

O CASO HASHTAG #PRIMEIROASSÉDIO: narrativas testemunhais como semântica coletiva nas lutas por reconhecimento no contexto digital¹

HASHTAG #PRIMEIROASSÉDIO: personal narratives as collective semantics in the struggle for recognition in the digital context

Gláucia Salvador Neves²

Resumo: O presente artigo pretende analisar uma nova possibilidade de prática de cidadania, que vem ganhando cada vez mais espaço nas mídias digitais, baseada em narrativas pessoais, a partir do caso hashtag #Primeiroassédio, que mobilizou milhares de pessoas a denunciar um tipo de comportamento machista através de testemunhos publicados em sites de redes sociais. Esperamos refletir sobre como, na sociedade contemporânea conectada em rede, as esferas da privacidade e da intimidade parecem invadir a esfera pública, possibilitando novas formas de ação política, de caráter mais individualizado, principalmente nas ações ligadas às lutas por reconhecimento. Para isso, tentaremos promover um diálogo entre a teoria do reconhecimento defendida por Axel Honneth e alguns estudos recentes sobre ação política no contexto digital. Nossa pesquisa é de caráter exploratório e foi desenvolvida a partir da observação dos relatos publicados no Twitter com a hashtag #Primeiroassédio.

Palavras-Chave: Narrativas Pessoais. Reconhecimento. Cidadania digital.

Abstract: This article aims to analyze a new possibility of citizenship practice, which has been gaining more space in digital media, based on personal narratives. The analysis is based on the case hashtag #PrimeiroAssédio, which mobilized thousands of women to denounce a kind of macho behavior through testimonies published on social networking sites. We hope to reflect on how, in contemporary networked society, the spheres of privacy and intimacy seem to invade the public sphere, making possible new forms of political action, of a more individualized character, especially in actions linked to the struggle for recognition. For this, we will try to promote a dialogue between the theory of recognition defended by Axel Honneth and some recent studies on political action in the digital context. Our research is exploratory and was developed from the observation of the reports published on Twitter with the hashtag #Primeiroassédio.

Keywords: Personal Narratives. Recognition. Digital Citizenship.

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Internet e Política do VII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VII COMPOLÍTICA), realizado na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), de 10 a 12 de maio de 2017.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação - UERJ – nevesglaucias@gmail.com

1. Introdução

Na sociedade contemporânea conectada em rede, vivemos no regime de visibilidade, em que a vida privada de sujeitos comuns parece invadir cada vez mais o espaço público. Relatos da vida pessoal, compartilhamento de ideias, opiniões, conexões e interesses são práticas comuns no ambiente digital, sobretudo através de sites de redes sociais, como Facebook e Twitter. Entretanto, este fenômeno da exposição da intimidade no contexto digital parece, de alguma forma, estar influenciando a prática da cidadania. Muitos relatos íntimos de pessoas comuns, principalmente aqueles envolvendo situações de sofrimento e injustiça, ganham conotação política ao evidenciar lutas por causas comuns ou por reconhecimento identitário. O espalhamento destes relatos pelas mídias digitais, algumas vezes, mobilizam e engajam um grande número de pessoas, fazendo emergir efetivos movimentos de ação coletiva, como o *hashtag* #PrimeiroAssédio, objeto de nosso estudo.

Criada pelo coletivo feminista Think Olga em outubro de 2015, a campanha *hashtag* #PrimeiroAssédio, levou milhares de mulheres a expor nas mídias digitais suas experiências sobre a primeira vez em que sofreram algum tipo de assédio sexual, depois que uma criança de 12 anos, participante de um programa de *reality show* da TV, foi vítima de comentários de teor sexual na Internet. Segundo pesquisas feitas pelo próprio coletivo em dois dias de publicação a #PrimeiroAssédio já tinha 29 mil *tweets* ficando no *Trending Topics* de outubro, e até dezembro foram 100 mil replicações no Twitter (SITE THINK OLGA, 2015). Em dezembro mais de 11 milhões de pesquisas relacionadas à campanha e ao termo foram feitas (GOOGLE TRENDS, 2015).

O amplo alcance da ação reforça a premissa que orientou este trabalho: a de que existe uma tendência a maior participação nas ações políticas digitalmente mediadas quando ela se dá de forma individualizada e personalizada.

O objetivo do nosso estudo é compreender, a partir da análise do caso #Primeiroassédio, como a comunicação baseada em narrativas testemunhais associadas ao recurso da *hashtag*, torna-se um dispositivo retórico aparentemente eficiente para a ação política no contexto das mídias digitais, ao mobilizar novos

participantes que não costumam atuar por causas coletivas. Esperamos refletir sobre como essas ações comunicativas se dão, sobretudo, nas lutas por reconhecimento, que envolvem conflitos morais, podendo se constituir força política para a transformação da sociedade, apesar de se efetivarem no âmbito cada vez mais fluido entre o privado e o público, entre o interesse particular e o interesse coletivo.

O artigo está organizado em três partes, além desta Introdução e Considerações Finais, nas quais o objeto de estudo será analisado a partir de abordagens teóricas abrangendo os seguintes temas: 1) luta por reconhecimento e o movimento feminista; 2) a expansão da esfera privada no contexto digital; 3) o potencial retórico das narrativas testemunhais e da hashtag.

Na primeira parte do artigo, analisaremos o movimento feminista e especificamente o caso da *hashtag* #Primeiroassédio sob a perspectiva teórica do reconhecimento (HONNETH, 2003; TAYLOR, 1994), que busca entender como atores sociais lutam para rever padrões naturalizados da relação social que se estabelecem em práticas desrespeitosas, reconhecendo a possibilidade de lutas coletivas emergirem a partir da busca individual por autorrealização.

Posteriormente, abordaremos as discussões teóricas sobre as mudanças que vêm ocorrendo nas esferas pública e privada, com a dissolução das tradicionais fronteiras entre as duas instâncias na contemporaneidade, sobretudo a partir da emergência das tecnologias de comunicação. Espera-se compreender como estas mudanças afetam as práticas de cidadania com tendência a formas mais atomizadas de participação política (BENNETT & SEGERBERG, 2015; BIMBER et al, 2012; PAPACHARISSI, 2010).

Por fim, na terceira parte do presente estudo, pretende-se trazer à discussão a questão da expansão dos relatos testemunhais na contemporaneidade, tentando compreender como se dá o seu poder retórico para ocupar espaço nas lutas políticas e como ele pode ser potencializado pelo recurso da *hashtag* no contexto digital, introduzindo aqui uma proposta de aproximá-la do conceito de slogan com base no livro de Olivier Reboul (1975).

O presente estudo faz parte de uma pesquisa mais ampla ainda a ser consolidada. Portanto, trata-se de uma abordagem exploratória, em que se priorizou a reflexão teórica para a compreensão do fenômeno, iniciando-se uma aproximação com o objeto através da análise do discurso de relatos publicados no site de rede social Twitter, acessível e rastreável na internet utilizando-se a hashtag #Primeiroassédio. Alguns destes relatos estarão presentes neste artigo a título de ilustração.

2. Luta por reconhecimento – “o pessoal pode se político”

A luta por reconhecimento é uma perspectiva teórica que tem indicado um caminho para a compreensão de conflitos em que atores sociais buscam questionar padrões naturalizados de relação social, seja para abordar os dilemas das sociedades multiculturais, para refletir sobre a construção da cidadania ou para diagnosticar práticas desrespeitosas (MENDONÇA, 2009). Esse tipo de conflito seria fundamental para que indivíduos possam construir suas identidades de modo saudável, impulsionando uma contínua transformação da sociedade. Portanto, nas teorias do reconhecimento, a identidade é colocada no centro da busca por justiça, que depende, nessa abordagem, da possibilidade de os indivíduos se autorrealizarem, e essa possibilidade é construída na luta pela consideração intersubjetiva, da reciprocidade do outro.

Entendemos que as diversas lutas feministas na denúncia da dominação masculina ou na afirmação da igualdade intelectual e moral das mulheres se inserem na perspectiva teórica da luta por reconhecimento. A questão do assédio sexual contra mulheres na fase da infância e da adolescência, que foi o foco da campanha no Twitter promovida pelo coletivo Think Olga, é um dos muitos comportamentos machistas da sociedade naturalizados, a tal ponto de homens exporem na Internet, sem nenhum receio ou vergonha, comentários de conotação sexual sobre uma menina de 12 anos participante de um programa de TV. Portanto, o movimento específico da hashtag #Primeiroassédio insere-se na luta específica de uma identidade coletiva, das mulheres, que questiona uma prática desrespeitosa, o

assédio sexual, dada como naturalizada pela sociedade, conforme verificamos em alguns relatos coletados no Twitter (FIGURAS 1 e 2).

E hoje, vejo e sei como isso é errado, não é "normal" como todos dizem. Sinto medo de um dia ter uma filha e ela sofre o mesmo..
[Ver detalhes](#) ·   

FIGURA 1 - tweet publicado em 03 nov 2015 com a hashtag #Primeiroassédio
FONTE: mobile.twitter.com

Não me recordo quando exatamente sofri o primeiro assédio, infelizmente já se tornou de certa forma talvez até comum. Lembro de ter 14-15a +
[Ver detalhes](#) ·   

FIGURA 2 - tweet publicado em 23 out 2015 com a hashtag #Primeiroassédio
FONTE: mobile.twitter.com

A emergência da ideia de reconhecimento na teoria política contemporânea ocorreu, como explica Ricardo F. Mendonça (2009), sobretudo em estudos sobre multiculturalismo. A palestra proferida pelo filósofo canadense Charles Taylor na inauguração do *Princeton University's Center for Human Values*, em 1990 foi um marco neste sentido. Em diálogo direto com Hegel, Taylor defendeu a ideia de reconhecimento para lidar com os dilemas entre igualdade e diferença. Pouco depois, em 1992, o filósofo e sociólogo alemão Axel Honneth publicou sua tese de Livre Docência, em que busca atualizar os *insights* hegelianos por meio da psicologia social de G. H. Mead.

Para o presente estudo, trabalharemos com a abordagem de Axel Honneth (2003), entendendo que sua teoria estava centrada em lutas pela construção de gramáticas morais que viabilizem a autorrealização das pessoas. A luta por reconhecimento, especialmente, para Honneth, deve ser pensada no plano individual, em que sujeitos precisam ver-se como sujeitos específicos capazes de serem estimados pelas suas contribuições à sociedade. Deve-se ressaltar que, na

teoria do reconhecimento, este indivíduo autônomo nunca age sozinho, pois é através do reconhecimento intersubjetivo que os sujeitos podem garantir a plena realização de suas capacidades e uma autorrealização marcada pela integridade.

Honneth (2003) parte do princípio de que o conflito é intrínseco à formação dos sujeitos e da sociedade. Esse conflito não é, contudo, conduzido apenas pela lógica da autoconservação individual, como pensavam Maquiavel e Hobbes. Trata-se, sobretudo, de uma luta moral, visto que a organização da sociedade é pautada por obrigações intersubjetivas. Assim, Honneth adota a premissa de Hegel, para quem os indivíduos se inserem em diversos embates através dos quais constroem uma imagem coerente de si mesmos e possibilitam a instauração de um processo em que as relações éticas da sociedade se liberariam de particularismos. Esses embates se dariam, na visão de Hegel, nos âmbitos da família, do direito e da eticidade:

Hegel entende por 'eticidade'[...] o gênero de relação social que surge quando o amor, sob a pressão cognitiva do direito, purifica-se, constituindo-se uma solidariedade universal entre os membros de uma coletividade, visto que nessa atitude todo sujeito pode respeitar o outro em sua particularidade individual, efetua-se nela a forma mais exigente de reconhecimento recíproco." (HONNETH, 2003, p. 153)

Honneth se apoia também nos conceitos de intersubjetividade defendidos por de G. H. Mead, para quem os indivíduos não são pré-definidos, mas se constroem no agir diante do outro. Para Mead, o *self* pode ser analiticamente subdividido em duas estruturas em permanente interação: o *mim* e o *eu-mesmo*. Enquanto a primeira é moldada pelo *Outro Generalizado*, sendo composto pelos padrões culturais internalizados, a segunda é responsável pelo impulsos e desejos que caracterizam a individualidade. O *self* é a costura tensa entre o *mim* e o *eu-mesmo*. O diálogo entre elas ocorre na mente, entendida como uma construção social que atua como espaço para a reflexividade. Ela permite que os seres humanos "selecionem e organizem estímulos, projetem futuros, ressignifiquem passados, ponderem alternativas e façam escolhas, evidenciando a capacidade de autonomia do sujeito" (MENDONÇA, 2009, p.42).

Nesse processo circular em que sociedade, mente e *self* se constroem mutuamente, Mead aponta para o papel da linguagem: "ela é uma parte de um

processo social, e é sempre a parte por meio da qual afetamo-nos como afetamos aos outros e intervimos na situação social graças a essa compreensão do que dissemos” (MEAD, 1934, p.75 apud MENDONÇA, 2009). É por meio da linguagem que o indivíduo internaliza a cultura e a coloca em diálogo com seus próprios impulsos.

A percepção de certa autonomia dos sujeitos resulta em impactos políticos profundos. Se os sujeitos interpretam, reflexivamente, as experiências com as quais se deparam, reconstruindo seus próprios *eus*, podem elaborar narrativas e discursos capazes de desafiar significados e práticas sociais opressivas.

Mead também alicerça a ideia hegeliana de reconhecimento em três tipos de relação: *as primárias, as jurídicas e a esfera do trabalho* (HONNETH, 2003, p. 133).

A partir da junção dos pensamentos de Hegel e Mead, é que Honneth (2003) sistematiza sua proposta, afirmando que:

(...) são as lutas moralmente motivadas de grupos sociais, sua tentativa coletiva de estabelecer institucional e culturalmente formas ampliadas de reconhecimento recíproco, aquilo por meio do qual vem a se realizar a transformação normativamente gerida das sociedades. (HONNETH, 2003, p.156).

Honneth refina as categorias de Hegel e Mead, extraíndo delas três princípios integradores: as relações de amor, de direito e a solidariedade.

Para o filósofo, em cada relação amorosa, atualizar-se-ia o jogo dependência/autonomia oriundo da fusão originária mãe e filho, dele dependendo a confiança básica do sujeito em si mesmo e no mundo. Assim a *autoconfiança* deriva do amor.

As relações de direito, por sua vez, pautam-se pelos princípios morais universalistas constituídos na modernidade. O sistema jurídico não admite privilégios e gradações, aplicando-se a todos na mesma medida e permitindo aos sujeitos reconhecerem-se reciprocamente como seres humanos dotados de igualdade. Para Honneth (2003) as relações jurídicas geram o *autorrespeito*: consciência de poder se respeitar a si próprio, porque merece o respeito de todos os outros.

A terceira e última dimensão do reconhecimento se dá no domínio das relações de solidariedade, que propiciam algo além de um respeito universal.

Honneth lembra que os sujeitos humanos precisam, além da experiência da dedicação afetiva e do reconhecimento jurídico, “de uma estima social que lhes permita referir-se positivamente a suas propriedades e capacidades concretas” (HONNETH, 2003, p.198). Essa valorização social dos indivíduos em suas particularidades, geraria a *autoestima*, fundamental para que haja solidariedade. É esta que permitiria a coesão social em sociedades altamente individualizadas, visto ser mais ampla do que o vínculo familiar e mais forte do que o respeito instituído na lei.

Às três dimensões do reconhecimento, Honneth associa, respectivamente, três formas de desrespeito: 1) aquelas que afetam a integridade corporal dos sujeitos e, assim, sua *autoconfiança* básica; 2) a negação de direitos que mina a possibilidade de *autorrespeito*, à medida que impõe ao indivíduo “o sentimento de não possuir o status de um parceiro de interação com igual valor” (HONNETH, 2003, p.216); e 3) a referência negativa ao valor de certos indivíduos e grupos, que afeta a *autoestima* dos sujeitos. Todas essas formas de desrespeito se configurariam perigos concretos à autorrealização.

Se essas formas de desrespeito ameaçam as identidades, elas também podem impulsionar lutas sociais. Honneth afirma que os obstáculos que surgem ao longo das ações dos sujeitos podem se converter em indignação, o que permite um deslocamento da atenção para o contexto da ação. O desrespeito é a concretização da opressão e pode cercear a autorrealização, mas também pode fomentar uma reflexividade que está no coração da autonomia e da consequente possibilidade de emancipação. Tal reflexividade pode gerar lutas, desde que o contexto político-cultural seja propício para tanto.

O que Honneth defende, em suma, é que os conflitos intersubjetivos por reconhecimento, estimulados por situações desrespeitosas, são fundamentais para o desenvolvimento moral da sociedade e dos indivíduos.

2.1. A campanha feminista sob a perspectiva da teoria do reconhecimento

“O pessoal é político”, slogan que se tornou marca do movimento feminista, sintetiza, de certo aspecto, as ideias de Honneth sobre a luta por reconhecimento,

pois denota como sujeitos vivendo situações de desrespeito na esfera particular e pessoal, a partir da consciência desta opressão, podem se inserir em lutas coletivas que os levem ao resgate da autoconfiança, do autorrespeito e da autoestima, em suma, da autorrealização.

No feminismo dos anos 1960 e 1970, o afeto, a sexualidade e o corpo foram politizados por meio de manifestações de testemunhos que permitiram levar a público as perspectivas de mulheres. Um processo que objetivou, ao mesmo tempo, redefinir as regras do jogo e conscientizar as próprias mulheres sobre a naturalização da agressão masculina e a erotização da dominação (BIROLI, 2016 p.41). Esta ação, na mesma linha comunicativa da campanha *hashtag* #Primeiroassédio, vai ao encontro do que Honneth defendeu como “uma semântica coletiva que permite interpretar as experiências do desapontamento pessoal como algo que afeta não só o eu individual, mas também um círculo de muitos outros sujeitos” (HONNETH, 2003, p. 258). Portanto, são instituídas identidades políticas que questionam situações consideradas injustas e propõem novas gramáticas de interação social.

Nas diversas lutas do feminismo, mas principalmente naquelas que se inserem contra a erotização da dominação, como é o caso do assédio sexual, é fácil identificar a importância das três dimensões propostas por Honneth para a autorrealização. Na dimensão do amor, a luta feminista propõe uma nova relação de afetividade entre homens e mulheres, em que o corpo feminino seja respeitado e não objetificado; na dimensão do direito, o movimento já vem conquistando nas últimas décadas respaldo jurídico, com a criminalização do assédio e com a adoção de penas mais duras para os crimes de violência contra a mulher, que leve a uma maior igualdade nas relações; e na dimensão da solidariedade, o crescente engajamento da sociedade às causas feministas, como revelou o nível de participação na campanha *hashtag* #Primeiroassédio, que parece refletir o reconhecimento e estima, ao menos de parte da sociedade, sobre a legitimidade das causas defendidas pelo movimento, como mostra o relato abaixo (FIG 3.).

#primeiroassédio evidenciou que a idade média do primeiro assédio é de 9,7 anos e foi utilizada mais de 100 mil vezes.
#agoraéquesãoelasdoc
Ver detalhes · ← ↻ ♥

FIGURA 3 - tweet publicado em 27 jan 2016 com a hashtag #Primeiroassédio

FONTE: mobile.twitter.com

Honneth representa uma guinada na teoria crítica exatamente porque chama a atenção para a dimensão afetiva das lutas sociais. Essas lutas emergem da concretude da vida ordinária e se manifestam, muitas vezes, em reivindicações apaixonadas. Neste sentido, Honneth redimensiona o espaço que tem sido dado à esfera privada e íntima no campo político, e redefine o papel do sujeito individualista e atomizado da sociedade contemporânea nas lutas democráticas.

3. Ação política na internet: cidadania na esfera privada?

Nas democracias contemporâneas, fronteiras do público e do privado são constantemente reajustadas ou borradas, como resultado de uma privatização do espaço público e de um possível retorno do espaço doméstico/privado como espaço político. Portanto, é difícil identificar espaços públicos que não sejam associados com o Estado ou com interesses comerciais. Paralelamente, espaços privados tornam-se gradualmente em espaços de transação comercial. Isso implica que indivíduos frequentemente derrubem as modalidades privadas e públicas de expressão e existência dentro do domínio do social, reajustando constantemente as fronteiras do privado e do público, impactando na cidadania, como explica a cientista política Papacharissi (2010):

“É frequentemente a tensão entre o que é considerado privado e o que é definido como público que demarca os territórios cívicos nos quais os cidadãos entendem e praticam seus deveres cívicos. As duas abstrações juntas delineiam [...] as ecologias cívicas sobre as quais expectativas de hábitos cívicos e convenções democráticas são formuladas.” (PAPACHARISSI, 2010, p.16)³

³ No original: “It is frequently the tension between what is considered private and what is termed public that plots the civic territories along which citizens understand and practice their civic duties. The two conjoined abstractions [...] delineate the civic ecologies upon which civic habits expectations, and conventions of democracies are formulated.” P. 16

Para Papacharissi, um novo espaço público não é sinônimo de uma nova esfera pública, já que o espaço virtual reforça apenas a discussão, enquanto uma esfera pública virtual poderia reforçar a democracia. O espaço virtual proporcionado pelas tecnologias digitais se conformaria em um espaço nem público e privado, mas híbrido: “Talvez seja melhor examinar as geografias propostas pelas tecnologias online como espaços híbridos capazes de acolher o público e o privado, interesses comerciais e públicos, atividades políticas e sociais.”⁴ (PAPACHARISSI, 2010, p.20).

As tecnologias digitais, segundo a pesquisadora, ao multiplicar ou pluralizar nossas esferas de interação, nos obrigaram a redefinir ainda mais as fronteiras do público e do privado. Constituídas por espaços que são simultaneamente público e privado, as tecnologias de comunicação viabilizaram um ambiente de mídia privado, localizado em espaços pessoais e privados do indivíduo, possibilitando ações cívicas atomizadas.

Essa esfera privada, como explica Papacharissi (2010), é o ponto focal das atividades cívicas que são desenvolvidas na contemporaneidade, mesmo quando elas permanecem nos ambientes privados ou se são tornadas públicas para determinadas audiências. Atividades contidas privativamente mas com escopo público, como ler notícias online, espreitar conversas políticas ou seguir blogs ou tweets de líderes de opinião, acontecem no *locus* da esfera privada. Atividades publicamente orientadas, como postar um *blog*, compartilhar uma opinião política, votar ou assinar uma petição em apoio a uma causa, ou publicar vídeos com notícias exclusivas no Youtube, também são cada vez mais possibilitadas dentro do *locus* de uma esfera privada digitalmente equipada.

Desta forma, o cidadão em uma democracia representativa, anteriormente viabilizado dentro de uma esfera pública e através de deliberação cívica, é agora viabilizado por uma esfera privada e através do uso de ambientes privados de mídia.

A esfera privada, como aponta criticamente Papacharissi (2010), é construída de forma a servir aos valores centrais para os cidadãos das democracias

⁴ No original: “Perhaps it is best to examine the geographies proposed by online technologies as hybrid spaces capable of hosting both public and private, commercial and public interest, political and social activities.” p. 20

contemporâneas: autonomia, controle e autoexpressão,. Logo, o conteúdo personalizado proporcionado pela mídia online se adequa bem à esta esfera privada do cidadão, em que o *self* permanece o ponto de referência. Este cidadão está sozinho, mas não solitário ou isolado. Pelo contrário, dentro da esfera privada, o indivíduo cultiva hábitos cívicos que o permitem conectar com outros a partir de prioridades sociais, políticas e culturais compartilhadas.

A questão das fronteiras é essencial também para o pesquisador de ciência política Bruce Bimber (2012). Ele considera que muitos usos da tecnologia confundem as categorias do espaço público e privado, comunicação pública e privada e o espaço social individual com o espaço coletivo. Para a ação política, a implicação é que, através de muitas dimensões da vida social, fronteiras estão se tornando menos importantes para restringir comportamentos, delimitar as esferas da interação ou comunicação, separar o privado do público, definir as escolhas das pessoas e pressionar os papéis que cada um deve ter nas organizações.

No entanto, Bimber (2012) entende que o enfraquecimento destas fronteiras permite grande independência e oportunidades para empreendedores individuais, apesar das importantes implicações para ação coletiva no contexto das organizações formais. Para ele, o ambiente de mídia digital possibilitou novas e impensadas oportunidades para as ações coletivas quando pessoas estão cada vez mais imersas em uma atmosfera na qual é sua rotina compartilhar ideias, conexões e interesses. “Estes desenvolvimentos estão contribuindo para alterar as práticas de cidadania, partindo de instituições e normas para cumprimento de deveres em direção de maneiras mais personalizadas de ser cívico”. (BIMBER, 2012, p.5)

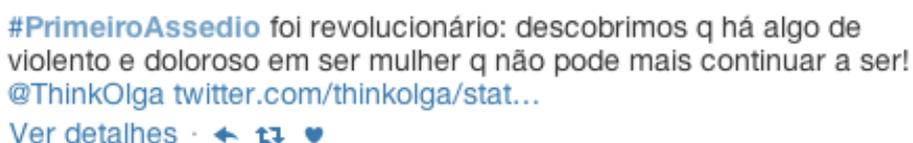
Lance W. Bennett (2012) aponta que vem emergindo nos últimos anos um novo tipo de ação de confronto político, que mobiliza multidões a partir do uso sistemático das mídias digitais, e que para entender as mudanças em jogo, é necessário distinguir duas lógicas de ação política: a “lógica da ação coletiva”, mais convencional, associada com altos níveis de recursos organizacionais e a formação de identidades coletivas; e a emergente “lógica da ação conectada”, baseada no conteúdo personalizado compartilhado pelos sites de redes sociais, em que as

identificações políticas são flexíveis, mais baseadas em estilos de vida do que em posições ideológicas ou comunitárias.

O elemento fundamental para a ação conectada, segundo Bennett (2012), é a comunicação personalizada, em que o conteúdo político é compartilhado na forma de ideias facilmente personalizadas, que exigem pouco esforço para a ação. A participação se torna automotivante quando conteúdo pessoalmente expressivo é compartilhado, reconhecido por outros, que repetem a atividade de compartilhamento. Na lógica conectada, segundo Benkler (apud BENNETT & SEGERBERG, 2012, p.30), “tornar uma ação pública ou contribuir com o bem comum torna-se um ato de expressão pessoal e reconhecimento ou ato-validação ativada por compartilhamento de ideias e ações em relacionamento de confiança.”

A ação comunicativa hashtag #Primeiroassédio, ao denunciar uma prática machista naturalizada, envolvendo a participação de milhares de pessoas que, provavelmente, enviaram suas narrativas pessoais de seus *smartphones*, *tablets* ou *laptops* a partir de seus espaços domésticos ou locais de trabalho, pelos fluxos comunicativos da Internet, mais especificamente pelo Twitter, um site de rede social comercial e privado, ilustra o que os autores supramencionados apontam como uma nova forma de exercer a cidadania: de forma atomizada, numa esfera que entrelaça as categorias do público e do privado.

Uma das principais forças da referida campanha para alcançar um elevado número de participantes parece ter sido o uso da comunicação personalizada. As narrativas de experiências pessoais de carências e sofrimentos, utilizadas na campanha #Primeiroassédio, constituem este conteúdo personalizado, altamente expressivo, capazes de chamar a atenção e estimular o engajamento, fortalecendo assim posições políticas (FIG 4).



#PrimeiroAssedio foi revolucionário: descobrimos q há algo de violento e doloroso em ser mulher q não pode mais continuar a ser!
@ThinkOlga twitter.com/thinkolga/stat...
Ver detalhes · ← ↻ ❤

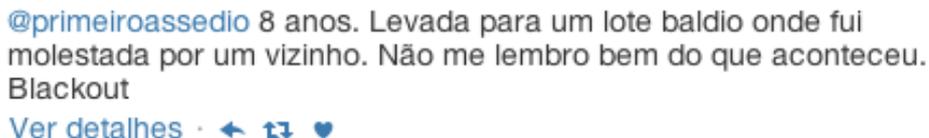
FIGURA 4 - tweet publicado em 05 jan 2016 com a hashtag #Primeiroassédio

FONTE: mobile.twitter.com

4. A força retórica do testemunho pessoal e o potencial da *hashtag*

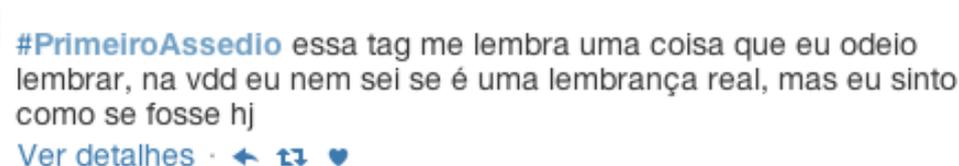
Na campanha *hashtag* #Primeiroassédio, os relatos pessoais sobre as experiências de assédio se enquadram no gênero biográfico do testemunho, entendido como uma “narrativa contada na primeira pessoa gramatical por um narrador que é ao mesmo tempo o protagonista ou a testemunha do evento relatado” (BEVERLEY, 2004, p.31 apud SACRAMENTO, 2016).

O testemunho, entretanto, “tem a opacidade de uma história pessoal afundada em outras histórias”, aponta a pensadora argentina Beatriz Sarlo (2007, p.50). Nos relatos (FIGS. 5 E 6), vemos exemplos de como os testemunho baseado em rememoração não têm a garantia da nitidez e clareza, nem tampouco da veracidade. Logo, sobressai para nossa análise uma questão importante: o que faz os relatos pessoais assumirem o estatuto de verdade e legitimidade e passar a ocupar espaço significativo nas lutas políticas?



@primeiroassedio 8 anos. Levada para um lote baldio onde fui molestada por um vizinho. Não me lembro bem do que aconteceu. Blackout
Ver detalhes · ↩ ↻ ❤

FIGURA 5 - tweet publicado em 23 out 2015 com a hashtag #Primeiroassédio
FONTE: mobile.twitter.com



#PrimeiroAssedio essa tag me lembra uma coisa que eu odeio lembrar, na vdd eu nem sei se é uma lembrança real, mas eu sinto como se fosse hj
Ver detalhes · ↩ ↻ ❤

FIGURA 6 - tweet publicado em 05 jan 2017 com a hashtag #Primeiroassédio
FONTE: mobile.twitter.com

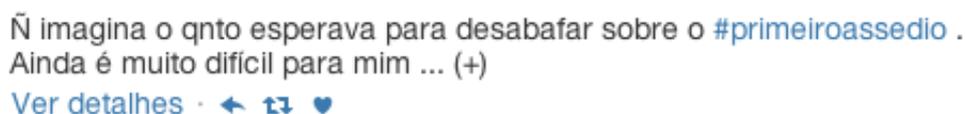
O testemunho seria uma instituição da sociedade que, segundo Arendt (apud Sarlo, 2007), tem a ver com a esfera jurídica e com um laço social de confiança, para quem o testemunho está baseado numa estrutura fiduciária, de confiança, de credibilidade outorgada à palavra da testemunha.

No entanto, Sarlo também aponta que o relato pessoal seria uma forma de responder à uma demanda contemporânea por uma 'guinada subjetiva' na qual o efeito da vida real, da fala de si, em primeira pessoa pode garantir maior status de verdadeiramente ocorrido ao relatado. "Afinal, por meio dos atos da fala da confissão de uma pessoa, constitui-se um *self* próprio que parece não ser infiel a si mesmo, mas instaurador da verdade pessoal de uma experiência pela sinceridade e pela intimidade" (ROSE, 1990, p.240 apud SACRAMENTO, 2016).

Logo, seria o tom de intimidade que daria a percepção de verdade do relato, o que remete à estratégia argumentativa de pessoalização:

No processo de pessoalização discursiva, o 'eu' da narrativa testemunha conta com uma dupla função: de mediação entre o íntimo e o público e de referencialidade. As duas são calcadas na experiência pessoal dos fatos e, portanto, na narração dos próprios sentimentos: naquilo que só o 'eu' pode tornar público e dizer que é verdade (RIBEIRO e LERNER, 2005: 215-216).

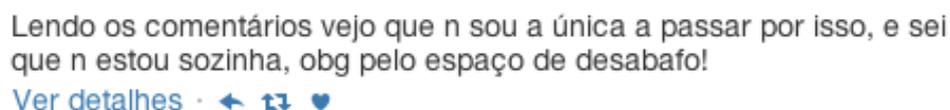
"O testemunho público da vítima, identificada e celebrada como sobrevivente a sofrimentos e injustiças ainda tem a ambição da autodefesa" (SARLO, 2007, P.51): quer persuadir o interlocutor presente e assegurar-se uma posição no futuro; justamente por isso também é atribuído a ele um efeito reparador da subjetividade. Neste sentido, o sofrimento é entendido como meio de desenvolvimento pessoal e superação, pois dá acesso à 'verdade interior' dos sujeitos, suscitando possíveis identificações, como vemos nos relatos abaixo (FIGS.7 E 8).



Ñ imagina o qnto esperava para desabafar sobre o #primeiroassedio .
Ainda é muito difícil para mim ... (+)
Ver detalhes · ↩ ↻ ❤

FIGURA 7 - tweet publicado em 01 nov 2015 com a hashtag #Primeiroassédio

FONTE: mobile.twitter.com



Lendo os comentários vejo que n sou a única a passar por isso, e sei
que n estou sozinha, obg pelo espaço de desabafo!
Ver detalhes · ↩ ↻ ❤

FIGURA 8 - tweet publicado em 24 out 2015 com a hashtag #Primeiroassédio

FONTE: mobile.twitter.com

A campanha *hashtag* #Primeiroassédio se apropria do estatuto de verdade do testemunho em todos os seus aspectos: o tom da íntima verdade; da autenticidade da primeira pessoa que fala; uma fala que vem do sentimento, da instância do profundo e do “eu verdadeiro”; aquele que viveu a experiência e que só este ‘eu’ pode contar; a partir de uma experiência dolorosa compartilhada, que cria laços de confiança e insere o sujeito no grupo dos que viveram experiências semelhantes.

Se a força retórica das narrativas testemunhais da campanha #Primeiroassédio parece justificar o alto índice de participação de cidadãos por uma causa coletiva, não podemos descartar a relevância do recurso da *hashtag* para potencializar o compartilhamento destas narrativas nas mídias digitais e promover a adesão à campanha neste contexto. Propomos aqui pensar a *hashtag*, mais do que um dispositivo de indexação de palavras-chave, como um slogan com sua função perlocutória, de pressão para ação. O que conta mesmo não é o seu sentido, mas o seu impacto, como explica o linguista Olivier Reboult:

Quando o enunciado comporta não apenas uma indicação, um conselho ou uma norma, mas uma pressão; quando as palavras não desempenham mais uma função de informar ou prescrever, mas a de mandar fazer... (1975, REBOUL, p. 13).

4.1 – Hashtag como slogan

Hashtags são palavras, frases ou expressões precedidas pelo símbolo #, que funcionam como hiperlinks dentro da rede e são indexáveis pelos mecanismos de busca da internet. O recurso foi criado pelo Twitter em 2008, juntamente com o *Trending Topics*, uma ferramenta que possibilita o agrupamento de postagens por tópicos. Desde então, os usuários podem direcionar ativamente tópicos específicos ou acompanhar o movimento de indexação dessa mídia social. O recurso passou a ser usado posteriormente por outros sites de redes sociais como Facebook e Instagram.

As *hashtags* classificam, agrupam e direcionam as informações contidas na web sobre os mais variados temas e assuntos, possibilitando maior participação e cooperação dos usuários, através da utilização de palavras-chave. O

desenvolvimento e aprimoramento do processo de indexação, além de possibilitar a organização do conteúdo, contribuiu também com a organização dos indivíduos das mídias sociais. A indexação permitiu a formação de grupos por meio do compartilhamento de ideias, onde as *hashtags* são utilizadas não somente para definir e delimitar o conteúdo das informações, como também para exteriorizar ideais, sentimentos, preferências, indignações e posicionamentos variados dos indivíduos que participam das interações online, colocando essas ferramentas em uma posição ideal para articulações políticas.

É neste sentido que a *hashtag* nos parece se apropriar da função de um *slogan*, seja de caráter publicitário, político ou ideológico. Com o poder de um slogan, a *hashtag* muitas vezes extrapola os limites do ambiente digital, em que é gerada e por onde inicialmente circula, e torna-se um recurso eficiente para promover a adesão ou atrair a atenção de um público mais abrangente.

A partir do conceito de slogan desenvolvido pelo linguista francês Olivier Reboul na década de 1970, podemos verificar a sua aproximação com o papel da *hashtag* no contexto contemporâneo: “o slogan é uma fórmula concisa e marcante, facilmente repetível, polêmica e frequentemente anônima, destinada a fazer agir as massas tanto pelo seu estilo como pelo elemento de autojustificação, passional ou racional que ela comporta” (REBOUL, 1975, p.39).

Ao nos aprofundarmos em cada característica descrita nesta sentença, podemos entender como a *hashtag* pode estar assimilando as mesmas funções do slogan:

1) Segundo o linguista, o poder do slogan está em sua concisão. Ele é eficaz por aquilo que não diz, pois é o próprio destinatário que se encarrega do não-dito. É a concisão que propicia ao slogan seu impacto e é ela que permite explicar suas características: um enunciado “sumário” e “polêmico”.

2) A força própria do slogan não está no fato de ser repetido, mas de ser repetível. Ele é eficiente quando cria em seus destinatários o poder e a necessidade de ser reproduzido.

3) “Se o slogan apresentar-se como a afirmação enunciada por alguém, perderá ele o seu crédito” (REBOUL, 1975, p.28). O fato de seu autor permanecer anônimo parece ser uma garantia de objetividade.

4) A questão do estilo para Reboul está relacionada a função poética do slogan que centra-se na própria forma da mensagem. O significante é tão importante como o significado, em que o conteúdo da mensagem é inseparável da sua forma. O estilo do slogan está ligado a sua concisão, clareza e brevidade é o que faz “sacudir e reter”. (REBOUL, 1975, p.23)

5) O slogan, segundo Reboul, tenta autojustificar-se. A autojustificação: pode ser um simples trocadilho, uma rima inesperada, o apelo ao interesse ou à paixão, um argumento mais ou menos condensado. Por sua pretensão ao tentar justificar-se, o slogan pode ser verdadeiro ou falso.

6) Enquanto a palavra de ordem resume o fim a ser atingido e oferece um conteúdo tácito preciso, “o slogan apela mais às paixões políticas, ao entusiasmo, ao ódio”. (REBOUL, 1975, p.34) Mas o fato do slogan apelar às paixões, conforme se vê no relato abaixo (FIG 9) não quer dizer que seja destituído de razão; e o fato de comportar razões não significa que seja razoável.



@nicething é catártico. Com #primeiroassedio, entendi uma série de aspectos do meu emocional. Ajuda demais saber que não estamos sozinhas

Ver conversa · ↩ ↻ ❤

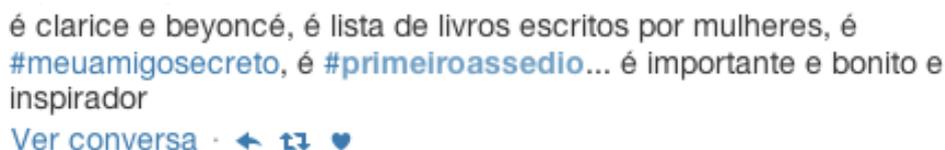
FIGURA 9 - tweet publicado em 19 fev 2016 com a hashtag #Primeiroassédio

FONTE: mobile.twitter.com

De todas as características do slogan explicitadas acima, apenas uma parece não ser inerente ao recurso da hashtag no contexto digital: o anonimato do autor. O sujeito que cria a hashtag pode até ser desconhecido pela maior parte daqueles que a compartilham, mas o anonimato não parece ser a condição de credibilidade no ambiente online. Ao contrário, é a possibilidade de se ter um nome e um rosto que atesta a veracidade da mensagem.

Quanto às demais especificidades expostas por Reboul (1975), podemos afirmar que o poder da hashtag, assim como o slogan, está: na sua concisão; uma no fato de ser uma fórmula facilmente repetível; na pretensão de ser verdadeira sem abrir espaço para a refutação; na inseparabilidade da mensagem de sua forma; e no apelo às paixões sem destituir-se da razão.

Reboul ainda nos chama a atenção para o aspecto da satisfação das necessidades: se certos slogans agradam é porque respondem à necessidade do destinatário. Mesmo quando conhece um sucesso inesperado é porque o slogan responde a uma expectativa coletiva, ou porque um longo trabalho de propaganda lhe preparou o terreno. Para o linguista, o slogan se prolifera em tempos de crise, quando as massas estão em estado de alta tensão. A estas pulsões coletivas, o slogan apresenta uma fórmula simples e marcante que contribui fortemente para canalizá-lo para um objetivo. O alcance do slogan, portanto, não é seu sentido literal, mas seu poder de incitação recorrente num contexto social determinado, como vemos no relato da FIG.10.



é clarice e beyoncé, é lista de livros escritos por mulheres, é
#meuamigosecreto, é #primeiroassedio... é importante e bonito e
inspirador
Ver conversa · ↩ ↻ ❤

FIGURA 10 - tweet publicado em 26 nov 2015 com a hashtag #Primeiroassédio
FONTE: mobile.twitter.com

O sucesso da ação hashtag #Primeiroassédio, ao mobilizar a participação de milhares de pessoas em curto espaço de tempo, pode ser creditado ao recurso comunicativo das narrativas testemunhais, de alto teor expressivo e de apelo emocional, cuja estratégia argumentativa baseada na pessoalização, na conversa íntima, confere ao relato o tom de veracidade. Entretanto, não podemos deixar de considerar a relevância do dispositivo hashtag para a potencialização desta ação comunicativa. Funcionando como indexador, colocou o assunto em destaque nos Trending Topics do Twitter ampliando o seu alcance; e como slogan, cumpriu sua

função de chamar para a ação, de forma concisa e clara: duas palavras precedidas pelo símbolo #, tornaram-se um sintagma, uma fórmula com estilo próprio, em que significado e significante se mesclam causando forte impacto, fácil de ser entendido e de ser compartilhado.

É necessário reconhecer que o poder de tais recursos comunicativos não está dissociado do contexto social. A notável expansão das narrativas pessoais está relacionada a “uma guinada subjetiva” na sociedade contemporânea: novos modos de subjetivação em que a experiência do sujeito no mundo se dá pela exterioridade, visibilidade e exposição da intimidade. As tecnologias digitais, ao multiplicar as esferas de interação, ampliaram ainda mais as possibilidades de aparecer e ser visto. Usar a expressão “primeiro assédio” como slogan de fácil compreensão e como hashtag indexável e compartilhável tornou-se possível na contemporaneidade após décadas de lutas e discussões dos movimentos feministas, que passaram a considerar desrespeitosas práticas antes naturalizadas pela sociedade, como as ações de conotação sexual dirigidas a menores de idade.

Considerações finais

Narrativas do eu, relatos autorreflexivos e testemunhos sobre situações de sofrimentos e injustiças são cada vez mais frequentes nas mídias digitais, estimulando outros participantes a produzir e compartilhar novos relatos de suas experiências nas mesmas situações de sofrimento e injustiça, e com isso transformando uma ação individual em ação coletiva, como ocorreu no caso do movimento feminista *hashtag* #Primeiroassédio. A politização da esfera íntima e do afeto não se restringe ao universo digital, mas ganha nele uma nova dimensão pela capacidade de mobilização de indivíduos interconectados em rede, mais receptivos ao conteúdo pessoalmente expressivo e que contam com novos recursos comunicativos como a *hashtag*.

A comunicação personalizada tem sido apontada por diversos estudiosos como elemento fundamental para as ações coletivas digitalmente mediadas, ou como defendido por Bennett, para as “ações conectadas”, por se basear em ideias fáceis de serem compartilhadas, que não exigem muito esforço para a ação e para o

reconhecimento por parte dos outros. O alcance da mobilização da campanha *hashtag* #Primeiroassédio, que teve mais de 100 mil *tweets* compartilhados, parece comprovar que a personalização da comunicação está relacionada a um alto grau de participação nas ações políticas na Internet.

Críticos aos novos modelos de participação cívica no ambiente digital, como Papacharissi, apontam que o conteúdo personalizado se adequa bem a uma prática de cidadania contemporânea mais individualizada, que envolve a conformação de uma esfera privada do cidadão no contexto digital, em que o *self* permanece o ponto de referência. Logo, estas novas práticas cívicas estariam em contraposição direta com o modelo base da teoria política da ação comunicativa que se dá tradicionalmente na esfera pública. No entanto, outros pensadores contemporâneos reconhecem que, apesar das fronteiras entre o público e o privado, estabelecidas na modernidade, estarem se dissolvendo, alternativas para a ação política estão se configurando neste ambiente mais fluido entre as duas categorias.

Ao analisar o movimento *hashtag* #primeiroassédio sob a perspectiva da teoria do reconhecimento de Axel Honneth, percebemos a possibilidade de uma ação comunicativa que promova o diálogo entre atores sociais considerando apelos afetivos, argumentos informais e narrativas de vida, pois essas lutas emergem da concretude da vida ordinária e se manifestam, muitas vezes, em reivindicações apaixonadas. É neste sentido que Honneth propõe o surgimento de “uma semântica coletiva que permite interpretar as experiências do desapontamento pessoal como algo que afeta não só o eu individual, mas também um círculo de muitos outros sujeitos”.

Na teoria proposta pela luta por reconhecimento, a transformação da sociedade parte do indivíduo que, na sua busca pela autorrealização – da autoconfiança nas relações afetivas, do autorrespeito na igualdade de direitos e da auto-estima pelo reconhecimento da sociedade – se envolve em conflitos reivindicatórios, mas que exige sempre a reciprocidade do outro, acabando por se tornarem lutas coletivas. Honneth parece tentar encontrar uma brecha para a autonomia do sujeito contra a normatização da sociedade.

O movimento *hashtag* #Primeiroassédio, promovida pelo coletivo feminista Think Olga, parece ter adotado a semântica coletiva proposta por Honneth, encontrando ferramentas comunicativas para envolver indivíduos atomizados nas suas esferas privadas, conectados pelas tecnologias digitais, a agir por uma causa coletiva. Desta forma, alargando as possibilidades de uma sociedade mais justa e mais próxima do conceito hegeliano de “eticidade”, de uma solidariedade universal entre os membros de uma coletividade, em que todo sujeito pode respeitar o outro em sua particularidade individual, efetuando-se nela a forma mais exigente de reconhecimento recíproco.

Referências

ARAÚJO, Paulo R. **Charles Taylor: para uma ética do reconhecimento**. São Paulo, Edições Loyola, 2004.

BENNETT, W. Lance & SEGERBERG, Alexandra. The Logic Of Connective Action: digital media and the personalization of contentious politics In: COLEMAN, F.; FREELON, D. (Org.) **Handbook of Digital Politics**. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing , 2015.

BIMBER, Bruce; FLANAGIN, Andrew J. & STOHL, Cynthia. **Collective Action In Organizations: interaction and engagement in a era of technological change**. New York: Cambridge University Press, 2012.

BIROLI, Flávia. O público e o privado. In: MIGUEL, Luís F; BIROLI, F. (org.) **Feminismo e Política**. SP: Ed. Boitempo, 2014.

GOOGLE TRENDS. **Meu Primeiro Assédio**: Quando um momento na tv vira uma campanha nacional. 2015. Disponível em <https://www.google.com/trends/story/BR_cu_Awe0NVEBAADmsM_en>. Acesso em: 25 abr, 2016.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo, 1984.

HONNETH, Axel. **Luta por Reconhecimento: a gramática moral dos conflitos sociais**. São Paulo, Editora 34, 2003.

MELO, Rúrion (coord.). **A teoria crítica de Axel Honneth: reconhecimento, liberdade e justiça**. São Paulo: Saraiva, 2013.

MENDONÇA, Ricardo F. **Reconhecimento e deliberação: a luta pelas pessoas atingidas pela hanseníase em diferentes âmbitos internacionais.** Tese (Doutorado em Comunicação Social), Universidade Federal de Minas Gerais, UFMG. Minas Gerais, 2009.

PAPACHARISSI, Zizi A. **A private sphere: democracy in a digital age.** Cambridge: Polity Press, 2010.

REBOUL, Olivier. **O Slogan.** São Paulo: Editora Cultrix, 1975.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart e LERNER, Kátia. Memória e identidade em relatos biográficos. In HERSCHMANN, Micael e PEREIRA, Carlos Alberto Messeder (orgs). **Mídia, memória e celebridades: estratégias narrativas em contexto de alta visibilidade.** Rio de Janeiro, E-Papers, 2003.

SACRAMENTO, Igor. O espetáculo do trauma: narrativas testemunhais de celebridades sobre o bullying num programa de TV. *Contracampo*, vol.35, n.2, 2016.
SARLO, Beatriz. *Tempo Passado: cultura da memória e guinada subjetiva.* São Paulo: Companhia das Letras; Belo Horizonte: UFMG: 2007.

SITE THINK OLGA. **A Olga.** 2013. Disponível em < <http://thinkolga.com/a-olga/>>. Acesso em: 12 abr, 2017.

TAYLOR, Charles. **As fontes do Self.** São Paulo, Edições Loyola, 1997.

TAYLOR, Charles. **A ética da autenticidade.** São Paulo. Realizações Editora, 2011.