

## #MULHERESCOMCONSTANTINO: ESQUECIMENTO E DESORDEM EM DISCURSOS SOBRE FEMINISMO NO TWITTER

## #MULHERESCOMCONSTANTINO: OMISSION AND DISORDER IN DISCOURSES ON FEMINISM ON TWITTER

<sup>1</sup> Universidade Federal de Santa Catarina, Departamento de Jornalismo, Programa de Pós-Graduação em Jornalismo. Campus Reitor João David Ferreira Lima, Bairro Trindade, 88040-970. Florianópolis, SC, Brasil. Correspondência para/Correspondence to: L. G. PAGOTO. E-mail: <liagabrielapagoto@gmail.com>

<sup>2</sup> Universidade Federal de Santa Maria, Departamento de Geociências, Programa de Pós-Graduação em Geografia. Santa Maria, RS, Brasil.

Lia Gabriela Pagoto<sup>1</sup>  
ORCID ID: [0000-0002-6595-3369](https://orcid.org/0000-0002-6595-3369)

Flávia Rubiane Durgante<sup>2</sup>  
ORCID ID: [0000-0002-9874-6745](https://orcid.org/0000-0002-9874-6745)

Benhur Pinós da Costa<sup>2</sup>  
ORCID ID: [0000-0001-5440-0278](https://orcid.org/0000-0001-5440-0278)

### RESUMO

O objetivo desse artigo é investigar a produção de sentidos mobilizados pela *hashtag* #mulherescomconstantino, veiculada no *Twitter* no dia 4 de novembro de 2020. A *hashtag* é resultado de um vídeo publicado pelo jornalista Rodrigo Constantino em que comenta uma audiência judicial envolvendo a influenciadora Mariana Ferrer. Duas perguntas guiam a análise empreendida: (1) quem foram os principais atores dessa rede de conversação? (2) Quais discursos e sentidos foram mobilizados em torno das mulheres e do feminismo? Utilizamos um quadro teórico-metodológico misto, com conceitos e métodos da análise de redes sociais e de discurso. Fazem parte do *corpus* de análise 35 *tweets* publicados com a *hashtag*. Apontamos para evidências de que o movimento ao redor da #mulherescomconstantino se utilizou dos modos de funcionamento da plataforma para amplificar ideias distorcidas sobre o movimento feminista. Pelo fio discursivo, foi possível observar o apagamento do fato que desencadeou a conversação e um deslocamento de posições sujeito-vítima.

### Palavras-chave

Análise de discurso. Feminismo. *Twitter*.

Como citar este artigo  
*How to cite this article*  
Pagoto, L. G.; Durgante, F. R.; Costa, B. P.  
#MULHERESCOMCONSTANTINO: esquecimento e desordem em discursos sobre feminismo no *twitter*. *Pós-Limiar*, v. 5, e225734, 2022. <https://doi.org/10.24220/2595-9557v5e2022a5734>

Recebido em 10/3/22 e  
aprovado em 27/4/22.

### ABSTRACT

*The aim of this investigation is observing the production of meanings mobilized by #mulherescomconstantino, posted on Twitter on November 4, 2020. Two questions guide the analysis: who were the main actors in this conversation network? What discourses and meanings were mobilized*

*around women and feminism? We use a mixed theoretical-methodological source, with concepts and methods of social network analysis and discourse analysis. 35 tweets are analyzed. We point to evidence that the movement around #mulherescomconstantino used the platform's affordances and its operating modes to amplify faked ideas about the feminist. Through the discursive thread, it was possible to observe the wipe-off of the fact that triggered the conversation and a shift in subject positions between victim and person who is the object of the hashtag.*

### **Keywords**

*Discourse Analysis. Feminism. Twitter.*

## **INTRODUÇÃO**

Em 4 de novembro de 2020, um trecho de uma audiência realizada na 3ª Vara Criminal de Florianópolis veio a público através de uma matéria do site *The Intercept*. A audiência tratava do caso Mariana Ferrer, que acusou um empresário de estupro. A matéria mostrava trechos problemáticos da audiência em que o advogado do acusado humilhava Mariana.

No mesmo dia, o jornalista Rodrigo Constantino realizou uma *live* em seu canal no *YouTube* em que comentou o caso. Os comentários implicaram sua demissão da Rádio Jovem Pan, onde atuava como comentarista. Essa decisão resultou em um movimento no *Twitter* em apoio a Constantino, e no surgimento da hashtag #mulherescomconstantino. Enquanto os movimentos que se solidarizaram à vítima Mari Ferrer problematizaram o papel da Justiça brasileira e a relação da sociedade com a mulher, o que apoiou Constantino mobilizou outros discursos em relação às mulheres e ao movimento feminista.

Neste artigo, nosso objetivo é compreender o evento #mulherescomconstantino; e as perguntas que nos guiam são: (1) Quem foram os principais atores desta rede de conversação? e (2) Que sentidos sobre mulheres e sobre o feminismo a #mulherescomconstantino mobilizou? Para discuti-las, empregamos uma metodologia mista, que evoca métodos de análise de discurso e análise de redes sociais (Recuero; Bastos; Zago, 2015).

## **TWITTER E DISCURSO**

Quando falamos em ambiente de notícias, interação social, debate político e engajamento cívico, o *Twitter* aparece como uma rede potente (Larsson; Moe, 2014). De acordo com o mais recente relatório de Kemp (2022), o *We are social*, o *Twitter* tem 436 milhões de usuários. Os primeiros acontecimentos sociais em que se notou sua relevância foi durante a Primavera Árabe, em 2010, considerada exemplo de empoderamento dos usuários por meio das plataformas. Foi a "*revolução do Twitter*" como chamaram Giroux (2009) e Gaffney (2010), em uma visão dessas infraestruturas como libertadoras.

Críticos dessa visão, Huberman, Romero e Wu (2009) lembram que o *Twitter* está longe de ser uma plataforma neutra, pois seus usuários não detêm o mesmo peso de influência na rede. Assim como o *EdgeRank* (algoritmo do *feed* de notícias do *Facebook*) realiza filtragem de conteúdo por relevância, os algoritmos, políticas e práticas do usuário do *Twitter* também atribuem diferentes pesos a diferentes usuários. Assentados na lógica de funcionamento da plataforma, um grupo de usuários superparticipantes (Soares, 2020) é capaz de produzir uma falsa impressão de importância para temáticas. Essa equação de produção ideológica em falsidade pode

ter implicações diversas no mundo real.

Maireder e Ausserhofer (2014, p. 306) afirmam que o *Twitter* se consolida como uma esfera própria de atribuição de significados para eventos políticos, cujo resultado é apropriado pela sociedade. Nesse sentido, ao mobilizar referenciais da Análise do Discurso pretendemos observar os efeitos de sentidos e reformulações dos discursos e dos sujeitos que são produzidos por uma *hashtag*, principal atributo de engajamento da plataforma. Procuramos compreender como um enunciado, como a *#mulherescomconstantino*, é capaz de mobilizar um determinado dizer sobre a imagem da mulher e sobre o movimento feminista em um ambiente em que o dito é atualizado na velocidade da luz, replicado, retornado a ser re-dito e estruturado por um pequeno número de caracteres.

## MULHERES COM CONSTANTINO

No dia 4 de novembro de 2020, um trecho de uma audiência realizada na 4ª Vara Criminal de Florianópolis (SC) é divulgado pelo site *The Intercept Brasil*. A audiência tratava do caso Mariana Ferrer, a influenciadora digital que acusou um empresário de a ter estuprado. Mari Ferrer, como ficou conhecida nas redes sociais, era, em 2018, embaixadora em um *beach club* de luxo em Florianópolis. No dia 15 de dezembro de 2018, a influencer participou de um evento no local e, no dia seguinte, registrou um boletim de ocorrência em que relatou ter sido drogada e estuprada.

A gravação da audiência publicada pelo site mostrava Mariana sendo vítima de violência institucional. Em uma das falas, o advogado da defesa dizia: “[inaudível] uma filha no teu nível, graças a deus. E também peço a Deus que meu filho não encontre uma mulher que nem você” (Alves, 2020, *online*). Além disso, o advogado mostrava fotos sensuais da vítima, tiradas antes do estupro. Em entrevista sobre o caso, a advogada, Juliana Sá de Miranda, afirma que o ataque à vítima tem sido corriqueiro em casos de violência sexual no Brasil.

É comum a tentativa de desconstrução da imagem da vítima nos crimes de estupro e assédio sexual. Fala-se da roupa, do comportamento da vítima, na tentativa de convencer o juiz de que ela consentiu com o ato. A vítima muitas vezes acaba tendo que se defender, pois passa a se sentir acusada e não mais uma vítima (Machado; Mori, 2020).

O recorte da audiência foi reverberado e discutido por muitos usuários nas redes sociais, especialmente pelo termo “estupro culposo” utilizado pelo site na tentativa de explicar a tese do promotor do caso, que afirmou que o acusado não havia como saber, durante o ato sexual, que a jovem não estava em condições de consentir a relação, não existindo assim a intenção de estupro. Essa interpretação gerou impacto especialmente nas redes sociais, mobilizando movimentos em apoio à influenciadora, capitaneados pelas hashtags *#justiçapormariferrer* e *#estuproculposonãoexiste*.

Antagonicamente, no mesmo dia 4 de novembro, ainda com a repercussão das imagens da audiência acontecendo, o jornalista Rodrigo Constantino, em seu canal no *YouTube*, realizou uma *live* com o título “Eleição americana apertada, ‘estupro culposo’ e punho cerrado”, em que realiza comentários sobre o caso. O vídeo tem, até o momento, mais de 210 mil visualizações. As falas implicaram a demissão da Rádio Jovem Pan e de outros veículos de comunicação em que o jornalista trabalhava. Mas, além disso, foram o estopim de uma atividade que, no âmbito do caso Mari Ferrer, surge como seu contraponto.

O movimento que eclodiu no *Twitter* em apoio a Constantino se organizou ao redor da *hashtag* *#mulherescomconstantino*. Nosso objetivo é verificar

quem foram os principais atores dessa rede em uma tentativa de compreender os sentidos sobre o feminismo e sobre a mulher que foram agenciados pela #mulherescomconstantino.

## MÉTODOS E ANÁLISES

No escopo da Análise de Redes Sociais (ARS), encontramos um aporte metodológico que possibilita observar as formas de circulação da informação em plataformas e nos permite uma análise ampliada sobre as relações construídas em rede. Com o auxílio do *software Gephi* é possível observar uma imagem (grafo) que apresenta o volume de interações realizadas a partir da #mulherescomconstantino. Os atores da rede são representados por círculos (nós) e as conexões que realizam (*tweets*, *retweets*, menções) são apresentadas pelas linhas (arestas). Os nós que apresentam um diâmetro maior possuem mais força de comunicação, ou seja, mantiveram mais conexões (Paulino, 2020).

Para essa observação, fizemos uma coleta de dados tendo como palavra-chave a *hashtag* #mulherescomconstantino através do software de captura *Workbench*, no dia 6 de novembro de 2020. O programa retornou um *dataset* com cerca de 4 mil *tweets*. Após a raspagem, passamos à análise de métricas relativas à centralidade dos atores no *software Gephi*. Geramos um primeiro grafo para observar a distribuição espacial da rede, através da métrica de modularidade.

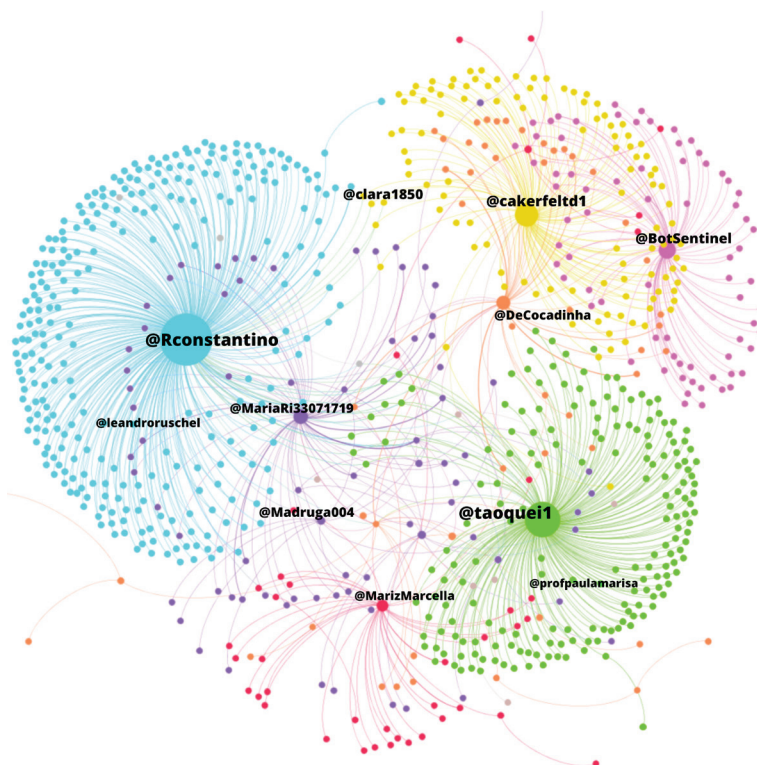
O fato de ser possível observar comunidades interconectadas (identificadas por cores diferentes) mostra a articulação da conversação entre os participantes. Há uma ação no sentido de tuitar usando a *hashtag*, seja para aumentar a visibilidade ou para participar da conversação. Procuramos, durante a análise da rede, identificar os nós com maiores índices de influência, a partir de métricas que mensuram o seu índice de participação na rede. O grau *indegree* refere-se ao número de conexões recebidas e o *outdegree*, ao número de conexões realizadas pelo nó. Recuero (2014) discute o grau como uma métrica de centralidade. No caso de uma rede de conversação no *Twitter*, o *indegree* é o número de interações que um determinado nó recebeu como direcionadas a ele, que podem ser através de menções e *retweets*. Já o *outdegree* é relativo ao número de conexões que um nó faz a partir de sua conta; por exemplo, o número de menções e *retweets* que ele realizou. Nos grafos plotados a partir das métricas de centralidade, os nós em destaque, com diâmetro maior, foram os que obtiveram maior índice *indegree* e *outdegree* (Figuras 1 e 2).

Em redes de conversação, quanto mais um nó é citado, mais ele aparece e é central para a conversa. "Quanto mais ele cita outros atores, mais ele participa e responde. Assim, um equilíbrio entre *indegree* e *outdegree* indica um ator ativo da conversa" (Recuero, 2014, p. 5). No caso da rede, o perfil do jornalista @Rconstantino aparece com maior índice de *indegree* (340). Como já era de se esperar, há uma articulação ao redor de seu nome. No entanto, outros nós figuram com grau de popularidade. É importante observar nesses dados a presença de contas que se identificam como agentes de divulgação de ações do Governo Bolsonaro; é o caso das contas @Madruga004, @DeCocadinha e @taoquei1. Entre os 11 perfis que aparecem com maior grau *indegree* (Figura 1), apenas quatro são mulheres, configuração que expõe a controvérsia que se instala a partir dessa *hashtag*, cujo objetivo é divulgar e demonstrar o apoio de mulheres ao jornalista. Entre os perfis, ainda aparece um usuário que não existe mais no *Twitter*: @cakerfeldt1 (a conta pode ter sido suspensa pela plataforma).

Em relação ao grau de saída, Chan e Liebowitz (2006) indicam que um alto valor nessa métrica demonstra que o ator está apto a transferir sua perspectiva para os outros atores da rede. No grafo que mostra a rede de

nós com maior *outdegree* (Figura 2), aparecem nove contas; entre elas, cinco que se identificam como mulheres. Observamos que muitas contas que aparecem com grau elevado de *outdegree* apenas participaram da rede retuitando mensagens, sem outra mensagem que refute o conteúdo. Recuero, Bastos e Zago (2015) apontam que “[...] um *outdegree* muito maior do que um *indegree* indica que o ator participa, mas não necessariamente está sendo respondido pelos demais (pode ser, por exemplo, uma conta de *spam*)”. Assim, nós com alto índice de grau de saída podem definir quais temas ganham maior visibilidade e impulsionar determinados conteúdos.

A partir da metodologia de análise de redes sociais, pudemos concluir a primeira etapa de observação da rede. Nessa etapa, identificamos os atores centrais da rede de conversação organizada em torno da #mulherescomconstanino. A partir das mensagens veiculadas por eles será possível responder ao objetivo 2.



**Figura 1** – Grafo a partir do *indegree*.

Fonte: Elaborada pelos autores (2021).

## ANÁLISE DOS TWEETS DOS PRINCIPAIS ATORES

Os nós com maior número de *indegree* publicaram 35 *tweets*. Para fins de análise dos discursos veiculados pelos *tweets* postados pelos atores mais influentes da rede, segmentamo-nos em três núcleos discursivos, inter-relacionados, que são apresentados abaixo junto a alguns *tweets* que servem de exemplo para o leitor.

### NÚCLEO 1: A MULHER DE VERDADE

O discurso, segundo Foucault (2007) é uma forma de representação e reprodução ideológica, que compreende “[...] o domínio geral de todas as afirmações, algumas vezes como um grupo individualizado, outras vezes, como uma prática regulada que reflete um número de afirmações”





**Figura 2** – Grafo a partir do outdegree.

Fonte: Elaborada pelos autores (2021).

(Foucault, 2007, p. 80). Assim, ele não se resume ao que é enunciado, mas a um conjunto ideológico em que determinadas Formações Discursivas (FD) estão presentes e para os quais os enunciados se filiam. O discurso que separa as mulheres de verdade das outras (Figura 3) não é novo e se insere em uma FD em que circulam enunciados que determinam lugares aos homens e às mulheres.

Os estereótipos de gênero baseados nas diferenças sexuais foram criados para manter a mulher no lugar social autorizado pelos homens. Desde a infância, o sujeito é construído de maneira a cumprir as expectativas sociais, baseadas no órgão genital. Para a sociedade, em geral, ter uma vagina impõe determinados comportamentos e subscreve a sua portadora um determinado lugar social. Também são atribuídos determinados tipos de trabalhos a esse sujeito mulher, como as tarefas domésticas. Se, em vez de uma vagina, houver um pênis, outras expectativas se armam. Não deve haver choro, deve haver força. O trabalho é fora do lar.

Apesar de visto como algo natural por uma parcela social, esses estereótipos têm impactos em todas as relações, pois é nessa construção social e cultural, feita a partir das diferenças sexuais, responsável pela formação das masculinidades e feminilidades, que se fomenta a desigualdade entre homens e mulheres. Louro (2008) lembra que muita coisa mudou desde o final dos anos 1940 quando a filósofa Simone de Beauvoir (1970) publicou o seu livro *O Segundo Sexo* e propôs que o gênero não tem nada de natural, nem é dado e que o processo de ser homem e ser mulher vai se constituir no âmbito da cultura.

A popularização desse conceito no Brasil aconteceu a partir dos anos 1990 com a publicação de *Gênero: uma categoria útil de análise histórica* (Scott, 1989). Para a autora, o gênero é o primeiro modo de significar as relações de poder, pois constitui uma dimensão decisiva da organização da igualdade e da desigualdade. O binarismo, do masculino e feminino, e o processo social das relações de gênero tornam-se, ambos, partes do sentido do próprio poder. O uso do conceito implicou diretamente

compreender as relações culturais e sociais entre os sexos e trouxe para o debate a dinâmica das relações que se estabelecem entre homens e mulheres e o quanto tais hierarquias construídas socialmente em função dos papéis de gênero são sustentadas por diversas instituições como famílias, escolas, igrejas, leis, mídia e outras.

Lins, Machado e Escoura (2016) afirmam que as diferenças que são percebidas entre corpos femininos e masculinos acabaram se transformando em desigualdades através do processo histórico-cultural que resultou nos estereótipos de feminilidade e masculinidade, hierarquizados em polos de valorização e desvalorização. Assim, no escopo discursivo do que é ser mulher de verdade, também se imbrica a construção das desigualdades, do que irá ser valorizado socialmente ou não: tudo o que não se enquadra nos estereótipos do que é ser homem ou ser mulher, mas também “homem, branco, cristão, burguês e heterossexual” ou que foge da linearidade entre sexo, gênero e desejo. O que o discurso da mulher de verdade mobiliza é que o que escapa dessas normações deve ser desqualificado.

**Figura 3** – Tweet.  
Fonte: Twitter (2020).



## NÚCLEO 2: AS FEMININAS

Para além de um estatuto de mulher, a construção discursiva mobilizada pela *hashtag* também nos dá pistas sobre sentidos do que é ser mulher feminina (Figura 4). Junto aos estereótipos de gênero, o ideal feminino da docilidade e da submissão são modelos perseguidos à exaustão. Mulheres que não se encaixam nesse padrão são colocadas na condição de histéricas.

Para Bardin (1977, p. 51), os estereótipos estão relacionados a classificações segundo estruturas, culturas e contextos sociais. Ele define o conceito como “a ideia que temos de” ou “a imagem que surge espontaneamente, logo que se trate de”. “O estereótipo mergulha suas raízes no afetivo e no emocional, porque está ligado ao preconceito por ele racionalizado, justificado ou engendrado” (Bardin, 1977, p. 51). Para Nisenbaum (2017), a ideia da feminilidade é um conjunto de atributos que torna alguém feminina, uma miríade de características ligadas ao gênero feminino. Aparência, comportamentos e desejos estão dentro desse conjunto de atributos que aprisiona mulheres dentro de um ideal que não compreende ninguém que deseje ter um poder sociopolítico idêntico ao de um homem.

A docilidade, a submissão, a emotividade, o cuidado, o dom maternal



**Figura 4** – Tweet.  
Fonte: Twitter (2020).

e a subjetividade, o que teoricamente tornaria as mulheres incapazes de tomarem decisões de fundo racional, somados a uma aparência que siga o padrão de beleza ideal vigente, são algumas das características constitutivas de uma feminilidade que é sempre evocada quando há a necessidade de lembrá-las sobre seu lugar. Características construídas culturalmente e impostas às mulheres que foram fundamentais para que a sociedade patriarcal naturalizasse a opressão feminina e a dominação dos homens.

Foucault (2007) aponta que um dos sistemas de exclusão que marcam os discursos é a rejeição. O autor utiliza a cisão entre a loucura e a razão para discutir sobre o princípio da rejeição e aponta que é a partir das palavras do próprio louco que a rejeição é exercida. Podemos pensar, a partir de Foucault, na cisão que é mobilizada pelos tweets que carregam a *hashtag* #mulherescomconstantino. As mulheres de verdade são aquelas que respondem aos imaginários de feminilidade. As mulheres que não cumprem com esse ideal de feminilidade são as mulheres cuja palavra não deve ser ouvida.

### NÚCLEO 3: AS ANTI-FEMINISTAS

Se Constantino é defendido pelas mulheres ideais, é porque existe outro tipo de mulher e que não está lutando ao seu lado, as feminazis. Feminazi é uma junção de feminista e nazista, um termo popularizado pelo político estadunidense Limbaugh, usado de forma pejorativa para descrever mulheres do movimento feminista ou apenas mulheres que se posicionam de forma contundente em determinado assunto.

O uso do termo por Constantino em seu *tweet* reverbera nos demais e se insere como estratégia para evocar outra imagem estereotipada, agora não mais só das mulheres de forma individual, mas sim das mulheres do movimento feminista (Figura 5). Para Kruguer (2004, p. 36) o estereótipo social apresenta-se “[...] como crença coletivamente compartilhada acerca de algum atributo, característica ou traço psicológico, moral ou físico atribuído extensivamente a um agrupamento humano”.



Nesse contexto, as mulheres feministas representam a antítese das mulheres ideais. Enquanto as primeiras são as sujas, mal-amadas, que odeiam os homens e que, por tudo isso, não podem ser consideradas mulheres, as outras são aquelas que merecem respeito, pois são as mulheres de verdade, que carregam consigo e em si o pacote completo da feminilidade. Richardson-Self (2018) argumenta que todos os discursos misóginos são discursos de ódio. Porque a misoginia é caracterizada por um “componente de hostilidade”, direcionado implícita e explicitamente contra as mulheres (em geral ou especificamente a um grupo) quando são percebidas subvertendo as normas patriarcais com o objetivo de silenciá-las. “Os alvos naturais da misoginia serão as feministas, porque é essa categoria de mulheres que mais se opõe às normas patriarcais” (Richardson-Self, 2018, p. 265).

Para mudar a realidade de opressão social das mulheres e também desconstruir mitos como da feminilidade é que surgiu o movimento feminista. Para Pedro e Guedes (2010), a mulher percorreu um longo caminho até os dias atuais, no sentido de conquistar direitos igualitários, uma vez que se configura na história a cultura da repressão e patriarcado. O feminismo, enquanto movimento, questiona as relações de poder, de opressão e de exploração e coloca em xeque os privilégios constantes dos quais os homens gozam de livre acesso. Assim, a deslegitimação do movimento e daquelas que fazem parte dele também surge como uma estratégia de embate às mudanças sociais. A # em questão evoca justamente as imagens que causam repulsa e desconforto ao movimento feminista. Tratando o movimento de maneira jocosa, rejeitando-o (Foucault, 2007), o discurso deslegitima e manipula discursivamente um conhecimento construído há anos por cientistas e militantes nacional e internacionalmente sobre as relações de gênero.

Lins, Machado e Escoura (2016) lembram que não é de hoje que o movimento feminista sofre com esse tipo de comentário: as sufragistas já eram retratadas como feias que lutavam por falta de marido. A #mulherescomconstantino entra em rota de colisão com o movimento feminista através de atores influentes na rede, que utilizam estratégias que, naquele ambiente, funcionam como estratégias discursivas de convencimento para os usuários que se identificam, de alguma forma, com esse tipo de ideologia sexista,



Figura 5 – Tweet.  
Fonte: Twitter (2020).

dando pistas sobre uma operação institucional de desqualificação do movimento, pois mobilizam sentidos inscritos na memória dos sujeitos e que podem fazer com que usuários, que sequer tenham assistido ao vídeo do jornalista, se engajem na propagação da *hashtag* apenas por opor-se ao feminismo de alguma maneira. “O antifeminismo foi e ainda é uma resposta imediata dos setores conservadores da sociedade à luta feminista” (Lins, Machado e Escoura, 2016, p. 250).

O movimento de apoio ao jornalista também dissemina suas ideias sobre feminismo e liberdade se utilizando da lógica de funcionamento da rede. Um exemplo disso é a presença de *bots* na rede. Segundo Paulino (2020, p. 50), “[...] um *bot* é uma entidade não humana, pensada por humanos para executar uma tarefa automatizada” e que geralmente atua para propagar um conteúdo com a finalidade de figurar nos tópicos de tendência de plataformas como o *Twitter*. Através do serviço Botometer — que analisa e indica pontuações de *bot* para perfis —, identificamos três contas com indícios de *bot*. Além disso, outros três perfis apareceram como conta suspensa ou inexistente na plataforma, o que também pode configurar uma ação artificial relacionada ao impulsionamento da *hashtag* em análise. O uso de *bots* pode dar a ideia de maioria e de amplo consenso nas redes sociais.

Essas pistas demonstram que esse movimento não é neutro e sustenta a exclusão de discussões que permeiam as lutas que buscam retomar o lugar social da mulher da agenda pública, trazendo para o centro do debate a pauta dos costumes conservadores, ainda que de uma forma produzida. Foucault (2007) lembra que, em toda sociedade, o discurso é controlado “[...] selecionado, organizado e redistribuído por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade” (Foucault, 2007, p. 8). Encontramos outras evidências sobre uma agenda conservadora ao realizar um sobrevoos pelas biografias relatadas pelos atores identificados pela rede (Figura 6).



**Figura 6** – Palavras mais comuns nas biografias dos atores que participam da rede.  
Fonte: Elaborada pelas autoras (2021).

Em uma pesquisa realizada por Solano (2018), sobre o apoio ao bolsonarismo na cidade de São Paulo, duas características principais foram identificadas: antifeminismo e valores cristãos. Na nuvem de palavras, é possível reconhecer um padrão discursivo que se inscreve na FD descrita por Solano (2018). Cesarino (2019) afirma que, em prol de ideias e costumes conservadores e valores cristãos, o bolsonarismo surge reorganizando o campo político-identitário brasileiro e avança, gradualmente, a partir das redes sociais, atuando através da confusão, o que chamou de inversão acusatória. Ao incorporar o antifeminismo, sob a égide de valores cristãos e outros valores conservadores (Cesarino, 2019), o discurso bolsonarista rechaça qualquer debate que esteja desconectado da família tradicional.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A investigação realizada a partir da análise da #mulherescomconstatino mobilizou conceitos e métodos da análise de redes sociais e análise de discurso para compreender como as conversações em rede são capazes de tensionar e mesmo subverter discussões a respeito de temáticas importantes para as relações sociais como o feminismo. Foram elaboradas duas perguntas de pesquisa, em relação aos atores da conversação e aos discursos circulantes.

Em relação aos atores, a análise de redes nos mostrou resultados interessantes: apesar de apontar para atores e figuras conhecidas no *Twitter*, como o próprio jornalista Rodrigo Constantino e o @TeAtualizei, que se apresenta como um canal de notícias governistas, a análise também mostrou a atividade de perfis com características de *bots* atuando para a popularidade artificial da *hashtag*. Outro dado importante relativo aos atores da rede foi seu grau de filiação a uma FD bolsonarista, cujos discursos, baseados em valores cristãos e antifeministas, marginalizam outras discussões que não se enquadram nos valores tradicionais das famílias brasileiras.

A partir da análise dos *tweets* dos atores mais influentes, observamos a operacionalização de desordens e rearranjos de compreensões sobre temáticas sociais e, ainda, a importante capacidade de produção de esquecimentos que são possíveis a partir do uso da infraestrutura das plataformas — essa talvez seja a principal contribuição da ARS para essa investigação. Ao promover uma polarização em torno do feminismo e das feministas, a #mulherescomconstantino providenciou o apagamento do fato que desencadeou a conversação: o estupro e violência institucional sofridos pela vítima, Mari Ferrer; em um segundo momento, organizou um deslocamento de posições de sujeito, outorgando ao jornalista Rodrigo Constantino, um profissional injustiçado, o lugar de vítima. À influenciadora é delegado o lugar de esquecimento.

Ao colocar o jornalista Constantino como uma vítima, a *hashtag* igualmente restabelece imaginários sociais sobre o feminismo e sobre as mulheres que dele fazem parte. Ao promover e ampliar, através de uma rede social, esses imaginários, o debate não só se torna confuso, como não possibilita discussões centrais e importantes que casos de violência como o ocorrido com a influencer deveriam suscitar. Por exemplo, a necessidade de desconstruir as ideias binárias e ideais de um masculino e de um feminino que acabam se traduzindo em consequências violentas para ambos, já que esses estereótipos fazem escada para a violência e acabam destruindo as próprias relações sociais que a retórica conservadora busca proteger.

## COLABORADORES

L. G. PAGOTO colaborou com a concepção, coleta de dados no *Twitter*, elaboração dos grafos e análise de métricas, análise de dados, redação, discussão de resultados. F. R. DURGANTE colaborou com a concepção, análise de dados, redação, discussão de resultados. B. P. COSTA colaborou com a análise dos dados e discussão dos resultados.

## REFERÊNCIAS

Alves, S. Julgamento de influencer Mariana Ferrer termina com tese inédita de ‘estupro culposo’ e advogado humilhando jovem. *The Intercept Brasil*, 3 nov. 2020. Disponível em: <https://theintercept.com/2020/11/03/influencer->

- [mariana-ferrer-estupro-culposo/](#). Acesso em: 19 jul. 2021.
- Bardin, L. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.
- Beauvoir, S. *O segundo sexo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1970.
- Cesarino, L. Identidade e representação no bolsonarismo: corpo digital do rei, bivalência conservadorismo/neoliberalismo e pessoa fractal. *Revista de Antropologia*, v. 62, n. 3, p. 530-557, 2019. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/ra/article/view/165232>. Acesso em: 26 ago. 2021.
- Chan, K.; Liebowitz, J. The synergy of social network analysis and knowledge mapping: a case study. *International Journal of Management and Decision Making*, v. 7, n. 1, p. 19-35, 2006. Disponível em: <https://www.inderscienceonline.com/doi/abs/10.1504/IJMDM.2006.008169>. Acesso em: 23 dez. 2020.
- Foucault, M. *A ordem do discurso*. São Paulo: Edições Loyola, 2007.
- Gaffney, D. #iranElection: quantifying online activism. In: WebSci10: Extending the Frontiers of Society On-Line, April 26-27th, 2010, North Carolina. *Proceedings* [...]. North Carolina: Raleigh, 2010. Disponível em: [http://devingaffney.com/files/websci10\\_submission\\_6.pdf](http://devingaffney.com/files/websci10_submission_6.pdf). Acesso em: 23 out. 2021.
- Giroux, H. The Iranian uprisings and the challenge of the new media: rethinking the politics of representation. *Fast Capitalism*, v. 5 n. 2, p. 87-91, 2009. Disponível em: <https://fastcapitalism.journal.library.uta.edu/index.php/fastcapitalism/article/download/188/223>. Acesso em: 13 fev. 2020.
- Huberman, B.; Romero, D.; WU, F. Social Networks that matter: twitter under the microscope. *First Monday*, v. 14, n. 1, 2009. Disponível em: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2317>. Acesso em: 20 jan. 2021.
- Kemp, S. *We Arte Social 2022: Global Overview Report*. 26 de janeiro de 2022. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>. Acesso em: 22 jun. 2020.
- Kruguer, H. Cognição, estereótipos e preconceitos sociais. In: Lima, M. E. O.; Pereira, M. E. *Estereótipos, preconceitos e discriminação: perspectivas teóricas e metodológicas*. Brasil: EdUFBA, 2004.
- Larsson, A. O.; Moe, H. Twitter in politics and elections: insights from Scandinavia. In: Bruns, A. et al. (org.). *Twitter and society*. New York: Peter Lang, 2014. p. 319-330.
- Lins, B. A.; Machado, B. F.; Escoura, M. *Diferentes, não desiguais: a questão de gênero na escola*. São Paulo: Reviravolta, 2016.
- Louro, G. L. Gênero e sexualidade: pedagogias contemporâneas. *Proposições*, v. 19, n. 2, p. 17-23, 2008.
- Maireder, A.; Ausserhofer, J. Political discourses on twitter: networking topics, objects, and people. In: Bruns, A. et al. (org.). *Twitter and society*. New York: Peter Lang, 2014. p. 305-318.
- Machado, L.; Mori, L. Caso Mariana Ferrer: desmerecer a vítima é comum em casos de estupro, relatam advogados. *BBC News Brasil*, 4 nov. 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-54803352>. Acesso em: 23 jun. 2020.
- Nisenbaum, D. Como educamos mulheres para sofrer: uma reflexão sobre feminilidade e amor. *Medium*, 2017. Disponível em: <https://medium.com/mulheres-que-escrevem/como-educamos-mulheres-para-sofrer-uma-reflex%C3%A3o-sobre-feminilidade-e-amor-337afddb4fae>. Acesso em: 21 ago. 2021.
- Paulino, R. A interpretação de grafos como imagens complexas em tempos

de pandemia no Covid-19 no Brasil. *Asas da Palavra*, v. 17, n. 1, p. 43-51, 2020. Disponível em: <http://revistas.unama.br/index.php/asasdapalavra/article/view/2142>. Acesso em: 12 fev. 2021.

Pedro, C.; Guedes, O. As conquistas do movimento feminista como expressão do protagonismo social das mulheres. In: Simpósio sobre Estudos de Gênero e Políticas Públicas, 1., 2010, Londrina. *Anais [...]*. Londrina: UEL, 2010. p. 1-10. Disponível em: <http://www.uel.br/eventos/gpp/pages/anais/i-simposio.php>. Acesso em: 2 dez. 2019.

Recuero, R. Métricas de centralidade e conversações em redes sociais na Internet. In: Simpósio Nacional da Abciber, 8., 2014, São Paulo. *Anais [...]*. São Paulo: ESPM, 2014. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/artigos/abciberfinal2014.pdf>. Acesso em: 18 jan. 2021.

Recuero, R.; Bastos, M.; Zago, G. *Análises de redes para mídia social*. Rio de Janeiro: Sulina, 2015.

Richardson-Self, L. Woman-Hating: on misogyny, sexism, and hate speech. *Hypatia*, v. 33, n. 2, p. 256-272, 2018. Disponível em: <https://www.cambridge.org/core/journals/hypatia/article/abs/womanhating-on-misogyny-sexism-and-hate-speech/430BD708652C2A13A501C08C7AED4A5D>. Acesso em: 5 jan. 2021.

Scott, J. W. *Gender: a useful category of historical analysis: gender and the politics history*. New York: Columbia University Press, 1989.

Soares, F. B. Circulação de informação no twitter: como líderes de opinião ressignificam as notícias. In: Encontro Anual da Compós, 29., 2020, Campo Grande. *Anais [...]* Campinas: Galoá, 2020. Disponível em: <https://proceedings.science/compos-2020/papers/circulacao-de-informacao-no-twitter-como-lideres-de-opinio-ressignificam-as-noticias>. Acesso em: 11 nov. 2020.

Solano, E. *Crise da democracia e extremismos de direita*. São Paulo: Fundação Friedrich Ebert, 2018. Disponível em: <http://library.fes.de/pdffiles/bueros/brasilien/14508.pdf>. Acesso em: 27 jul. 2020.