



Sororidade em campanhas de *hashtag* durante a pandemia do novo coronavírus¹

Sorority in hashtag campaigns during the new coronavirus pandemic

Sororidad en campañas hashtag durante la nueva pandemia del coronavirus

Angie Biondi – Universidade Tuiuti do Paraná | Curitiba | PR | Brasil. E-mail: angiebiondina@gmail.com | Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-0486-1081>

Ângela Cristina Salgueiro Marques – Universidade Federal de Minas Gerais | Belo Horizonte | MG | Brasil. E-mail: angelasalgueiro@gmail.com | Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2253-0374>

Resumo: No início do isolamento social, durante a pandemia do novo coronavírus, pesquisas e estatísticas revelaram, associativamente, um aumento no registro de agressões às mulheres no ambiente doméstico. Campanhas em favor da assistência às vítimas e ações de apoio entre mulheres logo se multiplicaram em *sites* de redes sociais sublinhando o protagonismo destes recursos, bem como a centralidade de campanhas de *hashtag* na configuração de ações políticas feministas. O objetivo deste texto é problematizar como a sororidade foi articulada através destes dispositivos interacionais mediados. O trabalho compõe duas partes: a primeira delimita uma revisão teórica sobre a sororidade à luz de pensadoras contemporâneas, e a segunda parte examina como tal noção é apropriada por uma das campanhas pioneiras no Brasil, a partir da *hashtag* *#vizinhavocenaostaozinha*, no Instagram, entre março e abril de 2020.

Palavras-chave: feminismo; pandemia; redes sociais; sororidade; violência de gênero.

Abstract: At the beginning of social isolation, during the pandemic of the new coronavirus, research and statistics revealed, associatively, a significant increase in the record of aggressions against women in domestic environment. Campaigns in favor of victim assistance and mutual support between women have multiplied on social networks underlining the role of these resources and media environments, as well as the centrality of hashtags campaigns in the configuration of contemporary political actions. The purpose of this text is to debate how mediated social interactions articulate sorority, so demanded in this context. The analysis examines the posts of one of the first campaigns in Brazil, circulated on Instagram, and using the hashtag *#vizinhavocenaostaozinha*, between March and April 2020.

Keywords: feminism; pandemic; social networks; sorority; gender violence.

¹ A realização deste trabalho contou com o apoio do CNPq e da Fapemig.



Resumen: Al inicio del aislamiento social, durante la pandemia del nuevo coronavirus, las investigaciones y estadísticas revelaron, asociativamente, un aumento en el historial de agresiones contra las mujeres en el ámbito doméstico. Las campañas a favor de la atención a las víctimas y las acciones de apoyo a las mujeres pronto se multiplicaron en las redes sociales, subrayando el papel de estos recursos, así como la centralidad de las campañas *hashtag* en la configuración de las acciones políticas feministas. El objetivo de este texto es problematizar cómo se articuló la hermandad a través de estos dispositivos interactivos mediatizados. El trabajo consta de dos partes: la primera delimita una revisión teórica de la hermandad a la luz de los pensadores contemporáneos, y la segunda parte examina cómo esta noción es apropiada por una de las campañas pioneras en Brasil, utilizando el *hashtag* #vizinhavocenaostazoninha, en Instagram, entre marzo y abril de 2020.

Palabras clave: feminismo; pandemia; redes sociales; sororidad; violencia de género.

Recebido em: 19/09/2021

Aprovado em: 09/11/2022.



1 Introdução

A fase mais restritiva do isolamento social, durante os meses de março e abril de 2020, expôs, entre outros aspectos, o agravamento das situações de violência doméstica em diversos países. No Brasil, segundo dados divulgados pelo Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos, o Ligue 180 (serviço de atendimento que recebe denúncias de violência contra a mulher), registrou um aumento de pouco mais de 9% apenas no mês de março.

Em números absolutos, na primeira quinzena de março, a média diária de ligações foi de 3.045 com 829 denúncias registradas, e na segunda quinzena, entre os dias 17 e 25, foram recebidas 3.303 chamadas com 978 denúncias registradas. Segundo informações disponíveis no *site* do próprio Ministério foram criadas campanhas para intensificar a divulgação dos canais de denúncia já existentes, como o Disque 190 (Polícia), além de reforçar a divulgação do Ligue 180, no intuito de orientar as vítimas bem como alertar a população sobre o aumento de ocorrências deste tipo em todo o país.

Ao lado dessas ações institucionais, no entanto, outras formas de mobilização da sociedade civil cresceram na tentativa de buscar meios alternativos à abordagem e acolhimento dos casos de agressão durante a pandemia. Neste contexto, os *sites* de redes sociais se mostraram um importante recurso informativo-comunicacional usado para amplificar diversas ações e campanhas, além de promover certa visibilidade ao problema. Deste modo, campanhas em favor da assistência às vítimas e ações de apoio entre mulheres se multiplicaram nas redes, sublinhando o protagonismo destes recursos, além de destacar a centralidade das campanhas de *hashtag* na configuração de ações políticas, autodenominadas feministas na atualidade.

Uma das primeiras campanhas de atendimento às vítimas de violência doméstica durante o isolamento social no país foi criado pelo Coletivo de Mulheres “AgoraÉQueSãoElas” (AEQSE). Tendo como ação principal criar uma rede solidária entre vizinhas baseada na escuta e apoio às vítimas, o Coletivo pôs em circulação,



pelo seu perfil no Instagram, publicações com textos e vídeos que explicavam como as mulheres poderiam ajudar e apoiar umas às outras destacando a importância da sororidade neste momento. Seu conteúdo foi compartilhado por inúmeras usuárias e apoiadores, além de ser replicado em perfis em outras plataformas digitais, como o Twitter e Facebook, destacando o entrecruzamento e a expansão de mensagens como uma das principais características destes recursos midiáticos.

Centrado nestas observações, este texto compreende duas partes. A primeira parte traça uma revisão teórico-conceitual acerca da sororidade que, a partir de pensadoras contemporâneas, reconheceria duas grandes vertentes: a) uma noção ampla e paradoxal baseada em laços de união biológica, essencialista, que se expande a um quadro moral comum caracterizando tais relações como “tipicamente femininas” e; b) uma noção pragmática caracterizada como uma ação política do feminismo adensada na atualidade. A segunda parte do texto busca articular esta discussão sobre a sororidade examinando sua apropriação por uma das campanhas de *hashtag*, no intuito de delinear uma análise, ainda que preliminar, deste tipo de recurso midiático e comunicacional classificado como um “dispositivo interacional” (BRAGA, 2017; CASALI, 2017) e sua promoção de apelos morais voltados ao engajamento. Neste contexto, entende-se que não são as interações entre usuárias que conferem uma noção específica ou um tipo de ação próprio à sororidade, mas o conteúdo da campanha é que mobiliza e define previamente o que seria sororidade.

2 Sororidade: entre reflexão teórica e ação política

As discussões sobre sororidade têm sido cada vez mais ampliadas pelas reflexões de pesquisadoras e pelas discussões promovidas por atividades dos movimentos feministas contemporâneos, tais como Jodi Dean (1995), Rosalind Gill (2007), Hooks e Mckinnon (1996), Suely Costa (2009). No entanto, uma revisão de literatura permite notar que, durante muito tempo, seu debate foi marcado por duas grandes perspectivas. Sem querer sistematizar um quadro muito específico ou periodizado das referências sobre o tema, como se fossem rígidos marcadores que fragmentariam as dialéticas dos feminismos, pensamos que traçar um percurso teórico-reflexivo que aponte as linhas gerais das diferentes perspectivas pode auxiliar



a compreensão do que se constituiu no horizonte desta experiência de sociabilidade, e que tem perpassado discussões e ações até hoje.

Uma primeira vertente teórica do feminismo se baseou no entendimento da sororidade a partir da unidade essencialista, que preconizava a existência de um conjunto moral de afetos e sentimentos (compaixão, piedade, empatia) considerado inerente às mulheres e ao tipo feminino. Esta noção de que haveria uma suposta “irmandade feminina” — em uma tradução próxima do inglês *sisterhood* — de base biológica e natural, baseava a sororidade em certo laço comum entre as mulheres, o que possibilitaria que certas emoções e sensibilidades aproximativas se manifestassem em atitudes práticas, de modo a guiar o cuidado e o respeito mútuo.

Segundo a crítica feita por Costa (2009), esta perspectiva pode ser entendida como expressão de uma identidade calcada no ser feminino que, supostamente, subjaz a condição de todas as mulheres, já que compartilhariam uma espécie de essência unificadora, e isso fortaleceria as lutas por igualdade de direitos em diferentes sociedades. Contudo, segundo ela, é preciso sublinhar que tal perspectiva foi alvo de intensas críticas dentro dos movimentos feministas dos anos 70 e 80, que indicaram entendimentos diferenciados. A sororidade, como visão de unidade biológica e generificada, foi debatida e revisada pelos movimentos feministas, sobretudo norte-americanos, que redesenharam sua discussão orientando-a acerca dos contextos de homogeneização e de ocultação das diferenças e desigualdades como as bases reais que compreendem as estruturas comuns de subalternidade conferidas às mulheres.

É importante ressaltar que o uso de *sisterhood*, neste período, era bem mais frequente, e não havia indicação bibliográfica que especificasse o termo “sororidade”. Ademais, a noção de *sisterhood* também foi discutida por pesquisadoras feministas em uma chave reflexiva diferenciada que corroborou para o combate ao ideal essencialista. O texto de Hooks e Mckinnon (1996), indica que as transformações dos âmbitos público e privado é que possibilitaram que certos aspectos sociais, bem como experiências pessoais, outrora mantidos no campo privado, pudessem ser compartilhados e trazidos à público de modo a adquirir um *status* político. Enquanto pesquisadora e agente ligada à uma instituição de natureza acadêmica, Hooks (2018)



destaca a necessidade de reconhecer a responsabilidade embutida na partilha de um conhecimento baseado na vida material e concreta das mulheres, ou seja, em sua perspectiva, uma teoria feminista deveria apresentar lastro substantivo na experiência cotidiana do corpo social, coletivo, e não meramente retórico.

Embora tenha sido julgada, muitas vezes, por uma classe científica conservadora e contrária, Hooks (2018) reafirma um pensamento feminista que compreende o impacto político transformador da interrelação entre mulheres que decidem trocar e compartilhar suas histórias de vida, especificamente denominado por ela como uma relação *sisterhood*. Deste modo, a reflexão acerca da sororidade começa a assumir outro patamar explicativo, tanto das ações políticas no quadro feminista quanto das relações interacionais entre as mulheres, que passaram a ser pensadas de modo a não promover apagamentos das diferenças concernentes aos enquadramentos políticos, ideológicos, classe social, étnico-raciais e distâncias geracionais. O que se buscava romper era a ideia de sororidade como uma essência feminina reforçadora de um quadro moral comum e homogêneo.

Somente após 1980, a sororidade deixa de ser discutida em um demarcador de unidade biológica para outro de natureza político-cultural. Em parte, os abalos conceituais promovidos pela “terceira onda feminista”, que punha em pauta as pluralidades, a crítica à universalidade do feminino e ao essencialismo finalmente parece reverberar no pensamento e nas práticas feministas do final do século XX (COSTA, 2009, p. 8).

Em meados dos anos 80, essa ‘natural’ solidariedade está representada na construção da imagem de uma mulher coletiva, em grupos de reflexão e ação; essa imagem, homogeneizada por sofrimentos e dilemas comuns, é, também, vitimada, coletivamente, e, assim, faz reconhecer causas políticas e rumos para as políticas públicas, definidas como de interesse comum (COSTA, 2009, p.16).

Sem perder de vista as diferenças constituintes das condições sociais das mulheres, a sororidade passa a ser compreendida como uma espécie de ação política modelada por forças aglutinadoras das relações aproximativas e intersubjetivas comuns que eram tecidas pelas experiências de desigualdade e opressões, com a consciência de que são vivenciadas de maneiras diversas nas sociedades. O



reconhecimento de que se compartilham as estruturas e modelos sistematizados, normalizados e reprodutores de desigualdades fez com que o foco da crítica endereçada a esta perspectiva de sororidade passasse a observar a realidade social, e não os essencialismos.

No entanto, a sororidade, mesmo hoje entendida como uma espécie de ação ético-política calcada em um campo de experiências, é também perpassada por apropriações diversas. Costa (2009, p. 23) chama a atenção para algo de persistente na correlação conceitual que acaba contemplando a sororidade como uma solidariedade feminina presumida, ou seja, nota-se a persistência de um sentimento moral como constructo simbólico da maternidade. Segundo ela, algo ressonante da maternidade se reafirma quando se conjuga a sororidade como um “pacto feminino do dever moral do cuidado” — mesmo que orientado à ação política —, que comparece codificado nas relações entre as mulheres, ocultando os muitos conflitos (emocionais, sociais, econômicos, culturais) que atravessam tais relações. Daí ela sublinhar a necessidade de uma revisão constante de quais aspectos estão em jogo quando a sororidade comparece reivindicada em certos discursos e contextos. É importante mencionar que Hooks e Mckinnon (1996) e Hooks (2018) também alertavam para os usos midiáticos das experiências pessoais compartilhadas pelas mulheres. Segundo ela, o enquadramento midiático apela às emoções e ao impacto sensorial superficial das vivências e lutas das mulheres, quando seria preciso posicionar politicamente tais experiências para a ruptura dos modelos normalizadores. Muitos destes produtos culturais e populares que circulam na mídia, segundo ela, funcionam ainda como agentes discursivos importantes na formação e na visão dos sujeitos sociais.

O que temos, certamente nos últimos dez anos, são os meios de comunicação destacando a confissão pessoal. Usar o privado para converter o público, para romper e subverter o público não se realiza unicamente pela prática da confissão. Esse é o motivo pelo qual se critica a confissão. A vida privada como exibicionismo e *performance* não é o mesmo que o uso político estratégico da informação privada que busca subverter a política de dominação (HOOKS; MCKINNON, 1996, p. 823).

As reflexões de Hooks e Mckinnon (1996) se entrelaçam com aquelas de Matos (2014) e Hollanda (2018) acerca da quarta onda do feminismo, que considera os esforços consistentes de descolonização do saber, de despatriarcalização, de



desracialização e de desheteronormatização em distintos planos e diferentes graus, desde às interações *online* até aquelas que dinamizam instâncias do Estado. Essas transformações estão em curso, enfrentando muitas resistências conservadoras para frear seus efeitos democratizadores e emancipatórios. Entretanto, de acordo com Matos (2014), é possível destacar a crescente presença e a legitimidade de mulheres e de corporeidades femininas na esfera pública, mais democratizada e mais inclusiva, atendendo suas demandas e reconhecendo suas reivindicações.

A quarta onda feminista se aproxima do ciberfeminismo, pois tem sido marcada por uma série de eventos presenciais e virtuais, como a campanha #primeiroassedio, as marchas das Margaridas e das Mulheres Negras no Brasil, e a *Ni Una a Menos* na Argentina, todas emergindo em um contexto político complexo (HOLLANDA, 2018). O nome “ciberfeminismo” relaciona-se ao ativismo que conta com a presença dos meios de comunicação digitais no movimento. As redes sociais, hoje, têm um papel de destaque na popularização do movimento, pois ideias feministas antes restritas a pequenos grupos são disseminadas e compartilhadas com amplo alcance, permitindo a troca de saberes, a mobilização em ampla escala e a articulação de demandas diversas. Segundo Hollanda (2018) e Matos (2014) a quarta onda do feminismo expõe os mecanismos de opressão, evidencia como ações políticas traduzem linguagens e lutas para as formas de articulação que se produzem cotidianamente face a face e digitalmente, valoriza as experiências múltiplas e singulares de mulheres e suas interseccionalidades, trazendo para o primeiro plano a importância das lutas coletivas que preservam também as singularidades das vivências.

Central também nesse processo é a consolidação institucional e jurídica dos feminismos plurais e interseccionais contra as agressões, violências e feminicídios que atingem as mulheres e permanecem sendo tematizadas como casos isolados, como desequilíbrios momentâneos de homens “de bem”, acobertando desigualdades sociais e institucionais amplamente enraizadas e mesmo legitimadas por quadros morais que avaliam e julgam desigualmente as vidas e os modos de vida.

Em estudo recente sobre as construções discursivas da sororidade no ambiente das mídias sociais, Leal (2020) observa que há uma polivalência tática nos usos do termo observados no contexto das redes. Causas e ações vinculadas à



sororidade assumem enunciados muito diversos fazendo circular diferentes perspectivas que nem sempre reforçam a noção de sororidade como uma ação que visa à efetiva mobilização política disruptiva e feminista. Segundo Leal, o ambiente midiático das redes é observado como uma espécie de arena de disputas discursivas em torno da sororidade, mas que pode tanto evidenciar contradições enunciativas quanto servir de ferramenta com potencial para outras apropriações, ainda que não possa dissociar completamente os reflexos muito ativos entre política, sentimento, moralidade e mídia (LEAL, 2020, p. 162).

Atualmente, é possível observar que as discussões sobre a sororidade ainda mobilizam compreensões difusas que ora enfatizam aspectos de uma suposta universalidade das vivências femininas, ora enfatizam as desigualdades e complexidades de pautas e lutas feministas. Elas compreendem ainda muito dos códigos políticos e culturais postos em circulação e disseminados por discursos cuja urgência da tarefa teórico crítica é a da observação atenta e da desconstrução constante. Concordamos com Hooks (2018) quando ela aponta que a sororidade produz espaços de afeto e de contraconduta: ela recusa as regras do jogo estabelecido e cria outros jogos coordenados pela força da consideração, da solidariedade e do cuidado.

3 Convocações e apelos pela sororidade em campanhas de *hashtag* durante a pandemia do novo coronavírus

Traçado este breve quadro teórico, buscamos observar como certas ações políticas, autodenominadas feministas e voltadas à sororidade, têm se mobilizado em um ambiente reconhecidamente contraditório como as redes sociais. A escolha por este tipo de contexto deve-se à observação do uso crescente das redes para amplificar debates, divulgar eventos e, em particular, por seu uso contínuo como principal alternativa de comunicação durante o isolamento social.

Neste contexto, vale a pena ressaltar que as campanhas de *hashtag*, especificamente, têm sido cada vez mais recorrentes quando se trata da comunicação de ações políticas voltadas para uma agenda feminista em redes sociais (NATANSOHN; REIS, 2017, p.115). É importante destacar que a *hashtag* é uma



affordance técnica, comunicacional, linguageira, social, que permite afiliação difusa dos usuários, conversação e recuperação dos discursos. *Affordance* é um termo multivalente e pode ser considerado como um conceito chave para abordar as interfaces de mídias sociais e as relações que se estabelecem entre a tecnologia e seus usuários (BUCHER; HELMOND, 2017). Sob essa perspectiva, algumas discussões políticas online podem considerar como *affordances* permitem, por exemplo, o anonimato; o caráter assíncrono da conversação; a prática de moderação; as características da rede quanto à exposição de pontos de vista diferentes ou similares (*homophily, like minded*), entre outras configurações. No caso aqui em análise, consideramos que as *hashtags* promovem um tipo de *affordance* que estimula o ativismo político sendo ativada por usos e práticas não previstas que ocorrem nas plataformas e no interior delas.

Este tipo de mobilização virtual conta com um recurso importante de localização e agrupamento de conteúdo, a partir do direcionamento de usuários/usuárias para a associação de mesmo tema. A cerquilha (#), símbolo utilizado no cabeçalho ou título das campanhas, é transformada em um *hiperlink* que direciona para o conjunto de todo conteúdo marcado com a mesma *hashtag*. Deste modo, este tipo de agrupamento possibilita, mais facilmente, identificar perfis e registrar a quantidade de compartilhamento de conteúdo realizado (RECUERO, 2009).

Segundo Natansohn e Reis (2017, p. 117), uma das características marcantes no uso das redes sociais para criação e circulação de campanhas de *hashtags*, desde 2015, é a crescente mobilização civil promovida por grupos e coletivos feministas com intuito de amplificar suas pautas e reivindicações. As pesquisadoras levantaram, através de estudo exploratório na base de dados do Google, entre 2015 e 2016, que o principal foco temático do ativismo *online* nas redes sociais tem sido a violência sexual, seguido por reivindicações de autodeterminação sobre o corpo e pautas relacionadas à gênero. Outra característica relevante neste tipo de campanha é a organização descentrada, multimodal e em rede transnacional que perpassa diversos grupos e pautas de gênero ao redor do mundo, o que permitiu, por exemplo, a se reportarem à expressão “primavera feminista” para intitular este fenômeno social amplificado pelas redes.



Elas notaram que, ainda que sejam distintos em objetivos, grupos feministas encontram no compartilhamento de *hashtags* um recurso comum de associativismo civil e de reverberação midiática de seus temas, já que o conteúdo criado sai das redes de origem e nutre outras fontes e veículos comunicacionais, como o jornalismo impresso, televisivo, entre outros, modelando uma espécie de circuito midiático e interativo, que será denominado por Casali (2017) de “dispositivo interacional”. Tal dispositivo tenta viabilizar interações que, por sua vez, modificam e reinventam o dispositivo acionado.

Em cada modo ou processo social (polêmica, consumo, debate, entretenimento, etc.), a sociedade experimenta modos de interagir. “Tais práticas acabam se tornando disponíveis para a sociedade, modelando os processos comunicacionais” (BRAGA, 2012, p. 2). Essas matrizes disponíveis na sociedade norteiam os episódios de troca comunicativa e recebem o nome “dispositivos interacionais”. Do mesmo modo, o episódio comunicacional que aciona esses modelos lhes dá forma, sentido, substância e direcionamento: ele é o lugar em que estratégias são tentadas e testadas.

Ao enfatizar, de minha parte, o aspecto interacional, certamente dou atenção às regras que viabilizam, instituem e caracterizam dispositivos empiricamente perceptíveis; mas também valorizo as estratégias e inferências que trazem a disponibilidade do dispositivo para o exercício concreto do *episódio comunicacional* que o aciona. Com isso, os episódios não são mero epifenômeno dos dispositivos (BRAGA, 2012, p. 34).

No caso específico do ativismo feminista, as campanhas de *hashtag* têm gerado episódios comunicacionais nos quais algumas das experiências mais bem-sucedidas de mobilização e questionamento de violências através da articulação de dispositivos interacionais de resistência. Ora contribuem para fazer pressão junto ao poder público no processo de tomada de decisões, ora servem para dar visibilidade às causas da militância, ora se traduzem em campanhas de conscientização no campo das relações de gênero, ora ajudam a sistematizar dados que referendem políticas públicas e, não menos importante, servem para promover encontros, partilhas de experiências e facilitar a solidariedade (NATANSOHN; REIS, 2017, p. 119).



3.1 Procedimentos metodológicos

Seguindo este propósito, passamos à observação de uma das ações feministas proposta pelo Coletivo AEQSE que, diante do agravamento da violência doméstica durante o período de isolamento social, em 2020, criou a campanha de *hashtag* #vizinhavocenaostazoninha veiculada em seus perfis de redes sociais. Através do método da análise de conteúdo foram coletadas e observadas as publicações produzidas por tal campanha no perfil que o Coletivo possui no Instagram, entre março e abril de 2020. Foram coletadas, ao todo, 78 publicações, que, através do método da análise temática de conteúdo (BARDIN, 2011; MINAYO, 2001), foram agrupadas a partir da identificação do tipo de apelo promovido pelas hashtags a elas associadas.

O mês de março de 2020 pôde ser observado como o período inicial do conteúdo sobre a pandemia, uma vez que em janeiro e fevereiro não há registro deste tema no perfil do Coletivo pelo Instagram. É importante notar que as publicações realizadas em março se referem apenas à reprodução de notícias da imprensa nacional e internacional, que já chamavam atenção sobre o crescimento da ocorrência dos casos de violência doméstica durante a pandemia.



Quadro 1 – Descritivo das publicações publicadas

Data	Tema da postagem	Referência à <i>hashtags</i>	Tipo de conteúdo e de apelo moral
01 abril	Lançamento da campanha de #	#AEQSE #AEQSEcontraCOVID19 #VizinhaVocêNãoEstáSozinha #VizinhaVoceNaoEstaSozinha	Texto Informações estatísticas Apelo para formação de alianças de proteção.
04 abril	Ações específicas da campanha de #	#VizinhaVoceNaoEstaSozinha! #AEQSE #VVNES	Texto Vídeo Apelo para formação de alianças de proteção.
08 abril	Podcast com programa sobre a campanha de #	#AEQSE sobre o tema: #VizinhaVocêNãoEstáSozinha. #Podcast #Covid19 #AEQSEcontraCOVID19	Card com informações sobre podcast Mobilização para mulheres identificadas como vítimas.
09 abril	Proposta do Projeto de Lei apresentado pela deputada estadual Renata Souza (propõe hotéis como abrigo)	@agoraequesaoelas_ #VizinhaVocêNãoEstáSozinha #AEQSE #VVNES #Covid19	Trecho de vídeo com a fala da deputada Mobilização para mulheres identificadas como vítimas.
10 abril	Doação da cantora Rihanna às vítimas de violência nos EUA	#AEQSE #AEQSEcontraCOVID19 #Rihanna #Covid19 #VizinhaVocêNãoEstáSozinha	Informações retiradas revista Variety (reprodução) Mobilização para mulheres identificadas como vítimas.
11 abril	Moção de repúdio às declarações misóginas do vereador de SP (PSDB)	#AEQSE #DiretoDoPlenário #VizinhaVocêNãoEstáSozinha	Texto opinativo (comentário à declaração do vereador) Mobilização para mulheres identificadas como vítimas.
13 abril	Projeção de mensagens da campanha por artista carioca em prédios do RJ	#AEQSE #VizinhaVoceNaoEstaSozinha #COVID19 #AEQSEcontraCOVID19 #Coronavirus #RafaMon	Vídeo com a gravação das projeções das mensagens da campanha nos prédios da cidade Identificação de laços de vizinhança e Apelo para formação de alianças de proteção.

Fonte: Elaborada pelas autoras.

A partir do levantamento dos elementos textuais e linguísticos nas publicações (incluindo a definição temática de tópicos pelos títulos), alguns aspectos se destacam quanto ao conteúdo produzido. Ainda que poucas publicações tenham feito menção direta à campanha, percebemos uma complexa rede de construção enunciativa que pode se aproximar do que Maria Aparecida Moura define como “ativismo *hashtag*” (2019, p. 164). Partindo do entendimento de que a *hashtag* é uma *affordance* que produz formas de participação e rituais discursivos, Moura afirma que ela permite a articulação de um fluxo de narrativas e, entrelaçadas com outras *hashtags*, formam um dispositivo interacional que permite dinamizar o conteúdo narrado ofertando-lhe performatividade. Assim, o ativismo *hashtag* configura-se a partir de uma ação tecnodiscursiva que “se associa à cultura participativa e pode causar impacto na formação do discurso público, no caráter distributivo das informações e na agência



narrativa” (MOURA, 2019, p. 170). Não é nosso intuito mapear as controvérsias associadas às *hashtags*, mas evidenciar que um acontecimento político digital específico pode dar origem a um episódio comunicacional no qual algumas formas de apelo são acionadas e experimentadas socialmente.

Assim, nosso percurso metodológico foi desenhado de maneira a identificar, através das *hashtags*, alguns apelos morais de convocação que foram posteriormente organizados em torno de três eixos analíticos específicos. Ao examinarmos o conteúdo das publicações, percebemos que a combinação de *hashtags* em cada postagem configurava três grandes formas de apelos morais que tinham como objetivo orientar ações políticas práticas a partir da identificação de vínculos específicos: a) apelo moral de convocação coletiva para a formação de alianças de proteção; b) apelo moral para a identificação de laços de proximidade/vizinhança; e c) apelo moral de mobilização para o fortalecimento da própria campanha (promoção da “marca”).

O apelo voltado para alianças de proteção aposta em *hashtags* nas quais a sororidade se refere à transformação do vínculo entre mulheres, passando de um estado de competição à solidariedade, irmandade, colaboração e auxílio. Nesse sentido, a solidariedade entre mulheres é expressa pela tentativa de constituição de um “nós” que recusa uma socialização fundada pelo pensamento patriarcal que reduz as mulheres a “pessoas inferiores aos homens e que estão, sempre e somente, competindo umas com as outras pela aprovação patriarcal, olhando-se com inveja, medo e ódio” (HOOKS, 2018, p. 35). As *hashtags* e publicações refletiam um esforço direcionado à criação de um contexto para a elaboração de vínculos capazes de permitir a tematização e enunciação de seus interesses comuns.

O apelo que incentivava a formação de laços de proximidade tinha a responsabilidade moral do cuidado como seu ponto central. Foi possível identificar, apesar das distinções existentes entre relações territoriais de vizinhança no espaço de moradia e relações digitais de proximidade, como a campanha incentivava a produção intersubjetiva de espaços seguros de cuidado. Para Collins (2019, p. 184), o cuidado e a sororidade entre mulheres produz espaços seguros nos quais “o conhecimento construído do ‘eu’ emerge da luta para gerar conhecimento



autodefinido, considerado pessoalmente importante, um conhecimento muitas vezes essencial para a sobrevivência”.

O apelo destinado ao fortalecimento da própria campanha e das *hashtags* que compõem sua circulação midiática está ligado ao modo como o dispositivo acionado é responsável pela formação de circuitos de compartilhamento que favorecem a imagem e o capital simbólico de grupos e coletivos. Não raro, a potência do ativismo por *hashtag* pode projetar e reverberar interesses e pautas coletivas, sem que, no entanto, percam a oportunidade estratégica de projeção de interesses particulares, ligados à atribuição de reconhecimento e reputação social.

Quadro 2 - Apelos morais e ativismo *hashtag*

Apelos morais promovidos pelas <i>hashtags</i>	Definição em relação à sororidade	Disposições interacionais
Apelo moral de convocação coletiva para a formação de alianças de proteção	As interlocutoras procuram identificar modos de abordar o problema em pauta a partir de pistas relacionadas à construção de um “nós” marcado por alianças de respeito mútuo. A solidariedade política e o cuidado figuram como as bases da convocação à transformação do imaginário de luta em prol do cuidado.	Produção de pontos de vista voltados para o questionamento de identidades socialmente construídas (que fixam as mulheres em posições inferiores) e apelo para a consolidação de relações solidárias de cuidado que não se limitam a reconhecer as experiências das mulheres como importantes, mas fundamentam eixos de luta contra a injustiça.
Apelo moral para a identificação de laços de proximidade/vizinhança	Valorização da responsabilidade moral que nasce da promoção do cuidado como ação cotidiana que tenta oferecer apoio a partir de gestos concretos. Apostar na consideração das vivências cotidianas de violência como ponte para a criação de espaços partilhados e seguros de proteção, sororidade e refúgio.	Cada agente formula e oferece respostas possíveis às demandas dos outros, o que é feito de maneira respeitosa e solidária. Modos de consideração da diferença estão presentes na apreciação e consideração da demanda alheia. Oposição à tendência de avaliar o problema unicamente do ponto de vista individual e restrito ao grupo.
Apelo moral de mobilização o fortalecimento da “marca”	Oscilações entre o que se apresenta como justo e bom para as mulheres vítimas de violência e necessidade de alimentar dispositivos de circulação e consumo que amplifiquem o capital simbólico e social de instituições, grupos e coletivos. Busca por reputação	Personalização e individualização dos parâmetros que definem concepções de justiça. Tendência a associar justiça à promoção de critérios e ações que muitas vezes amplifica a capacidade de visibilidade das ações de um coletivo, mas fragiliza as interações e laços fortes, capazes de gerar transformações mais profundas no combate à injustiça.

Fonte: Elaborada pelas autoras.



O objetivo da exploração dessas três formas de vinculação identificadas a partir da análise de conteúdo é entender como apelos morais articulados à noção de sororidade quando elaborada e/ou apropriada pela campanha de modo a ser um ponto gerador de engajamento entre usuárias nas redes. Assim, uma amostragem qualitativa de conteúdo (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2016) pode nos auxiliar a evidenciar que não são as interações entre usuárias que conferem uma noção específica ou um tipo de ação que é definida como sendo própria à sororidade, mas é o conteúdo elaborado pela campanha que mobiliza e define, previamente, certas noções articuladas com vistas à adesão e engajamento.

3.2 O apelo à formação de alianças de proteção

Uma primeira dimensão de ações ativistas evidenciada pela análise de conteúdo das mensagens foi a configuração de certo modelo relacional entre mulheres, que pode ser entendida como sororidade, apresenta-se demarcada nas elaborações linguísticas e textuais do uso de marcadores dêiticos recorrentes nos pronomes pessoais e verbos flexionados empregados em todas as publicações (“nós”, “você”, “precisamos”, “faça” etc.), sempre na correlação entre a segunda pessoa do singular e a terceira pessoa do plural.

A campanha de *hashtag* #vizinhavocenaostasozinha só é publicada e lançada nos perfis do Coletivo através das redes sociais, no dia 01 de abril de 2020. E a descrição da campanha é publicada no *post* do dia 04 de abril de 2020, através do qual o perfil do Coletivo publicou a seguinte mensagem:



Muito provavelmente você que está agora assistindo a esse vídeo está em casa. No seu lar. Para a maioria de nós, o lugar em que vivemos, nossas casas ou apartamentos, é o lugar mais seguro do mundo. O lugar onde nos sentimos mais à vontade. Onde conseguimos relaxar, o nosso refúgio. Mas para muitas mulheres estar dentro da própria casa tem sido um verdadeiro pesadelo. Durante o isolamento social, os casos de violência doméstica explodiram em todos os lugares do mundo, inclusive no Brasil. Somente no Rio de Janeiro o aumento foi de 50%, já no Ligue 180 as denúncias aumentaram 9% durante a primeira semana de quarentena. Isto sem contar os casos que não são relatados, onde a vítima não tem a quem recorrer pois está 24 horas por dia junto do agressor. Não podemos deixar estas mulheres sozinhas. Precisamos agir! Por isto, o @agoraquesaoelas_ lança hoje a campanha #vizinhavocênãoestásozinha com o objetivo de criar uma grande rede de solidariedade para ajudar as milhares de mulheres por todo o Brasil que precisam de socorro urgente. Nossa iniciativa consiste em duas ações muito simples. A primeira é imediata: pedimos que todas que puderem, que amarrem um laço numa parte visível de sua casa ou apartamento, pode ser na porta, na varanda ou na janela. E pode ser de qualquer cor. O mais importante é que sua vizinha possa enxergar quando passar por sua casa. Com isto, você deixa claro que ela pode contar com você e pode pedir sua ajuda para, por exemplo, dar um telefonema e denunciar o que está acontecendo. Nossa segunda ação é ousada, mas possível: vamos pressionar os Governadores a disponibilizarem os quartos das redes de hotéis que estão vazios para acolher, durante o período do isolamento social, as mulheres que estão sofrendo agressões e não têm para onde ir. Recentemente, a França anunciou medida semelhante pois os casos de violência doméstica também aumentaram por lá. A medida, se adotada, pode evitar feminicídios e salvar muitas vidas! Faça parte da campanha e compartilhe em suas redes a hashtag #VizinhaVoceNaoEstaSozinha”. (grifos nossos)

A campanha é focada em duas ações dirigidas às mulheres propondo, em primeiro lugar, que amarrem um laço de qualquer cor na porta, janela ou varanda de suas residências para que a vizinhança possa reconhecer que naquela moradia encontrará escuta e apoio para denunciar uma situação de violência; e a segunda ação proposta é que a coleta de informações dos casos sensibilize os governos locais, a fim de propor a transferência das vítimas de violência doméstica para quartos de hotéis desocupados, de modo a assegurar, de imediato, um local para as mulheres.

As publicações traziam uma frequente associação de locuções verbais combinadas aos sujeitos agentes em enunciados próprios à convocação do grupo, tais como “vamos pressionar”, “precisamos agir”, “não podemos deixar”, entre outros, procuram enfatizar a mobilização para a ação. Assim, não se refere apenas a dar visibilidade ao problema, mas exaltar a atitude e a ação prática. Nesse sentido, a apresentação reiterada do uso dos termos “solidariedade”, “ajuda”, “apoio”, “rede”, em todos os textos das publicações, corrobora com a noção de importância de manter o



laço social no momento da pandemia. A campanha busca então reforçar o quanto o sofrimento de uma mulher precisa ser amparado por outra.

As publicações iniciais revelam um esforço para abordar o problema da violência doméstica a partir de pistas relacionadas à construção de um “nós” marcado por alianças de respeito mútuo. A solidariedade política e o cuidado conferem à sororidade uma experiência de “comprometimento compartilhado de lutar contra injustiça patriarcal, enfraquecendo o sexismo e indo além da compaixão” (HOOKS, 2018, p. 36).

Nesse primeiro momento da construção do apelo moral da campanha, entendemos que houve a predominância de um sentido de sororidade capaz de considerar as necessidades de todas as mulheres vítimas de violência a partir da promoção do cuidado como responsabilidade coletiva. O cuidado como eixo de construção da sororidade não estrutura apenas a vida de cada mulher, mas seus agenciamentos coletivos e suas possibilidades e oportunidades de escolha. Falar do cuidado nos termos de uma atividade de justiça alarga sua abrangência para além das necessidades mais básicas de todos (e para além do paradigma da compaixão), de modo a ressaltar a importância das redes intersubjetivas de dependência recíproca. Segundo Laugier (2015; 2016), pensar na promoção da responsabilidade relacional significa considerar a percepção do cuidado como prática coletiva.

Diante das desigualdades de gênero, do sexismo e da violência, é preciso redefinir novas formas de cuidado, de preocupação com a preservação da vida das mulheres e com a manutenção de sua integridade. O cuidado atua na manutenção do fio da vida ordinária, assegura a existência a partir de detalhes concretos de tudo o que permite à vida de manter sua trama e de encontrar um ritmo viável: ele é uma sustentação para a vida e para a vulnerabilidade humana, com especial atenção ao que resiste à dor, ao sofrimento e ao desastre. O cuidado afirma a importância da atenção ao próximo, especialmente de mulheres cujas vidas e bem-estar dependem de atenção individualizada, contínua e diária. Mas também se baseia numa análise das condições históricas que favoreceram uma divisão do trabalho moral em virtude de quais atividades de cuidado foram social e moralmente desvalorizadas (LAUGIER,



2016). Assim, a moralidade não é algo como um conjunto de regras pré-existentes, mas aparece nas situações, afetos e práticas.

Sob esse aspecto, acreditamos que a campanha evidencia que o apelo moral para a ação “não é fundado em princípios universais, mas começa a partir de experiências da vida cotidiana e dos problemas de pessoas reais em suas vidas ordinárias” (LAUGIER, 2016, p. 211). A noção de cuidado é melhor expressa não na forma de uma teoria, mas de uma atividade que confere atenção ao que não podemos ver, mas que está justamente diante de nós, nas miudezas do cotidiano. É uma atividade moral e ética que confere atenção ao que permanece invisibilizado e, ao mesmo tempo, define o espaço político no qual escutar as necessidades de quem sofre, a partir de uma atenção verdadeira aos outros de uma proximidade que se estabelece através da responsabilidade.

3.3 Apelo moral para a identificação de laços de proximidade/vizinhança

Em grande medida, percebemos a acentuação de um enunciado moral do tipo apelativo ou de convocação a um estado de alerta que acaba posicionando as mulheres entre duas categorias definidas, porém inter-relacionadas: as vítimas e as não vítimas, as que precisam ajudar e as que precisam de ajuda. Aqui, não se observa uma indicação da implicação de todas as mulheres que, potencialmente, podem sofrer violência doméstica, mas restringe-se a um grupo específico centralizado na figura da vítima.

Ao pesquisar sobre os tipos de conexões sociais contemporâneas, Miskolci (2011) sublinha que os estudos sobre redes sociais precisam compreender que o que se cria são redes seletivas de grupos referenciais (aqueles que se ligam eventualmente conforme afinidades temáticas), muitas vezes restritos a pontos de contatos e de socialização focada, ou seja, entender que estas conexões mediatizadas são modos de relações que não modificam a experiência de coletividade, necessariamente. As mídias mais recentes, embora permitam uma conectividade perpétua em um regime temporal diverso, possibilitam a “criação de redes relacionais seletivas e segmentadas que tensionam as antigas comunidades imaginadas com novas aspirações, menos centradas na coletividade e mais em referentes grupais e até mesmo individuais” (MISKOLCI, 2011, p. 13). Assim, embora



a campanha se destine a conectar mulheres moradoras do mesmo bairro para a finalidade da denúncia (o laço na janela serve de código comum), é preciso ponderar que as relações de vizinhança não se replicam ou não se efetivam do mesmo modo nas redes sociais. É importante ressaltar que as relações de vizinhança se afirmam por andanças, caminhadas, compras nos pontos comerciais, tudo que fomenta experiências de partilha efetiva, conversas, diálogos e troca, muitas delas, afetivas e familiares. Os grupos que se criam através das redes seguem um padrão de algoritmo baseado nos usos dos recursos que são oferecidos, tais como *likes*, *tags*, *links*, entre outros, sugeridos a partir das conexões feitas pelos usuários e usuárias na plataforma, seletivamente.

No entanto, acreditamos que o apelo moral ligado ao laço investe também na proximidade entre mulheres pelo vínculo do cuidado. Cuidar é buscar uma “humanidade” perdida no desgastante trabalho de refazimento do cotidiano: aquele que fabrica e mantém um modo de vida também deve ser cuidado e cuidar de outros que o rodeiam, alimentando uma relação ética de responsabilidade e atenção contínua que preserva a dignidade e a vida. De acordo com Ferrarese e Laugier (2018), o cuidado requer uma sensibilidade aos detalhes que contam nas situações vividas, uma vez que elas precisam de proteção e de reparação constante em todas as dimensões, elos e articulações que, justamente por não serem negligenciáveis, demandam um grande trabalho físico, moral e ético.

A campanha valorizava, em suas *hashtags* e conteúdos, o cuidado como resposta prática a necessidades específicas que são sempre de indivíduos singulares (próximos ou não), investindo em uma atividade necessária para manter a integridade de pessoas e conexões, em um trabalho feito em esferas públicas e privadas articuladas, amplificando uma política do cotidiano, que considera as vulnerabilidades como indissociáveis das resistências e das transformações. A atenção aos detalhes do cotidiano requer uma prática moral que articule necessidades universais de cuidado com circunstâncias acerca do que parece ser a melhor forma de cuidado em cada caso individual situado: “é um compromisso não ameaçar ninguém como negligenciável, e uma sensibilidade para detalhes que importam em situações vividas” (LAUGIER, 2016, p. 213).



É sob esse aspecto que o apelo moral para a identificação de laços de proximidade/vizinhança ajuda a promover, pelo cuidado, uma forma de sororidade capaz de reconstruir os laços que foram quebrados pela desumanização e pelo machismo. O cuidado de si e das outras pode criar, por meio da recusa à violência e da promoção de visibilidade ao gesto de responsabilidade moral (sinalizar à outra que pode contar com minha ajuda), promove e alimenta circuitos de afetos que mobilizam ações de transformação. Collins (2019) lembra a interface que existe entre a construção de espaços seguros de compartilhamento de experiências e a construção da autonomia, enquanto processo político e relacional que altera a posição do sujeito em suas redes de interdependência. A interface entre vulnerabilidade, cuidado e autonomia modifica a forma como se dá a expressão e a percepção de quando e como construir confiança na própria experiência, descobrindo a validade e a legitimidade da própria trajetória de vida, impulsionando a autovalorização (LAUGIER, 2015).

3.4 Apelo moral de mobilização o fortalecimento da “marca”

Ainda que sejam distintos em objetivos, pode-se dizer que grupos e coletivos acabaram encontrando no compartilhamento de *hashtag* um recurso comum de associação e reverberação de seus temas, mas não se pode perder de vista que atuam, também, como uma estratégia de associação e/ou fortalecimento de sua “marca”, entendida aqui como uma entidade social que gerencia modos de engajamento, valorização do capital simbólico, conferência de *status* e prestígio no ecossistema midiático das redes. Criar campanhas pode capitalizar mais visibilidade às instituições e entidades. Estes aspectos correlatos, portanto, não podem ser negligenciados nos trabalhos de análise e observação dos seus materiais no ecossistema midiático.

Através das informações coletadas no material publicado, notamos que, muitas vezes, a campanha se apresenta como espécie de propulsora de certo modelo normativo de sororidade na medida em que convoca as mulheres a participarem da ação estabelecendo uma conduta pré-definida, pois suas ações precisam reproduzir as indicações dadas pelas publicações. Na campanha de *hashtag* em análise, verificamos a ausência de cruzamento do seu conteúdo com outras orientações e ações advindas de outras instâncias e/ou instituições para o registro de denúncias, ou



ainda a solicitação de atendimento a outras formas de encaminhamento que, em geral, são prescritas, tais como, a chamada para o Ligue 180, ou ainda a procura por uma unidade de Delegacia Especializada no Atendimento à Mulher (DEAM) mais próxima.

Outro aspecto observado no conteúdo compartilhado é que as *hashtags* adicionais que são apresentadas nas publicações da campanha são majoritariamente vinculadas ao próprio Coletivo e à *hashtag* Covid-19 (ver Quadro 1), sem articulação com outras *hashtags* que conduziriam ao registro cruzado e expandido entre ações e instituições², algo que seria importante, uma vez que possibilitaria a vinculação da *#vizinhavocenaostazoninha* a outras *tags* correlatas, ampliando a visibilidade da campanha.

Segundo Moura (2019), a articulação entre *hashtags* dá origem a um processo de produção ininterrupto de significados que envolve hábitos de ação em aprimoramento contínuo. O significado das *hashtags* é alterado de acordo com variadas articulações estabelecidas em cada episódio comunicacional, compondo uma rede móvel e complexa de sentidos. Essa rede é configurada por uma narrativa flexível e fragmentada, que opera por hábitos provisórios de ação, geralmente acionados e movidos por apelos morais. O engajamento derivado desses apelos se orienta através da crença no posicionamento político que cada *hashtag* sintetiza (MOURA, 2019). É essa crença que promove a reverberação das *hashtags* por meio de ações coletivas que fortalecem o ativismo e seu dispositivo interacional.

Associativamente, o material apresenta personalidades célebres (da política ou do *show business*), como por exemplo, na publicação do dia 10 de abril, com destaque à doação da cantora Rhianna (ela mesma teria sido vítima de violência, anos atrás, pelo ex-companheiro, o cantor Chris Brown) às vítimas de violência doméstica nos EUA, que emprestam suas imagens como exemplo a ser seguido por outras mulheres. No entanto, de modo mais amplo, a estratégia de destaque de participação de celebridades também pode acabar reforçando antigos estratos do distanciamento

² No dia 30 de abril houve uma postagem destacando a aprovação do Projeto de Lei 1.267/2020, que torna obrigatória a divulgação do Disque 180 em todos os veículos de comunicação durante a pandemia. As *hashtags* que acompanharam a postagem foram [#AEQSE](#) [#AEQSEcontraCOVID19](#) [#DiretoDoPlenário](#) [#Disque180](#)



generalizante das personalidades *apoiadoras* (nem sempre com experiências pessoais similares) de uma causa sobre as mulheres *vítimas* anônimas, que só aparecem como números e estatísticas.

De modo mais amplo, no que se refere ao uso do ambiente de redes sociais para criação e circulação do conteúdo de campanha de *hashtag*, destacam-se ainda que: a) a centralidade midiática transpassa a compreensão de sororidade, isto é, a campanha funciona como espécie de recurso propulsor de um modelo interacional entre as mulheres; e b) a ênfase em um recurso informativo-comunicacional atua como um “dispositivo interacional” (BRAGA, 2017, p. 37; CASALI, 2017, p. 121), já que funciona como espaço amplificador de ações sociais coletivas dentro de um circuito seletivo. Cabe ressaltar aqui que tal “dispositivo interacional” não deve ser tomado como o elemento tecnológico em si, mas como um sistema que modela determinados tipos de inter-relações entre sujeitos em certo contexto, em um dado momento.

Por mais pregnante que seja o elemento tecnológico, não é este que deve ser tomado como dispositivo interacional – mas o conjunto heterogêneo de materiais e de processos que não decorrem necessariamente da tecnologia, e que, sobretudo, podem dar direção e sentido a seu uso (BRAGA, 2017, p. 37).

Segundo Braga (2017), vale lembrar que tais ações coletivas no âmbito das redes são sistematicamente organizadas segundo parâmetros de gerenciamento de visibilidade como um capital simbólico, atualmente, dos mais disputados, e que comporta bases e métricas próprias capazes de referendar e impulsionar, ou não, políticas públicas ou agentes políticos. Assim, considerar os dispositivos interacionais significa incluir as mediações que o usuário traz para a interação, pois comunicacionalmente desenvolvidos e culturalmente acionados em exercícios de “episódios interacionais” (p. 39).



4 Considerações finais

Embora ainda inconcluso, dado o desafio de compreender um fenômeno em processo, indicamos também o quão importante seria refletir sobre o alcance deste tipo de mobilização, via *hashtag*, ao grau de adesão efetivo junto ao público que pretende. De todo modo, refletir sobre o argumento (apressado) de que o empoderamento, a visibilidade ou a ação, efetivamente política, decorreria do simples acesso aos recursos tecnológicos e midiáticos como das redes sociais nos parece sempre uma tarefa necessária ao campo de estudos que entrecruza ação feminista e comunicacional.

O contexto da pandemia causado pelo novo coronavírus, que provocou o isolamento social de milhares de pessoas no início de 2020, acabou expondo uma série de rubricas que vêm se impondo nas pautas de noticiários, programas televisivos, internet e discussões diversas que parecem não apenas escandir certas concepções e ideias outrora estabelecidas, mas solicitar revisões conceituais em favor das mudanças nas diversas práticas interacionais cotidianas. Transita, neste campo, um léxico que sempre inspirou e estruturou a esfera social entendida como democrática, onde a sororidade tem ganhado cada vez mais espaço.

Este conceito de sororidade, e suas ressonâncias, parece retornar com força no cenário contemporâneo de modo a solicitar um debate mais intenso de suas nuances e deslocamentos, já que em sua qualidade constitutiva sempre transporta, simbolicamente, a vida em sociedade, o *estar junto*. Entretanto, vimos que certas mudanças trazidas, sobretudo, pela integração de novas ferramentas tecnológicas e comunicacionais possibilitaram formas alternativas e mais ampliadas de interação. Tão reivindicada neste contexto de doença, sofrimento e morte, como este causado pela pandemia da COVID-19, a sororidade parece apresentar certa força convocatória, voltada à ação interativa e ao cuidado entre as mulheres.

Segundo Miguel e Biroli (2014) é preciso salientar que em situações de violências de gênero são as experiências e as subjetividades que ocupam um lugar central e que devem ter um papel preponderante, pois não apenas descortinam um cotidiano sofrido, mas, sobretudo, põem em pauta as relações de subordinação e opressão ainda vigentes na sociedade. A agressividade em contexto doméstico e



familiar é expressiva das estruturas sociais, culturais e políticas que nutrem e sustentam a realidade opressora e desumanizante das mulheres cotidianamente. Pela exposição das experiências pessoais das vítimas de violência de gênero é que se torna possível sublinhar como os padrões das estruturas de opressões acabam sendo ilustradas pelas diversas situações de estupros conjugais, relações abusivas entre maridos, filhos e/ou familiares, das divisões desiguais das tarefas domésticas, entre outras formas de violência que tem perpassado o âmbito doméstico e familiar durante o isolamento social na pandemia.

Estes desdobramentos, vimos, não compareceram em conjugação na campanha de *hashtag* trazida em tela. Embora resguardasse a importância de tentar estabelecer uma aproximação em certa cumplicidade entre as mulheres da vizinhança, a campanha não pareceu articular, através do seu conteúdo, tais vivências cotidianas passíveis de mobilizar as mulheres em uma ação comum. Ainda assim, suas publicações elaboraram apelos morais e convocações discursivas próprias de uma expressão marcada por nuances da sororidade que destacam, por fim, como tais situações de violência doméstica e familiar ainda são reguladas moralmente, embasadas em uma sociedade na qual predominam valores cisheteropatriarcais e que, em contextos de maior urgência — como este trazido pela pandemia —, evidenciam a necessidade de sua desconstrução.

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BRAGA, José Luiz. Dispositivos interacionais. In: BRAGA, J. L.; CALAZANS, R.; RABELO, L. (orgs.). **Matrizes interacionais: a comunicação constrói a sociedade**. Campina Grande: EDUEPB, 2017. p. 17-42.

BRAGA, José Luiz. Dispositivos interacionais: lugar para dialogar e tensionar conhecimentos. [Entrevista cedida a] Mozahir Salomão Bruck; Eduardo Jesus. **Dispositiva**, Belho Horizonte, MG, v. 1, n. 1, p. 29 – 38, 2012. Disponível em: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/dispositiva/article/view/2817>. Acesso em: maio 2020.

BUCHER, Taina; HELMOND, Anne. The affordances of social media platforms. In: BURGESS, Jean *et al.* (ed). **The SAGE handbook of social media**. London; New York: SAGE Publications, 2017.



CASALI, Caroline. Redes sociais: um perfil no Facebook. *In*: BRAGA, J. L.; CALAZANS, R.; RABELO, L. (orgs.). **Matrizes internacionais: a comunicação constrói a sociedade**. Campina Grande: EDUEPB, 2017. p. 119-136.

COLLINS, Patrícia Hill. **Pensamento feminista negro conhecimento, consciência e a política do empoderamento**. São Paulo: Boitempo, 2019.

COSTA, Suely Gomes. Onda, rizoma e “sororidade” como metáforas: representações de mulheres e dos feminismos (Paris, Rio de Janeiro: anos 70/80 do século XX). **INTERthesis**, Florianópolis, SC, v. 6, n. 2, p. 01-29, 2009. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/interthesis/article/view/1807-1384.2009v6n2p1>. Acesso em: maio 2020.

DEAN, Jodi. Reflective solidarity. **Constellations**, Hoboken, Nova Jersey, v. 2, n.1, 1995. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1467-8675.1995.tb00023.x>. Acesso em: maio 2020.

FERRARESE, Estelle; LAUGIER, Sandra. **Formes de vie**. Paris: CNRS Éditions, 2018.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2016.

GILL, Rosalind. Postfeminist media culture: elements of a sensibility. **European journal of cultural studies**, EUA, v. 10, n. 2, p. 147-166, 2007. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/home/ecs>. Acesso em: maio 2020.

HOLLANDA, Heloisa Buarque de. **Explosão feminista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

HOOKS, Bell. **O feminismo é para todo mundo**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2018.

HOOKS, Bell; McKINNON, Tanya. Sisterhood: beyond public and private. **Signs**, Chicago, v. 21, n. 4, p. 814-829, 1996. Disponível em: <https://www.journals.uchicago.edu/toc/signs/1996/21/4>. Acesso em: maio 2020.

LAUGIER, Sandra. Politics of vulnerability and responsibility for ordinary others. **Critical Horizons**, Londres, v. 17, n. 2, p. 207-223, 2016. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/toc/ycrh20/17/2>. Acesso em: maio 2020.

LAUGIER, Sandra. La vulnérabilité des formes de vie. **Raisons politiques**, Bélgica, v. 57, n. 1, p. 65-80, 2015. Disponível em: <https://www.cairn-mundo.info/revista-raisons-politiques-2015-1.htm>. Acesso em: maio 2020.

LEAL, Tatiane. O sentimento que nos faz irmãs: construções discursivas da sororidade em mídias sociais. **Revista ECO-Pós**, Rio de Janeiro, v. 23, n. 3, p. 139 – 164, 2020. DOI <https://doi.org/10.29146/eco-pos.v23i3.27601>. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/27601. Acesso em: jan. 2020.

MATOS, Marlise. Quarta onda feminista e o campo crítico-emancipatório das diferenças no Brasil: entre a destradicionalização social e o neoconservadorismo político. *In*: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 38., 2014, Caxambú, MG. **Anais [...]**. Caxambú, MG: UFMG, 2014.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. **Feminismo e política**. São Paulo: Boitempo, 2014.



MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

MISKOLCI, Richard. Novas Conexões: notas teórico-metodológicas para pesquisas sobre o uso de mídias digitais. **Cronos**, Natal, v. 12, p. 9-22, 2011.

MOURA, Maria Aparecida. Semiótica e ativismo *hashtag*: experimentações metodológicas. In: MARTINS, Bruno *et al.* (orgs). **Experiências metodológicas em textualidades midiáticas**. Belo Horizonte: Relicário, 2019. p.163-188.

NATANSOHN, Graciela; REIS, Josemira. Com quantas *hashtags* se constrói um movimento? O que nos diz a “Primavera Feminista” brasileira. **Tríade**, Sorocaba, v. 5, n. 10, p.113-130, dez. 2017. Disponível em: <https://periodicos.uniso.br/triade/article/view/3096>. Acesso em: jan. 2020.

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