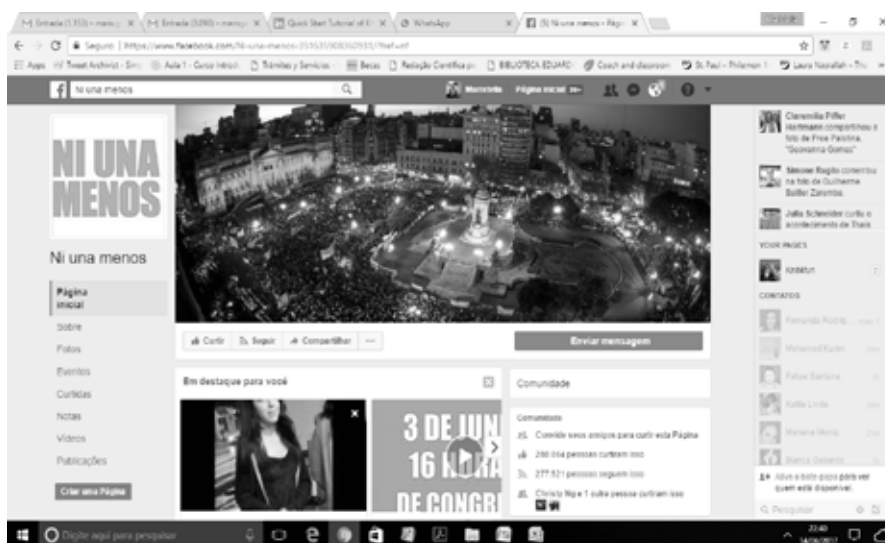
As ações antes espaçadas e pontuais, agora começam a tomar corpo e, sob a marca de *Ni Una Menos*, **vão as redes sociais**. Sob a diretriz de *Ni Una Menos*, milhares de pessoas se manifestaram (virtual e presencialmente), de forma a expor suas reivindicações, transformando-se em um coletivo funcional (CASTELLS, 2000). Em outras palavras, dentro do coletivo, as instâncias online conseguiram dialogar com as instâncias off-line, a ponto de produzir intervenções urbanas, políticas e de questionamento social; principalmente nos espaços simbólicos, como é a praça do congresso na Argentina. Os números produzidos em tão pouco tempo são impressionantes:

(...) Entre el 11 de mayo⁸ y el 3 de junio de 2015 hubo 643.613 tuits con el *hashtag* #NiUnaMenos. 687 políticos se mostraron en redes sociales con el cartel #NiUnaMenos: 180 intendentes, 99 diputados, 34 senadores, 11 gobernadores y los por entonces precandidatos residenciales Daniel Scioli, Florencio Randazzo, Mauricio Macri, Sergio Massa y Margarita Stolbizer. 834 organizaciones sociales, desde ONG hasta sindicatos, clubes y asociaciones vecinales adhirieron por las redes. 2.137 personalidades de la Argentina y 280 de otros países de América Latina tuitearon #NiUnaMenos. #NiUnaMenos se convirtió en *rending topic* – palabra o frase más repetida en una red social– mundial el 3 de junio de 2015 (DÍAZ; LÓPEZ, 2016).

De acordo com Prada (2016), esse fenômeno continua forte mesmo depois das manifestações, pois se estima que a cada dia se produzam mais de 200 tweets com a hashtag #NiUnaMenos, sendo estes retweetados pelo menos o dobro de vezes. No Facebook a página conta com mais de 280 mil curtidas e 277 mil seguidores. Como explicar tal fenômeno?

De acordo com Recuero (2002) desde o início do século XX, as pesquisas de redes complexas são comuns em diversas áreas da ciência. A iniciar-se com a matemática, com aplicações na estatística e logo com a física, até que por sua raiz interdisciplinar chega os estudos da sociologia, das ciências sociais e das demais áreas. Afinal, o homem sempre foi um ser coletivista e criou redes para poder sobreviver e é por isso que o conceito de rede social e comunidade são anteriores ao surgimento da internet. Com ela vieram as adaptações e as mudanças nos conceitos base, assim como o surgimento de novas definições, como a de comunidades virtuais e de redes sociais virtuais.

Figura 1 – Página do Facebook de NIUNAMENOS no dia 13 de março de 2018



8 De acordo com os dados retirados pelo aplicativo Netvizz, a primeira postagem e comentário na página do Facebook aconteceram em 18 de março de 2015, quando se inaugurou o movimento. A convocatória para a manifestação é que aconteceu a partir de 11 de maio.

De acordo com Recuero (2002), a noção que se tinha de comunidade como intrinsecamente ligada ao o espaço físico e ao compartilhamento de questões o dia a dia, que pressupunha, muitas vezes, dependência por questões de sobrevivência, foi substituída pela ideia de comunidade como um agrupamento de pessoas que compartilham dos mesmos pensamentos, gostos, opiniões, ideologias entre outros elementos. Nesse sentido, estar em comunidade hoje é algo relacionado ao que se compartilha com os que têm os mesmos interesses, ideias, características e identidades do que uma relação geográfica com o meio. Nesse sentido, como ressalta Recuero (2005), a comunicação e a interação tem um peso fortíssimo na construção dessa comunidade e no reconhecimento dos membros como pertencentes a ela.

Afinal, para que se desenvolva um senso de coletividade, é necessário que se conheça o outro, o que ele pensa. É necessário passar tempo suficiente discutindo e conversando com essas pessoas para que se possa desenvolver sentimentos de estima, compaixão, empatia e desejo de pertença com essa comunidade. Para que isso aconteça também é necessário que se criem laços, relações que unem o todo, mas que também unem indivíduos em sofisticadas redes de relações que de formas complexas formam essas comunidades.

De acordo com Mizruchi (2006), o estudo dessas redes é amplamente utilizada como princípio de análise para compreensão dos efeitos dessas redes sobre os comportamentos individuais. Logo, pode-se utilizar a análise estrutural de redes para qualquer tema social, principalmente as relações sociais que estão sendo criadas por meio das páginas das mídias sociais, tais como o Facebook, Twitter etc.

Além do caráter de comunidade e de estar constituído em rede, o caso do coletivo *Ni Una Menos* apresenta uma atitude de luta social/política. Podem, então, ser ressaltadas algumas mudanças que aconteceram quando do surgimento de novos movimentos sociais ou de coletivos na rede (BARBA; BLANCO, 2011). A principal sendo, a sua capacidade de levar sob bandeiras claras e apartidárias milhares de cidadãos as ruas.

De acordo com Scherer-Warren (2005), as relações dentro desses movimentos sociais virtuais são mais horizontais, menos direcionadas a poucos atores centrais, mais flexíveis e, conseqüentemente, mais democráticas. Não há mais um crivo tão forte sobre o que seria disseminado e como as conexões se dariam. As ações locais se conectariam de forma rápida e ampla com outras ações globais, de forma mais dinâmica e menos controlada. As mídias sociais, conseqüentemente, têm um papel crucial e estratégico na difusão e no empoderamento dos movimentos sociais e dos coletivos advindos da sociedade civil frente a outros poderes já institucionalizados, dando-lhes voz e visibilidade, o que antes só poderia acontecer quando apoiados por instituições midiáticas maiores. Assim, manifestações como o Fórum Mundial, a Primavera Árabe, a Macha das Vadias e tantas outras foram possíveis. Dentre elas, a do coletivo *Ni Una Menos* de 3 de junho de 2015. Afinal, como afirmam Gurak and Logie (2003):

(...) protestos ou manifestações são sempre sobre redes sociais. Redes de pessoas que tem um interesse ou preocupações em comum e que se unem em um lugar físico, como em frente de um prédio do governo ou por meio de uma petição ou outra campanha. Não é a toa, então, que a internet tenha sido um lugar perfeito para o ativismo social de várias maneiras (GURAK; LOGIE, 2003, p. 15).⁹

A horizontalidade e a flexibilidade com as quais os movimentos se organizam e promovem o ativismo nas redes virtuais, uma vez que ao descentralizar o controle das informações e, principalmente, das decisões, promove um protagonismo que muda as relações internas. McCaughey & Ayers (2003, p. 1–2) explica a entrada dos movimentos sociais na internet, alterou profundamente as definições sobre o que se entende como “ativismo, comunidade, identidade coletiva, espaço democrático e estratégia política.”¹⁰ Uma das principais mudanças foi, como descrita por Lemos (2004), que com a revolução digital propulsou a mudança no tipo de mídia

⁹ Protests, too, are always about networks, usually networks of people who have a common interest or concern and come together—whether in a physical place, such as in front of a government building, or via a petition or other campaign. No wonder, then, that the Internet has been a useful site for social activism of many forms. (2003, p.25) (Tradução nossa).

¹⁰ “activism, what counts as community, collective identity, democratic space, and political strategy.” (Tradução nossa)

que é produzido. Antes, havia uma mídia massiva e que era veiculada pelos grandes meios de comunicação, agora ela é uma produção mais individualizada e que não obedece a “à hierarquia da árvore (um-todos), e sim à multiplicidade do rizoma (todos-todos)” (LEMOS, 2004, p. 68). A forma de produção, veiculação, agremiação, de discussões, de tomada de decisão e principalmente de atuação não estão mais limitadas a uma ordem superior, organizada e delimitada pelos líderes do movimento, mas faz parte do coletivo que se forma naquela comunidade e se fortalece pelas redes que estes indivíduos constituem. Nas redes virtuais todos os que decidem voluntariamente se afiliarem a um movimento podem produzir, divulgar, veicular, participar e tomar parte desse ciberativismo.

O ciberativismo, entendido como “o conjunto de práticas realizadas em redes cibernéticas com o objetivo de ampliar os significados sociais através da circulação na rede de discursos e ferramentas capazes de colaborar na defesa de causas específicas” (ARAÚJO; MONTARDO, 2013, p. 74), é uma importante arma para que se consiga uma mudança na agenda política e social sobre um determinado tema, promovendo ampla discussão com a sociedade civil que pode estar presente tanto nos meios de comunicação de massa, como nas páginas individuais das redes sociais. Isso se dá principalmente porque nos ciberespaços existe uma “cultura de mobilização difusa, horizontalizada, heterogênea e abrangente, que já não cabe na dicotomia de conceituações herméticas” (ARAÚJO; MONTARDO, 2013, p. 74) e que ultrapassa os limites do que pode ser controlado por um grupo, seja ele de líderes de um movimento, das mídias de massa ou quaisquer outros *gatekeepers*.¹¹ Os ciberativistas seriam então pessoas que espontaneamente se filiarão a uma causa ou luta através da internet e das redes sociais “para difundir um discurso e colocar à disposição pública ferramentas que devolvam às pessoas poder e a visibilidade que hoje são monopolizadas pelas instituições” (UGARTE, 2008, p. 58), ampliando a autonomia participativa, criativa e decisória desses grupos. Assim, a base para a constituição dessas comunidades ciberativistas são as redes que se formam entre os seus participantes e como elas auxiliam a afiliação e a expansão do movimento proposto.

De acordo com Boyd & Ellison (2007), as mídias sociais virtuais ou se pautam nas redes sociais existentes no mundo off-line e as espelham ou formam espaços de discussão entre pessoas que compartilham das mesmas afiliações, ideologias e pontos de vista, possibilitando a existência de redes e comunidades entre essas pessoas. A escolha pela análise pela página do Facebook do coletivo *Ni Una Menos* se pauta na possibilidade de se observar uma comunidade, criada pela afiliação espontânea de pessoas. Nesse sentido, as páginas do Facebook são um espaço amplo de afiliação que não se restringem a quem se conhece, mas possibilita a conexão por interesse, o que permite a constituição de uma ou muitas comunidades em seu interior e que também podem ser retroalimentadas por elas. A interatividade é a base dessa relação e apesar de ser característica da rede (RECUERO, 2002), ela só se dá nos meios em que a ferramenta utilizada para tanto o possibilita. Cabe ainda lembrar que não basta existirem os recursos nas redes sociais virtuais, eles precisam ser necessariamente utilizados de forma afetiva pelos usuários (RECUERO, 2002). Quando as ferramentas são utilizadas e a interatividade se dá de forma efetiva, pode-se afirmar que se criou uma comunidade virtual nesse ciberespaço. O estudo dessa página constitui um forte elemento de análise para a visualização da formação dessa comunidade e de como o ciberativismo promovido nela pelos usuários se expandiu e atingiu os índices que foram apresentados anteriormente.

De forma a alcançar os objetivos propostos, esta pesquisa tem seu foco nas principais ações propostas pela Mídia social Facebook: comentar, compartilhar, curtir. Além do número de seguidores e o engajamento a página.

A coleta de dados se deu utilizando o aplicativo *Netvizz*¹² e se delimitando a data de início da busca como janeiro de 2015 e o final como 2 de junho de 2015, um dia antes da primeira passeata do coletivo. Os dados sobre constituição de rede foram analisados através do programa *Gephi*¹³ para que se pudesse perceber como se dá o estabelecimento das redes no coletivo. Os dados

11 “whose function is to restrict the entry of innovations in the field. In this regard, gatekeepers would be actors with a lot of capital within the field (in Bourdievan terms), and creative persons, in a sense, are forced to convince them of the value of their ideas. At the same time, gatekeepers can be either reactive or proactive by stimulating novelty or not (Csikszentmihalyi, 1996, p. 52) in such a way that it is possible to wreck a domain either by starving it of novelty or by accepting too much unassimilated novelty (Csikszentmihalyi, 1996, p. 53)” (CORNELIO; CRUZ, 2014).

12 Disponível em <https://apps.facebook.com/netvizz/>

13 Disponível em <https://gephi.org/>

sobre engajamento, curtidas e compartilhamento foram fornecidos pelo próprio *Netvizz* e foram analisados pelos maiores graus de ocorrência.

Quem são *Ni Una Menos*?

A categoria de coletivo em rede na qual se enquadra o movimento *Ni Una Menos* faz parte, como pontua Scherer-Warren (2005), de uma forma solidária que promove o movimento feminista (dentre outros) e é concebida como um nó dentro dos diversos movimentos que formam um entrelaçado maior. Sendo assim, o desenho de um coletivo também se dá de maneira individualizada. No grafo correspondente as redes que se constituíram desde a abertura da página *Ni Una Menos* até o dia 2 de junho (gráfico 1), percebe-se um grande emaranhado de nós individuais que se ligam entre si e que, em alguns, momentos formam *clusters* (conjuntos de nós ligados ao grupo maior por um ou mais nós). A sua grande maioria não são centrais, mas periféricos, o que demonstra o sentido de coletividade e de maior hegemonia de poder dentro do coletivo. Ao redor, pode-se observar a existência de vários *clusters* que se ligam ao coletivo por um nó.

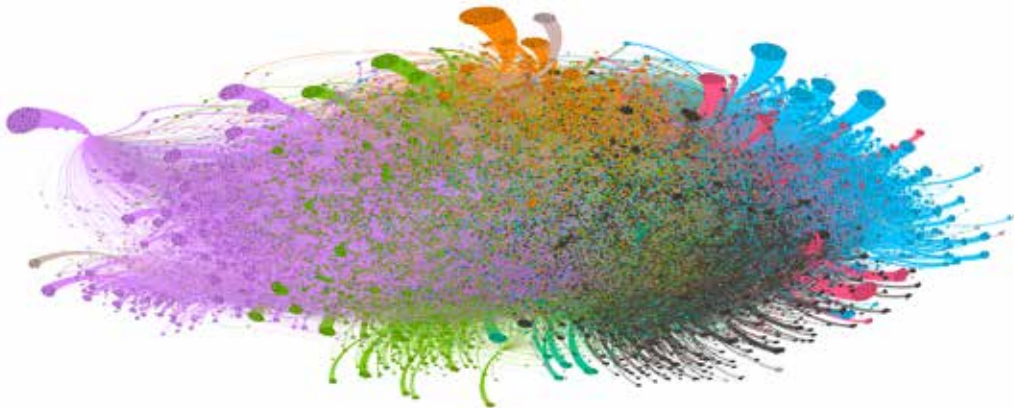
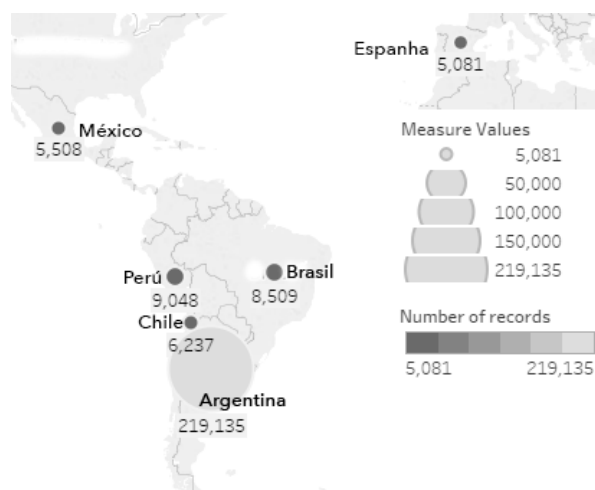


Gráfico 1- Estrutura complexa da rede social da página do Facebook de *Ni Una Menos* com dados coletados entre 18 de março de 2015 e 02 de junho de 2015.

De acordo com os dados (ver mapa 01), o coletivo está formado de homens e mulheres de diferentes países que apoiam o movimento desde suas localidades. A maior concentração de participantes está na Argentina, com 219.135 usuários da *hashtag*, mas com expansão em outros países. Como mostra o mapa 01, o Peru, possui 9.048 usuários, ao passo que o Brasil, 8.509; o Chile está em quarto lugar, com 6.237 e é seguido do México com 5.508 e da Espanha com 5.081. Tais dados parecem mostrar que o movimento foi, em certa medida, desterritorializado, atingido simpatizantes além das fronteiras de seu país de origem. Se por um lado, a presença do movimento na maioria desses países pode ser explicada por eles dividirem a língua oficial, o que facilitaria a propagação das ideias do coletivo, por outro o Brasil acaba por ser uma surpresa nos dados. Isso porque, assumindo-se que a língua facilita a propagação de notícias pelos países espanho-falantes da América Latina, o fato de um país cuja língua oficial é o português representar o terceiro maior uso da *hashtag* no período pesquisado é algo a se pensar; os resultados parecem demonstrar que o engajamento na causa defendida pelo coletivo transcendeu diferenças linguísticas. A presença da Espanha e do México é também algo que nos chamou a atenção: eles são países que estão fora da América do Sul e têm características sociais bem distintas, diferenças também são transcendidas quando se trata de uma causa comum.



Mapa 01- Quantidade de usuários por localidade $n=272942$

Sendo esse um grupo que se liga ao movimento feminista, é interessante ressaltar também como este vem sendo influenciado pelas mudanças que os coletivos em rede têm promovido. A popularização do movimento feminista (RODRIGUES; LUVIZOTTO, 2014) que veio acompanhada de uma grande rejeição por parte das pessoas a sua denominação; é como se houvesse uma quase aversão à palavra feminismo. Esse parece ser um dado bastante interessante, uma vez que em nenhum momento o *coletivo Ni Una Menos* se intitula como feminista, apesar de sê-lo. Ao invés de ser rotulado como tal, *Ni Una Menos* lança mão de outro tipo de estratégia, e dá preferência aos elementos congregadores e gerais do movimento feminista e os que têm apoio popular, utilizando-os em sua base, como forma de apoio a suas reivindicações.

Ao entender as diversas nuances existentes dentro do movimento feminista e levá-los ao debate aberto e franco dentro do coletivo, sempre pautado no respeito e na discussão, *Ni Una Menos* abre mão de levantar certas bandeiras deste movimento para que mais pessoas se somem a ele sob uma única bandeira expressiva, não havendo assim riscos de que ele se quebre por diferenças de opiniões em pautas secundárias.

Por ser coletivo e aberto, os números que compõe a base de análise da página são representativos. Destes saem as categorias a serem analisadas: engajamento, reações e compartilhamentos. Das três primeiras categorias, as três postagens mais expressivas serão analisadas no sentido de explicitar o que leva os ciberativistas a terem cada uma dessas ações, ou mesmo, hipóteses de porque essas postagens levaram a determinadas (re)ações.

Tabela 1- Dados relativos a movimentações e alcance da página do Facebook. Os dados coletados reference ao período entre 18/3/15 e 02/3/15

DADOS	Valores
Engajamento	285.186
Reações a postagens, comentários etc. ¹	192.086
Quantidade de curtidas	192.079
Compartilhamentos	89.475
Quantidade de curtidas nos comentários	7.236
Quantidade de comentários	3.625
Comentários recuperados	3.193
Base de dados de comentários	2.318
Resp. aos comentários (usando a ferramenta de resposta)	875

Engajamento

De acordo com Recuero (2011), alguns termos do Marketing, como lealdade e fidelidade foram substituídos nas redes sociais virtuais pelo conceito de engajamento. Nesse sentido, engajar-se é muito mais do que curtir ou comentar uma página, ou mesmo segui-la, o seu alcance é muito maior. O “apelo é claramente de integração e estreitamento dos laços sociais” (pp. 119).

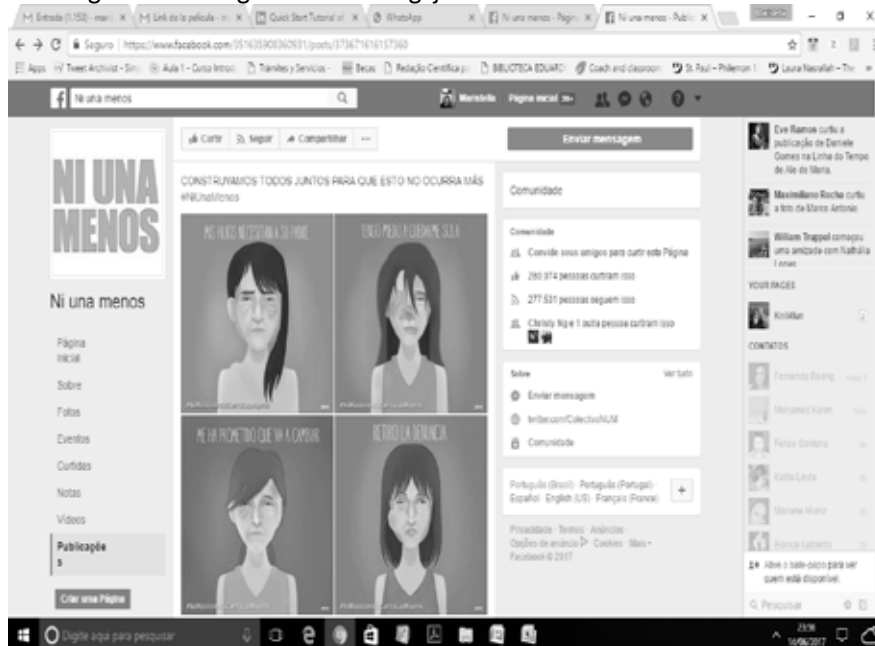
A página do *Ni Una Menos*, neste período, chegou a quase 290 mil engajamentos, sendo que serão analisadas as três postagens mais expressivas. A postagem com maior engajamento (26.504) foi a que explica a principal pauta de reivindicação do coletivo, a implementação da lei 26.485, assim como convoca a todos para a manifestação do dia 3 de junho de 2015 (ver figura 2).

Figura 2 – postagem com maior engajamento¹⁴



Uma das principais razões para a existência desse movimento, como já colocado, é a luta pela regulamentação da lei 26.485, logo, era de se esperar que essa fosse uma postagem com engajamento relevante. Analisando os 41 comentários sobre a postagem, fica clara a integração que se atinge nesse post, uma vez que é a partir dele que a lei é difundida no grupo e discutida entre muitos. Alguns colocam a lei como sexista ao defender somente as mulheres, outros a apoiam por se pautar em dados coletados (matam uma mulher a cada 30 horas e o principal assassino é alguém de seu entorno), outros não apoiam que crimes de homicídio, sejam eles de qualquer tipo devam ser diferenciados. Aqui já se apresenta uma das características do ciberativismo que, como mencionado acima, traz a agenda social e política temas que antes não apareciam. Se joga luz sobre um tema polêmico e que a partir daí passa a ser discutido e analisado pelo coletivo que faz parte dessa comunidade que agora se forma. Quanto mais interação houver, maior vão ser os laços criados, a afetividade gerada e mais forte e contundente essa comunidade e este coletivo se tornam.

¹⁴ Disponível em: <https://www.facebook.com/351635908360931/posts/370907183100470>

Figura 3 – Postagem com o segundo maior engajamento¹⁵

A segunda postagem (figura 3) com maior engajamento (6.369) traz quatro imagens de quatro mulheres violentadas e alguns dos motivos (ou desculpas) mais frequentes que essas mulheres apontam para não denunciar a seus companheiros. Nos quadros se lê : “Mis hijos necesitan a su padre / Tengo miedo a quedarme sola / Me ha prometido que va a cambiar / retiró la denuncia”¹⁶ e, acima das fotos, lê-se: “CONSTRUYAMOS TODOS JUNTOS PARA QUE ESTO NO OCURRA MÁS #NiUnaMenos”.¹⁷

Nesta postagem, a partir de desenhos, foi representada a dura realidade das mulheres que sofrem violência e mesmo assim defendem a seus agressores. O objetivo é fazer com que o engajamento emocional e empático pelas vítimas de violência se produza mesmo nas pessoas que não presenciaram cenas como estas ou que não percebem a existência desse tipo de violência em seu entorno. Para as que já sofreram ou que estão de algum modo ligadas a essa realidade, essas cenas chocam ainda mais, pois refletem a violência que o coletivo quer combater. Logo, através do uso das imagens e desses *slogans* fortes e recorrentes, a postagem apela para a empatia do coletivo para que esse se engaje na luta contra essa situação. O que justifica a convocatória para que todos construam juntos esse movimento para que esse tipo de realidade não continue existindo.

Sobre o uso de desenhos como forma de gerar engajamento ao movimento, o jornal El Clarín de 20 de maio de 2015, traz uma matéria que explicita a relação entre o uso de desenhos de artistas consagrados e o engajamento dos ciberativistas.

‘Los dibujos fueron una forma muy importante de difundir la marcha y también la problemática. Nos dimos cuenta de eso cuando vimos que mucha gente en las redes sociales empezaba a usar imágenes de artistas consagrados en sus fotos de perfil’, dice la periodista Marina Abiuso, una de las convocantes. El ejemplo más cabal es el dibujo de Liniers: Enriqueta, uno de sus personajes emblemáticos, levanta una mano como en lucha y entonces dice ‘ni una menos’. Esa imagen dio vueltas por todos lados, pero no fue la única: también se sumaron Bernardo Erlich, Sergio Langer y Pablo Bernasconi, entre muchos otros (CLARIN, 2015)¹⁸

¹⁵ Disponível em: <https://www.facebook.com/351635908360931/posts/373671616157360>

¹⁶ Meus filhos precisam do pai / Tenho medo de ficar sozinha / Ele prometeu que vai mudar / Retirou a queixa (tradução nossa)

¹⁷ Vamos construir todos juntos para que isso nunca mais aconteça #NiUnaMenos”. (tradução nossa)

¹⁸ Disponível em: https://www.clarin.com/cultura/NiUnaMenos-langer-liniers-maitena-bernasconi-femicidio-erlich_0_ryx-oOFwXg.html acessado em 01 de junho de 2017

As imagens veiculadas na página faziam parte, agora, então, do acervo pessoal de cada um dos membros da comunidade que ao reconhecer-se no desenho, apropriavam-se dele e o faziam sua foto de perfil. A luta já não era do movimento, mas pessoal de cada um desses membros que se tornava um ciberativista e que, a partir de suas próprias publicações, difundia uma ideia, um ideal e uma luta. Pouco a pouco a bandeira de *Ni Una Menos* já não era de um movimento ou de um grupo, mas de todos. Ela vai se personalizando e criando cada vez mais engajamento até o ponto de transformar-se em espaço de apoio e discussão no mundo físico, saindo das esferas on-line para as esferas off-line.

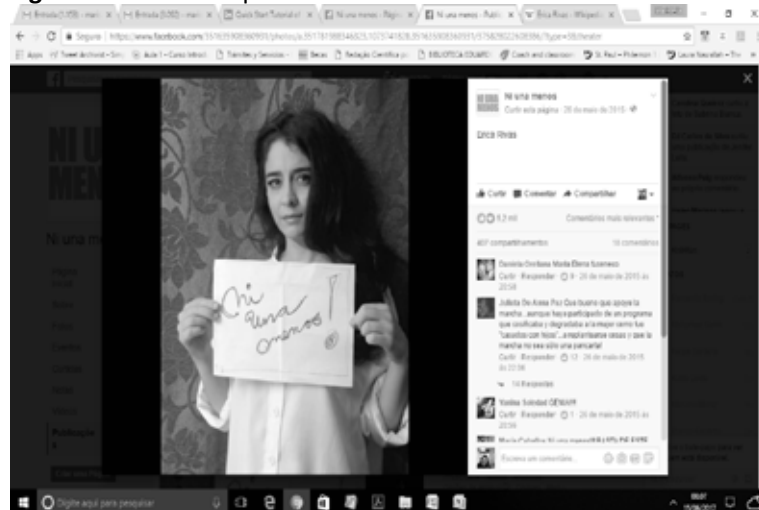
A imagem a que Marina Abiuso se refere, Enriqueta de Liniers, foi uma das postagens com grande engajamento (3.571) e grande número de compartilhamentos também (2.629), comprovando a importância dos desenhos na popularização do movimento e na identificação da comunidade com a causa, a ponto de tornar esses desenhos sua própria face virtual.

Figura 3: Enriqueta de Liniers – 6ª postagem mais compartilhada da página de *Ni Una Menos*¹⁹



A terceira postagem com maior engajamento (5.721) foi a de Érika Rivas apoiando o movimento. Érika Rivas é atriz, comediante e ficou muito conhecida na Argentina pelo seu papel no seriado *Casado con Hijos* e por sua participação no filme *Relatos Salvajes*. O engajamento produzido pela sua foto será melhor analisada quando da análise das postagens que produziram mais reações, mas podemos adiantar que ela está relacionada ao endosso dado por Rivas.

Figura 4: Érika Rivas apoiando ao movimento coletivo *Ni Una Menos*²⁰



19 Disponível em: <https://www.facebook.com/351635908360931/photos/a.351781988346323.1073741828.351635908360931/371133189744536/?type=3>

20 Disponível em: <https://www.facebook.com/351635908360931/posts/375828022608386>

Compartilhamento

Recuero (2014) explica que o ato de compartilhar postagens parece estar intimamente ligado ao fato de partilhar conhecimento, ou seja, coisas que seriam interessantes para a rede. Essa definição se aplica as três postagens mais compartilhadas. A postagem mais compartilhada foi a que explica as razões da existência do movimento assim como divulga a data do protesto (23.652 compartilhamentos – figura 2). A segunda postagem mais compartilhada foi a dos quatro desenhos que remontam as cenas de mulheres violentadas que encontram desculpas para inocular aos seus agressores (4.354 compartilhamentos – figura 3). Já a terceira postagem mais compartilhada se refere a violência midiática (2.717 compartilhamentos – figura 5), o que é significativo enquanto conteúdo a ser compartilhado com a rede. Como as demais questões relacionadas ao engajamento, a violência midiática é um dos temas que o coletivo *Ni Una Menos* trouxe para o palco das discussões, por ser essa uma das partes não regulamentadas da lei 26.485. A força dessa mensagem também se relaciona ao fato das principais articuladoras do movimento são jornalistas. Uma vez que muitas das violências que elas denunciam são também representadas na mídia de massa. É possível hipotetizar que o grande número de compartilhamentos de suas postagens pode ser o resultado da visibilidade transmidiática, colocando em pauta o principal foco do coletivo, a regulamentação da lei 26.485. Por outro lado, as violências de todo dia, as imperceptíveis, as que não se discutem em todos os lugares agora estavam sendo debatidas e questionadas, assim como seus agressores e a passividade da sociedade diante delas.

Nosotros tenemos una campaña que queremos que realmente sea masiva. Vayamos por lo masivo. ¿Por qué no ir por Susana Giménez? Fuimos por todos. La idea era hacer de Ni Una Menos una causa *mainstream* –tendencia predominante–, desde un lugar bueno. Que fuera realmente para todo público. Que la gente de a pie pudiera apropiarse del tema, marchar y darse cuenta de que estaba expuesta a violencia cuando no lo sabía” (Mercedes Funes, organizadora) (DÍAZ; LÓPEZ, 2016, p. 35)

Figura 5: Terceira postagem mais compartilhada pelo coletivo Ni Una Menos²¹



Reações

De acordo com Recuero (2014) em sua pesquisa sobre as funcionalidades do Facebook,²² o botão “curtir” é visto como um *check* de que algo foi visto e lido, sem que haja a necessidade de se dizer algo sobre o tema ou se engajar de forma mais forte através dos comentários. O “curtir” também traz a ideia de que se concorda com o que está sendo publicado (em forma de apoio), uma vez que vincula o nome da pessoa a aquela postagem e torna público o seu curtir.

As três postagens com maior número de reações foram respectivamente a de Érika Rivas

²¹ Disponível em: <https://www.facebook.com/351635908360931/posts/371244806400041>

²² Vale ressaltar que nesse período somente existia a possibilidade de se curtir uma publicação. A inserção da primeira possibilidade de reação além da curtida, o *amei*, se deu logo ao final dessa coleta de dados. Isso explica porque a diferença entre “curtidas” e “ameis” é baixa. Logo, ela será descartada.

(5.283 reações) segurando um cartaz de apoio ao movimento (figura 4), a segunda é a de León Gleco (3.820 reações – figura 6), famoso cantor argentino, também segurando um cartaz de apoio ao movimento no qual se lê a #NiUnaMenos e o dia da convocatória para a manifestação, 3 de junho de 2015 juntamente com uma placa apontando o caminho para o principal local de manifestação Buenos Aires.

Figura 6: Segunda postagem mais curtida pelo coletivo Ni Una Menos²³



A terceira é da movimentação do coletivo Ni Una Menos (3.492 reações), que ia acontecer no México no mesmo dia da manifestação convocada na Argentina (figura 7). Interessante também é notar como a confluência entre os diferentes coletivos ou nós (SCHERER-WARREN, 2005) do movimento de Ni Una Menos além de construir grupos de apoio, os expande, tendo muitos de seus representantes posições de ciberativismo em grupos de outros países. Isso se justifica ao analisarmos (mapa 1) o número de participantes de outros países que sua página do Facebook (que é da Argentina) tem, principalmente, dos países mencionados na chamada para a manifestação do México: Brasil, Chile e México.

Figura 7: Terceira postagem mais curtida pelo coletivo Ni Una Menos²⁴



Nesses três casos nos quais ocorreram o mais número de reações, para além do desejo de marcar o conhecimento sobre essas postagens e a sua aprovação, existe o desejo de marcar a existência de um argumento de autoridade que reforça a legitimidade e a importância da causa. É como se cada uma dessas postagens trouxesse a voz dessas celebridades e coletivos para corroborar na narrativa única que se está criando. De acordo com Discini (2005), o argumento de autoridade

²³ Disponível em: <https://www.facebook.com/351635908360931/posts/377799382411250>

²⁴ Disponível em: <https://www.facebook.com/351635908360931/photos/a.351781988346323.1073741828.351635908360931/378169392374249/?type=3>

(...) confirma o *outro* como o adjuvante, do nível narrativo; aquele que colabora para a construção da competência do próprio narrador, no sentido de viabilizar o poder e saber defender um ponto de vista; contribui para o efeito de tom criterioso da voz (DISCINI, 2005, p. 336–337).

Logo, postar uma foto de apoio ao coletivo representa um endosso ao que se diz, a quem diz e auxilia a construir uma blindagem do movimento contra ataques a seriedade e ao tamanho do movimento. Ao receberem curtidas essas postagens ganham mais força, uma vez que são mais vistas no *feed* de notícias (página inicial do Facebook), recebem mais adeptos que decidem apoiar o movimento por conta desses apoios e mais visibilidade, uma vez que a cada curtida mais pessoas se vinculam com a causa. Nesse sentido, reagir é um ato de ciberativismo tão importante quanto compartilhar, pois coloca em evidência o que se curte, assim como o apoio a essas causas.

Considerações finais

O coletivo *Ni Una Menos* e a sua exitosa passeata realizada no dia 3 de junho de 2015, podem ser explicados pela atuação dos ciberativistas, que se engajaram e fizeram da página uma comunidade virtual de discussão, filiação, encontro e de tomada de decisões, a horizontalidade do processo e o foco na principal causa a ser defendida. De acordo, com McCaughey e Ayer (2003),

Academic theories that explain the success of social movements suggest that social-change action occurs because of political opportunities that lie within the state, because strong collective identities exist within groups and movements, and because a social-movement group has the ability to “frame” its cause successfully (p.06).

De fato, o colocado por McCaughey e Ayer (2003) parece ter sido o caso do coletivo *Ni Una Menos* que conseguiu mapear o seu foco de atuação e a sua luta, sobreviver e se fortalecer, apesar de questionar a ordem vigente dos fatos na mídia e no dia a dia das pessoas, trazendo à tona desde as pequenas violências diárias, até as violências domésticas mais graves. Talvez uma das principais vitórias do coletivo não tenha sido levar mais de 200 mil pessoas as ruas, mas ter feito mais de 270 mil pessoas pensarem, questionarem, curtirem e se afiliarem a ideias relacionadas a luta contra a violência machista tão presente na sociedade argentina. Ao trazer a demanda da regulamentação da lei 26.485 para o cotidiano das pessoas e transformá-las em protagonistas, o coletivo lhes deu voz e direito a refletir sobre questões básicas.

É importante também observar que uma série de estratégias são utilizadas pelo coletivo de forma a engajar ciberativistas e simpatizantes à causa. Entre elas estão:

- **Caraterização:** A despeito de se não se intitular um movimento feminista, o coletivo defende pautas análogas às do movimento, tal como a instituição de leis anti-feminicídio e a denúncia de agressões. O que parece ser, decerto, uma forma de agregar simpatizantes e evitar a rejeição ao termo.
- **Endosso:** Algumas das postagens mais bem-sucedidas são as que trazem o aval de figuras midiáticas. Isso demonstra um apelo à autoridade que ajuda a mobilizar seguidores para a causa.
- **Uso de imagens e ilustrações:** As ilustrações divulgadas pelas páginas formaram um princípio de identificação entre os internautas e a causa, sua possibilidade de utilização em perfis pessoais causou forte engajamento e propagação do coletivo.
- **Reafirmação de sua ação multissítio:** Ao reforçar em suas postagens a presença em outros países, o coletivo procurou demonstrar a universalidade de sua causa, trazendo à baila a ideia de que a violência contra a mulher não é um problema isolado da sociedade argentina.

O coletivo promoveu uma movimentação virtual que permitiu aos participantes realizar uma denúncia e a viver sem ser violentada. *Ni Una Menos* propiciou a estas pessoas expor sua revolta e o seu anseio de mudança de forma individual. Ao trazer à tona a universalidade da questão da violência contra a mulher e criar meios de engajamento para manifestação, ele foi responsável

por criar um universo crítico e de discussões profícuas, ajudando-nos a lutar por um mundo no qual não se quer nenhuma menos.

Referências

ARAÚJO, W. F.; MONTARDO, S. P. Ciberativismo em sites de redes sociais: Uma análise da apropriação das páginas do Facebook pela WikiLeaks. **Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación**, n. 8, p. 71, 2013.

BARBA, C. H.; BLANCO, V. S. Activismo político en Red: del Movimiento por la Vivienda Digna al 15M. **Teknokultura**, v. 8, n. 2, p. 157–175, 15 dez. 2011.

BOYD, DANAH M.; ELLISON, N. B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 13, n. 1, p. 210–230, out. 2007.

CASTELLS, M. **Sociedade em Rede** São Paulo Paz e Terra, , 2000.

CLARIN. **Después del #Niunamenos, piden que el reclamo se refleje en hechos concretos**. Disponível em: <https://www.clarin.com/sociedad/niunamenos-dia-despues-lucha-compromiso_0_BJW2LuYPmx.html>. Acesso em: 28 fev. 2018.

CORNELIO, G. S.; CRUZ, E. G. Co-creation and participation as a means of innovation in new media: An analysis of creativity in the photographic field. **International Journal of Communication**, v. 8, p. 1–20, 2014.

DÍAZ, N. B.; LÓPEZ, A. H. **Ni Una Menos: el grito en común**. [s.l.] UNLP - Facultad de Periodismo y Comunicación Social, 2016.

DISCINI, N. **A comunicação nos textos**. São Paulo: Editora Contexto, 2005.

GURAK, L. J.; LOGIE, J. Internet protests, from text to web. In: MCCAUGHEY, M.; AYERS, M. D. (Eds.). **Cyberactivism: Online activism in theory and practice**. New York: Routledge, 2003. p. 25–46.

LEMONS, A. Cibercultura e Mobilidade: a Era da Conexão. **Razon y Palabra**, n. 41, p. 1, 2004.

MIZRUCHI, M. S. Análise de redes sociais: avanços recentes e controvérsias atuais. **Revista de Administração de Empresas**, v. 46, n. 3, p. 72–86, set. 2006.

PRADA, M. P. **Difusión de la información y prevención de la violencia de género**. VIII Congreso virtual sobre Historia de las Mujeres. **Anais...** Archivo Histórico Diocesano de Jaén, 2016

RECUERO, R. Comunidades virtuais: uma abordagem teórica. **Mídia, imprensa e as novas tecnologias**, v. 24, p. 221, 2002.

RECUERO, R. Comunidades Virtuais em Redes Sociais na Internet: Uma proposta de estudo. **Ecompos**, v. 4, p. 1–19, 2005.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

RECUERO, R. Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook. **Verso e Reverso**, v. 28, n. 68, p. 114–124, 2014.

RODRIGUES, L. M.; LUVIZOTTO, C. K. Feminismo na internet: o caso do coletivo marcha das vadias e sua página no Facebook. **Colloquium Humanarum**, v. 11, n. Especial, p. 367–375, 2014.

SCHERER-WARREN, I. Redes sociales y de movimientos en la sociedad de la información. **Nueva**

Sociedad, v. 196, 2005.

UGARTE, D. DE. O poder das redes: manual ilustrado para pessoas, organizações e empresas, chamadas a praticar o ciberativismo. **Porto Alegre: EDIPUCRS**, 2008.

Recebido em 11 de novembro de 2017.

Aceito em 23 de março de 2018.