



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

## Das Suffragettes Ao Feminismo Hashtag: Uma Conversa Sobre Os Novos Feminismos<sup>1</sup>

Alleid Ribeiro Machado<sup>2</sup>

Universidade Presbiteriana Mackenzie e Centro Universitário Sant'Anna

### Resumo

Neste trabalho, sonda-se o feminismo desde suas origens, detendo-se, mais especificamente, na terceira vaga conhecida como *Do it yourself* (DIY), cujos pressupostos de igualdade, empoderamento, sororidade atrelam-se a pautas de consumo e comportamento, e na quarta vaga, em sua corrente popularmente conhecida como *feminismo hashtag*, erigida sob a ideia da “abrangência” pelo uso recorrente de redes sociais. A ideia é colocar em perspectiva tais movimentos, a fim de se estabelecer certos diálogos e reflexões em torno das problemáticas relacionadas à pós-modernidade que os abarcam.

**Palavras-chave:** movimentos feministas; feminismo *DIY*; feminismo *hashtag*; consumo; pós-modernidade

Numa breve digressão, dir-se-ia que a gênese do feminismo ou, mais especificamente, de sua primeira onda, surge com a necessidade de luta por direitos iguais e pelo desejo de equidade entre homens e mulheres. Entretanto, inicialmente, as reivindicações das *suffragettes* abarcavam apenas mulheres brancas de classes mais abastadas. Depois, a luta das mulheres trabalhadoras também acabaria sendo incorporada às pautas feministas. Nesse âmbito, a retórica predominante era a do liberalismo e do universalismo. As feministas defendiam que homens e mulheres, por serem iguais (principalmente nos quesitos moral e intelectual), deveriam ter iguais oportunidades (de estudos, de trabalho, de desenvolvimento, de participação política, de posições, enfim).

No século XIX, a ideia de “direitos iguais à cidadania”, pressupondo igualdade entre os sexos, impulsionou uma mobilização feminista importante, no Continente Europeu, na América do Norte e em outros países. Entre as décadas de 1920 e 1930 as mulheres conseguiram, em vários lugares, romper com algumas das expressões mais agudas de sua desigualdade em termos formais ou legais, particularmente no que se refere ao direito ao voto, à propriedade e ao acesso à educação. (PISCITELLI, 2002, p. 9)

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho 09 (Comunicação, discursos da diferença e biopolíticas do consumo, Coordenação: Profa. Dra. Tânia Hoff) do 7º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 10 e 11 de outubro de 2018.

<sup>2</sup> Mestre e doutora na área de Letras. E-mail: [alleid@usp.br](mailto:alleid@usp.br)



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Porém, depois desta conjunção inicial, em que o argumento para superioridade masculina era de fundo biológico, as feministas começam a questionar o lugar social que deveriam ocupar, reconhecendo a existência diferenciada de um *eu feminino* perante um *eu masculino*, “assim como a posição opressora da voz masculina como dominante nos discursos históricos, antropológicos, psicanalíticos, literários e, enfim, ideológicos” (MACHADO, 2012, p. 47). Com a publicação de *O segundo sexo* (1949) tal pressuposto será embasado pelo argumento basilar de que “não se nasce mulher, torna-se”, o que vem a desconstruir a antiga conjectura essencialista da natureza feminina, a qual supunha que as mulheres eram naturalmente inferiores aos homens. Apenas para lembrar:

Até o século XVIII o que predominava nas ciências médicas era o modelo neoplatônico de sexo único. Nesse sentido, a mulher seria um homem imperfeito, uma vez que os seus órgãos sexuais (equivalentes aos dos homens) teriam sido desenvolvidos para dentro, e a quem, inclusive, faltava a força e a intensidade do “calor vital”, preponderante nos machos. Para Laqueur (2001), apenas nos finais do século XVIII, é que será desenvolvido o modelo dos dois sexos: masculino e feminino, sendo que cada qual terá características naturais específicas. Nesse novo contexto, o sexo feminino será avaliado como inferior e imperfeito do ponto de vista biológico, e não mais ontológico, como ocorria no modelo anterior. Além disso, devendo a sexualidade estar relacionada aos comportamentos morais, homens e mulheres deveriam ter um tipo de conduta social pertinentes à natureza biológica de seus sexos. Do contrário, não seriam exemplares normais da espécie, e sim indivíduos desviantes, anormais, doentios e degenerados. Os sujeitos, até então, avaliados moralmente por seus atos, pensamentos e sentimentos religiosos ou pelos valores da hierarquia aristocrática, ainda segundo Laqueur, passam a serem julgados pela conformidade à finalidade sexual de suas supostas “naturezas biológicas”. (MACHADO, 2011, p. 77)

Nesse sentido, tornar-se mulher é admitir ser ela um dado não natural, “o que permite questionar e relativizar o caráter à primeira vista absoluto dessa opressão”, atribuindo-lhe “a força política de toda a discussão” (FRANCHETTO, 1981, p. 19). A situação feminina passa, então, a ser compreendida *em trânsito*, passível de transformação, e não mais como algo absoluto e definitivo.

O ano de 1960 vai marcar o início da segunda onda feminista, principalmente na França, Estados Unidos e na Inglaterra, todavia, vai ser em meados da década de 70, que o argumento de uma suposta opressão universal masculina cederá lugar às discussões de gênero, servindo de base para combater a desigualdade entre homens e mulheres. Esses estudos se debruçaram sobre a premissa da diferenciação entre sexo (*sex*) e gênero (*gender*), sistema binário que se tornou pilar das teorias feministas, preconizado por Gayle Rubin em *The traffic in women. Notes on the “political economy” of sex* (1975).



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Ao criar o sistema sexo/gênero, Rubin, dentro de certos limites, antevê Michel Foucault, que, principalmente em seu livro *História da sexualidade* (2014), considera a sexualidade para além do campo das ciências biológicas, isto é, como uma construção ou realização social no campo dos jogos de poder e dominação. Pensando em termos de gênero, Rubin ponderou que ele era um produto cultural pressuposto em contextos assimétricos de poder. Portanto, a subordinação feminina estaria ligada a esta questão simbólica e real. Haraway (2004), acerca do sistema proposto por Rubin, explica que ela o definia como o sistema de relações sociais que transformava a sexualidade biológica em produtos da atividade humana e no qual eram satisfeitas as necessidades sexuais específicas daí resultantes. Em última análise, Rubin reclamava um exame marxista dos sistemas sexo/gênero como produtos da atividade humana que poderiam ser transformadas através da luta política.

Mais tarde, em *Thinking about sex: Notes for a radical theory of the politics of sexuality* (2003), Rubin discutirá, mais especificamente, a diversidade sexual e abordará as relações entre sexualidade e gênero. Para a autora, apenas os estudos de gênero não são suficientes para explicar algumas hierarquias e formas de opressão que decorrem da sexualidade. Um exemplo seria a constituição da heterossexualidade como padrão natural dos seres humanos. O modelo, eleito pelo senso comum como ideal, gera o tabu da homossexualidade, entendida como uma forma de sexualidade desviante.

Impulsionadas, sobretudo, pelos estudos de gênero, amplamente abordados por teóricas como Gayle Rubin, como já se observou, e, mais tarde, por Judith Butler em *Problemas de gênero. Feminismo e subversão da identidade* (2003)<sup>3</sup>, em que a autora propõe a desmontagem do modelo binário sexo/gênero, as lutas feministas que se seguiram foram, de um modo geral, responsáveis por transformar as relações homem-mulher nos âmbitos sociais e culturais, assegurando, desse modo, um novo espaço de atuação das mulheres. Já seria, portanto, senso comum, sobretudo nos estudos de base sócioantropológica a compreensão de gênero, corpo e sexualidade como socialmente construídos. E de que, muitas vezes, essas construções estariam a serviço de interesses e necessidades sociais, culturais e, porque não, midiáticas.

Obviamente, se o feminismo avançou em suas pautas, se a sua circunscrição e importância aumentou pelas lutas das vanguardistas, o final dos anos 90 e início do século XXI serão marcados pelo estabelecimento de novos paradigmas de comportamento feminino, tendo a ideia de

---

<sup>3</sup> Judith Butler defende a premissa de que não é só o gênero que é fruto dos processos sócio-histórico-culturais. Para ela, o sexo também o é, uma vez que sua existência biológica ganha significados culturais, “nesse caso, não a biologia, mas a cultura se torna o destino” (BUTLER, 2003, p. 26).



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

empoderamento como pedra de toque fundamental, incluindo aí, o das mulheres de diferentes etnias, nacionalidades, credos, origens culturais, sexualidades.

A década de 90 marca o início da terceira vaga feminista, do pós-feminismo, inclinado a pôr em causa questões que foram suplantadas pelas feministas de vanguarda e também, é interessante ressaltar, já gestado dentro de uma era marcada, como nos lembram Baumann (1991) ou mesmo Harvey (1992), pelas ambiguidades próprias de um tempo líquido e disforme.

Nesse sentido, segundo Ainhoa Flecha (2010), num artigo dedicado ao estudo do feminismo do século XXI, de uma forma geral, a terceira onda feminista poderia ser classificada em duas correntes: pós-modernas e dialógicas. Assim,

Bajo corrientes postmodernas tenemos en cuenta aquellas que se centran en el concepto de diferencia así como aquellas que cuestionan el pensamiento binario (hombre / mujer) y proponen la disolución de las categorías de género. Ambas se basan en los desarrollos realizados por autores como Foucault (2000) o Derrida (1998), entre otros. En las corrientes dialógicas incluimos aquellas que defienden un feminismo basado en la igualdad de diferencias que sea capaz de incluir todas las voces, especialmente aquellas tradicionalmente ausentes en los foros feministas (mujeres de grupos culturales, amas de casa, mujeres sin estudios, mujeres del tercer mundo, etc.) (FLECHA, 2010, p. 327)<sup>4</sup>.

Dados os objetivos deste trabalho, não seria possível trazer para o campo de discussão as diversas e múltiplas nuances do feminismo, ou dos feminismos, que têm abarcado a contemporaneidade. O que nos interessa aqui é fazer um recorte da história do feminismo, evidenciando as suas duas últimas vagas a fim de problematizá-las dentro do contexto da chamada “pós-modernidade” ou “modernidade tardia”.

Na esteira dos estudos de Flecha, percebe-se uma faceta da 3ª onda feminista ligada ao veio dialógico, intitulado como *girlie*, que seria um movimento encabeçado por jovens mulheres, desligado de conceitos profundos e menos acadêmico em sua origem. O movimento *girlie* teve início nos Estados Unidos durante os anos 80 e 90. Uma de suas principais impulsionadoras foi Rebecca Walker (1969). Conforme Flecha (2010) e Karp e Stoller (1999), autoras como Walker e outras adeptas desse movimento, em sua essência, apoiam um feminismo do tipo *DIY (Do It Yourself)*, baseando-se na ideia

---

<sup>4</sup> No que tange às correntes pós-modernas atuais considerarmos aquelas que incidem sobre o conceito diferença e aqueles que questionam o pensamento binário (masculino / feminino) e propoem a dissolução das categorias de gênero. Ambas são baseadas nos estudos feitos por autores como Foucault (2000) e Derrida (1998), entre outros. Nas correntes dialógicas incluímos aqueles que defendem um feminismo com base na igualdade das diferenças para ser capaz de incluir todas as vozes, especialmente aquelas tradicionalmente ausentes em fóruns feministas (grupos culturais das mulheres, donas de casa, mulheres sem instrução, as mulheres do terceiro mundo, etc.). Tradução da autora.



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

de que o feminismo é o que cada mulher quer fazer dele e, portanto, há tantos feminismos como mulheres no mundo. O problema, segundo as autoras (FLECHA, 2010; KARP e STOLLER, 1999), é que a individualização proposta pelo *DIY* elimina a capacidade de luta por objetivos e causas comuns às mulheres, diminuindo o poder e a força da luta coletiva. Um outro ponto crítico desse movimento, seria a exaltação da feminilidade, em oposição ao modelo anterior de “boa feminista” que rechaçava toda a atitude que pudesse remeter ao tipo “feminina”. Assim, defendem o direito de usar maquiagem, sapatos altos, tomando como símbolo desse comportamento a cor rosa (FLECHA, 2010).

Em todo o caso, a principal crítica ao feminismo *girlie* (ou mesmo *DIY*) refere-se ao fato de que ele se tornou um movimento de meninas consumistas de “clases medias y altas que no conocen los problemas a los que se enfrentan la mayoría de las mujeres jóvenes y a las que no les interesa combatir la exclusión social, evitando cualquier proyecto político”<sup>5</sup> (FLECHA, 2010, p. 328).

Por ser tangido sem amarras acadêmicas, passou a ser livremente inspirado nas ideias libertárias de autoras feministas como Chimamanda Ngozi Adichie. Livros como *Sejamos todos feministas* (2014) e *Para educar crianças feministas* (2017) reforçam o ideal de ruptura aos discursos misóginos e preconceituosos incrustados nas sociedades por meio, basicamente, da educação das novas gerações. Além disso, a autora convida todos, homens e mulheres, a lutarem pelas causas feministas. Tudo começa pela própria desconstrução dos estereótipos ligados à palavra feminista. Segundo Chimamanda, as feministas têm carregado o estigma de serem mulheres mal-amadas, que não são vaidosas, que são ou que estão contra os homens, e estas questões equivocadas precisam ser alteradas.

Além dessas questões, a autora ressalta o fato de que a socialização das meninas é construída sobre um corpo frágil, passivo, desprovido de força, em que a beleza física é fundamental. Nos meninos, ao contrário, um corpo forte, agressivo e viril é o mais estimulado. O corpo das mulheres e homens está sujeito, portanto, a padrões sociais e das diferenças de gênero idealizadas ao longo da história. Nessa socialização insere-se a modelagem dos corpos pelas normas, representações culturais e simbólicas próprias de cada sociedade. Nesse sentido, Chimamanda procura, por meio de seus manifestos, pôr em causa certos comportamentos que são naturalizados para homens e mulheres, como o fato de que desde a mais tenra idade se esperar que as meninas sejam de uma determinada maneira e os meninos de outra.

---

<sup>5</sup> O que fica patente é que o feminismo *girlie* tornou-se um movimento de meninas consumistas “de classe média e alta que não conhecem os problemas que enfrentam a maioria das mulheres jovens, sendo que não lhes interessa combater a exclusão social, evitando qualquer projeto político”. Tradução da autora.



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Ensine a Chizalum a não se preocupar em agradar. A questão dela não é se fazer agradável, a questão é ser ela mesma, em sua plena personalidade, honesta e consciente da igualdade humana das outras pessoas. Lembra quando lhe contei sobre como me irritava que nossa amiga Chioma me dissesse que “as pessoas” não iam “gostar” de algo que eu queria dizer ou fazer? Eu sempre sentia dela uma pressão implícita para que eu mudasse e me encaixasse num molde que agradaria uma entidade amorfa chamada “as pessoas”. Era irritante porque queremos que as pessoas próximas de nós nos incentivem a desenvolver nossa personalidade mais autêntica. Por favor, nunca imponha essa pressão à sua filha. Ensinamos as meninas a serem agradáveis, boazinhas, fingidas. E não ensinamos a mesma coisa aos meninos. É perigoso. Muitos predadores sexuais se aproveitam disso. Muitas meninas ficam quietas quando são abusadas, porque querem ser boazinhas (...) Então, em vez de ensinar Chizalum a ser agradável, ensine-a a ser honesta. E bondosa. E corajosa. (ADICHIE, 2017, pp.48-49)

A pergunta que cabe diante do exposto é: por que o pós-feminismo tem recebido tais contornos? Percebe-se a pluralidade teórica dentro do movimento, em que entram em jogo diversos e diferentes pontos de vista. Se de um lado o feminismo da 3ª onda, caracterizada como “pós-moderna”, é fortemente marcado por uma concepção pós-estruturalista; a outra vertente, como se vê, entendida como dialógica, faz-se em meio ao uso da tecnologia, das redes sociais a fim de que suas reivindicações tenham um alcance global, o que será a força motriz, aliás, da quarta onda feminista. De qualquer forma, pensando em termos foucaultianos, ambas estão sujeitas às formas microfísicas de poder ao promoverem, por meio dos discursos de verdade, a normatização e a doutrinação do que é certo e bom para as mulheres. Vale pensar nisto.

No caso do viés dialógico, ele tem assimilado estereótipos ligados ao feminino e estes têm sido veiculados por diversos meios de comunicação, não tanto para combatê-los, mas principalmente para reproduzi-los como algo que pode ser controlado e usado a favor das mulheres.

Como estudo de caso, toma-se como exemplo o que fez o Fifth Harmony, um *girl group* estadunidense, oriundo em 2012 da segunda temporada do reality show The X Factor USA. Este grupo, cuja atuação está em suspenso, era composto por cinco cantoras: Ally Brooke, Camila Cabello, Normani Kordei, Lauren Jauregui e Dinah Jan. Um dos compromissos do Fifth Harmony com a causa das mulheres era de se impor como um grupo cem por cento feminista, tratando, em suas músicas e performances, de temas como *empowerment*, *sorority*, *gaslighting* e *mansplaining*<sup>6</sup>. Numa matéria

<sup>6</sup> Segundo o Glossário Feminista, disponível na Revista Capitolina, *empowerment* significa empoderamento, processo pelo qual a mulher é capaz de combater opressões ligadas ao seu gênero; *sorority* basicamente designa união entre mulheres. Já o termo *gaslighting* é utilizado para designar um discurso feminino socialmente considerado como paranoico, surtado, a fim de invalidá-lo; já *mansplaining* compreende a predominância ou hierarquização do discurso masculino sobre o feminino. Disponível em <<http://www.revistacapitolina.com.br/glossario-de-terminos-feminismo/>>



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

elaborada em 2015 por Emily Tess Katz para o site HuffPost<sup>7</sup>, uma das integrantes à época, Lauren Jauregui explica que o grupo “considers feminism to be definitely important just as a concept, because it's by definition the political and economic and social equality of the sexes”<sup>8</sup>. E que isto era algo que o grupo estava procurando promover ao máximo, principalmente ao se colocar como paradigma do feminismo atual.

Para Jauregui, a questão da sororidade é imperativa na luta das mulheres por igualdade de condições. A artista afirma que uma parte do feminismo é constituída pela união e força das mulheres: “[It's] supporting each other and not breaking each other down, and kind of sending out that message and making sure women know that doing this together is going to be so much more effective than trying to tear each other down”<sup>9</sup>. De acordo com a visão do grupo, por meio da união feminina, modeladamente proposta pelo Fifth Harmony, as opções de atuação na sociedade passam a ser infinitas, de forma que será possível ver mais mulheres “being powerful and being strong and being able to be successful in whatever division they want to be successful in”<sup>10</sup>.

Figura 1 - *Worth it*, Fifth Harmony.



Fonte: <https://www.vevo.com/watch/fifth-harmony/worth-it/USSM21500482>

<sup>7</sup> Disponível em [https://www.huffpostbrasil.com/entry/fifth-harmony-feminism\\_n\\_7062156](https://www.huffpostbrasil.com/entry/fifth-harmony-feminism_n_7062156)

<sup>8</sup> O grupo “considera que o feminismo é definitivamente importante mesmo como conceito, na medida em que ele preconiza, por definição, a igualdade política, econômica e social dos sexos”. Tradução da autora

<sup>9</sup> “[Feminismo] pressupõe apoiar um ao outro e não sabotar um ao outro, significa enviar essa mensagem e garantir que as mulheres saibam que fazer isso juntas vai ser muito mais eficaz do que tentar destruir umas às outras”. Tradução da autora

<sup>10</sup> Mais mulheres poderão ser “poderosas, fortes e bem-sucedidas em qualquer divisão em que quiserem ter sucesso”. Tradução da autora.



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Essa fala aparece explicitada no trabalho realizado pelo grupo para a música *Worth it*, que foi indicado ao prêmio MTV Video Music Awards 2015 na categoria Música de verão e cuja imagem aparece na Figura 1. Nele, observa-se cinco garotas que se situam no mundo do trabalho, mas invertendo os papéis masculinos, já que os homens aparecem numa posição de submissão, tanto no que tange à demanda profissional quanto na questão sexual, na exploração de seus corpos pelas mulheres, que representam liderança em todos estes âmbitos.

Tem-se aí a resposta para um anseio feminino secular: o desejo de sair do espaço doméstico e ocupar o espaço público, de deixar o papel submisso “do lar”, de mulher “recatada” e a assumir o papel ativo de quem comanda a “esfera do trabalho” e da sexualidade. No videoclipe, os homens desempenham funções hierarquicamente inferiores aos de suas *women bosses*. Dessa forma, representam, respectivamente: o engraxate, o secretário, o *caddie* (carregador de bolas de golfe), o motorista e, por fim, o escrivão. O videoclipe se passa, em grande parte, em uma bolsa de valores, território masculino dentro da ordem patriarcal, mas, por outro lado, revelando que as mulheres que ali estão são, no mínimo, poderosas, dona de si, de outra estirpe social e, que, portanto, “valem a pena”, conforme o sugere o título da música. Algumas partes da letra de *Worth it* também parecem flertar com a ideia um tanto paródica de, no lugar de um *mansplaining*, fazer valer o *womenplaining*, afinal mulheres ativas é que comandam quem deve se entregar na relação, contrariando o argumento de que os homens seriam os peritos nisto.

Figura 2 – Propagação de estilos de consumo



Fonte: <http://stealherstyle.net/normani-kordei-hamilton/page/6/>

Pode-se pensar a postura reivindicada pelo grupo, em suma, como a mesma assumida pelo feminismo do tipo *DIY*, o qual não se realiza sem a mídia, que veicula paradigmas de comportamento para as garotas que desejam ter a sua imagem associada à de uma mulher “dona de si e bem-sucedida”. As meninas do Fifth Harmony, afinal, vendem a atitude e os modos de ser “feminista”, por meio de





seus estilos, pelas roupas e sapatos que usam, que são assimilados e propagados pelos meios de consumo (Figura 2).

Em outras palavras, o que se observa é que questões históricas relativas à luta das mulheres por um espaço de “paridade” foram paulatinamente sendo assimiladas pelos mais diversos meios de comunicação, esvaziadas de conteúdo e transformadas em pauta de consumo. O feminismo passou a ser, nessa esfera, algo que pode ser realizado pela própria jovem desde que ela queira, ou desde que ela assuma alguns tipos de conduta consideradas “femininas”.

Por outro lado, o videoclipe reforça os mesmos temas de opressão pela qual as feministas tentam combater, pois na inversão dos papéis colocam os homens numa situação de inferioridade e não de paridade, que é uma das grandes causas da luta.

Como se pode notar, alguns conceitos vão entrando “em moda” e sendo incorporados ao léxico de matriz feminista, numa espécie de aglutinação de ideias e de conceitos que são, em sua essência, opostos e antitéticos. Esses conceitos veiculam modos de ser que conotam às meninas uma sensação de liberdade e poder. Disseminam modelos ideais de qual mulher elas poderão ser, instituindo, assim, identidades carregadas de estereótipos. Então, assumir a bandeira feminista passou a ser, em palavras mais simples, mais acessível do que no passado. Afinal uma *girlie* é uma jovem poderosa que pode fazer as suas escolhas e agir segundo os seus próprios princípios, algo nunca antes tão facilmente sonhado em gerações anteriores. (MACHADO, 2017, p. 96)

Não se pode dissociar o feminismo *DIY* da quarta onda feminista, pois uma das formas de sua realização é pelo compartilhamento de ideias de suas seguidoras via redes sociais, blogs etc. O feminismo da quarta onda, também reconhecido como feminismo *hashtag*, que surge por volta de 2012, relaciona-se e beneficia-se da internet, para divulgar e propagar, em alcance global, as pautas e reivindicações das mulheres. Numa edição especial sobre o feminismo intitulada *Feminismo não é mimimi*, a Revista Claudia (Ano 57, março de 2018) faz um apanhado em torno do feminismo. Em um dos capítulos dedicados ao assunto, Bruna Carolina Carvalho ressalta que hoje há:

uma fase propícia, a chamada quarta onda. Iniciada nesta década, ela é definida pela retomada do espaço público para a discussão dos direitos das mulheres, pela chegada das meninas à liderança de coletivos feministas, pelo uso de redes sociais para o alcance de temáticas e, mais importante, pelo caráter múltiplo que assumiu (CARVALHO, 2018, p. 92)

O que se pressupõe, neste momento, é uma onda de inclusão, consolidando a ideia do lugar da fala. São as mulheres que devem contar as suas histórias, por isso, a valorização da construção das narrativas do eu, das experiências pessoais de diversas e diferentes mulheres, são levadas em



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

consideração como adjuvantes para experiências coletivas. Para Cecília Palmeiro, uma das criadoras do movimento argentino “Ni una menos”, numa entrevista concedida à Revista Cult, a quarta onda é tipicamente latino-americana:

Nossas palavras de ordem, “nem uma a menos”, foram traduzidas e usadas na Coreia e na Polônia. Estamos travando diálogo com os movimentos feministas em todos os continentes para trocar experiências e aprender umas com as outras (...). Se nossas vidas não importam, “produzam sem nós”, foi o mote do movimento. Não houve um país latino-americano que não aderiu à Greve Geral e ao Paro Interacional de Mulheres. Estávamos todas ligadas nas mesmas questões, crescemos muito com esse diálogo e conseguimos ampliar vozes que não tinham um lugar privilegiado no feminismo (GONZALES, 2017)

Nesta mesma entrevista, Cecília cita um segmento do feminismo pensado pela filósofa americana Nancy Fraser (1947) que o denomina como o feminismo dos noventa e nove por cento, ou seja, um movimento de mulheres sem lideranças, feito pela maioria e para a maioria.

De qualquer forma, deve-se considerar a questão da abrangência dessa última onda feminista que é tratada neste estudo, a partir de dois casos concretos de feminicídio: um ocorrido em Buenos Aires e outro no Brasil. O ano é 2011 e a vítima é uma adolescente argentina de 16 anos, Lúcia Perez, conhecida por denunciar crimes contra as mulheres. A jovem foi brutalmente assassinada e a sua morte despertou a união de feministas por todo o mundo. Inspiradas nos versos da poeta mexicana Susana Chávez (1974), algumas feministas argentinas criaram o movimento e a partir da #niunamenos rapidamente a voz e o clamor por justiça se fizeram ouvidos mundo afora. O que se nota é que a ferramenta *hashtag* une mulheres em causas que lhe são comuns e isso é um dos triunfos da quarta onda. Já no Brasil, o ano é 2018 e a *hashtag* que uniu as mulheres foi #MariellePresente.

É escusado repetir a história do assassinato da vereadora negra, mãe, feminista, lésbica, "cria da Maré" e defensora dos direitos humanos tal o impacto e comoção que gerou a sua morte.

Como lembra a jornalista Lídice Leão:

#MariellePresente é a *hashtag* do momento. A expressão propagou-se por ruas, escolas, centros culturais e redes sociais com a mesma força que Marielle Franco usou para resistir na trajetória como mulher, negra, pobre, mãe adolescente e bissexual. Marielle não apenas superou todas as dificuldades impostas pela sua condição social, mas tornou-se voz representativa dessas camadas quando foi eleita vereadora. #MariellePresente é a *hashtag* do momento porque, sim, Marielle existe nas 104 milhões de mulheres que formam a população brasileira; 6,3 milhões a mais do que os homens. Os números são do IBGE (LEÃO, 2018)

A voz de Marielle, a que vive por seu poder simbólico, por meio de redes sociais e do feminismo *hashtag*, tem atravessado as fronteiras do preconceito e despertado o apoio de feministas e de diversas



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

pessoas em diferentes e distantes lugares. A comoção foi geral. A mesma *hashtag* usada para Lúcia Perez serviu à Marielle e a todas mulheres mortas em decorrência, inclusive, de seus gêneros. Esta parece ser a abrangência deste movimento. Na esteira desta luta, seguem-se outras demandas, como as das atrizes americanas que reivindicam que sejam questionadas não por seus vestidos ou joias que usam no Oscar #askhermore, ou pelas #MeToo e #TimesUp<sup>11</sup>, contra o assédio sexual e pela paridade de gênero no âmbito da sétima arte; ou das #PlusSize #ElasPodemMais #GirlPower encabeçado por mulheres que lutam pelo direito de que seus corpos estejam fora dos padrões estéticos estabelecidos como ideais.

Em suma, este trabalho teve por objetivo fazer um historial do feminismo, fazendo uma breve revisão de algumas nuances do feminismo da primeira e da segunda onda, detendo-se, com mais vagar, nos movimentos mais recente engendrados na terceira e quarta vaga, já localizados, como lembram Adorno e Horkheimer (2002), numa realidade sem fronteiras, de capitalismo irrestrito regido e orquestrado pela indústria cultural.

De fato, o feminismo já foi incorporado pela indústria cultural. O feminismo *DIY* e o próprio movimento *girlie* endossam a ideia de que para ser feminista é preciso antes criar um comportamento feminino que o represente, e este *modo de ser* pode ser seguido, estimulado e, sobretudo, consumido. Desse modo, se de um lado o feminismo em sua faceta *DIY* desperta o respeito das feministas mais abertas às novidades da contemporaneidade pela vontade que expressa de continuar a levantar a bandeira da igualdade e em exigir o reconhecimento dos homens pela paridade de gênero, por outro, incita a desconfiança das mais ortodoxas em razão de seus apelos consumistas, bem como do estímulo à perpetuação de diversos estereótipos ligados ao feminino.

Plural em suas origens e modos de pensar a realidade das mulheres de diversos lugares, etnias, religiões, sexualidades, estes novos feminismos não se definem tão facilmente. Como buscou-se demonstrar, no que tange ao feminismo da quarta onda, ele é formulado a partir da necessidade de abrangência, que pode ser alcançada pelo uso de redes sociais que ajudam na propagação da ideia de união entre todas as mulheres.

---

<sup>11</sup>Como se pode observar em “Oscar 2015: Atrizes se rebelam contra o machismo no tapete vermelho”. Disponível em <[http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/02/150222\\_oscar2015\\_machismo\\_pai](http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/02/150222_oscar2015_machismo_pai)>. Acesso em 16/04/2018.



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

## Referências

- ADICHIE, Chimamanda Ngozi. *Sejamos todos feministas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.
- \_\_\_\_\_. *Para educar crianças feministas: um manifesto*. São Paulo: Companhia das Letras, 2017.
- ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max. “A indústria cultural – o iluminismo como mistificação das massas”. In: *Indústria cultural e sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 2002
- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. São Paulo: Jorge Zahar, 2001.
- BUTLER, Judith. *Problemas de gênero. Feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- CARVALHO, Bruna Carolina. O que é feminismo? In: *Feminismo não é mimimi*. Revista Claudia, ano 57, março de 2018.
- FOUCAULT, Michel. *História da Sexualidade 1: A vontade de saber*. São Paulo: Paz e Terra, 2014.
- HARVEY, David. *A condição pós-moderna*. 21 ed. São Paulo: Loyola, 1992.
- BAUMGARDNER, Jennifer. *F'em! Goo Goo, Gaga, and Some Thoughts on Balls*. Berkeley, California: Seal Press, 2011.
- BUTLER, Judith. *Problemas de gênero. Feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- FRANCHETTO, Bruna. Antropologia e feminismo. In: CAVALCANTI, Maria Laura et al. *Perspectivas Antropológicas da Mulher*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, n. 1, 1981, p. 11-47.
- GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.
- HARAWAY, Donna. “Gênero” para um dicionário marxista: a política sexual de uma palavra. *Cadernos Pagu*, Campinas, n. 22, p. 201-246, jan./jun. 2004.
- KARP, M. y STOLLER, D. *The Bust Guide to the New Girl Order*. New York: Penguin, 1999.
- LEÃO, Lídice. A quarta onda feminista. *Jornal do Brasil*, Artigo - 08/04/2018. Disponível em <<http://www.jb.com.br/artigo/noticias/2018/04/08/a-quarta-onda-feminista/>>. Acesso em 12/04/2018.
- MACHADO, Alleid R. *As personagens femininas de Júlia Nery: paradigmas e representações*. Tese de doutoramento. FFLCH/ USP, 2011.
- \_\_\_\_\_. Formas de representação feminina nos teen chick lits. *Revista Comunicação, Mídia e Consumo* [ESPM], São Paulo, V. 14, N. 39, p. 90-110, Jan/Abr.2017.



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

PISCITELLI, Adriana. Re-criando a (categoria) mulher. In: ALGRANTI, L.M. (Org.). *A prática feminista e o conceito de gênero*. Campinas: IFCH- Unicamp, n.48, p.7-42, nov. 2002.

RUBIN, Gayle. The traffic in women. Notes on the *political economy* of sex. In: REITER, R. (Ed.). *Toward an Anthropology of women*. New York: Monthly Review Press, 1975.

RUBIN, Gayle. *Pensando sobre sexo: notas para uma teoria radical da política da sexualidade [1984]*. *Cadernos Pagu*, Campinas, n.21, p. 1-88, 2003 (não editado).

### **Documentos eletrônicos**

GONZALEZ, Mariana. Quarta onda do feminismo é tipicamente latino-americana, diz fundadora do Ni Una Menos In: Revista Cult. Disponível em <<https://revistacult.uol.com.br/home/quarta-onda-feminismo-latino-americana/>>. Acesso em 12/04/2018.

FLECHA, Ainhoa. *Las hijas de las feministas. El feminismo del siglo xxi: ¿declive o democratización?* Revista de la Asociación de Sociología de la Educación, vol. 3, n. 3, p. 325-335, 2010. Disponível em: <[file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-LasHijasDeLasFeministasElFeminismoDelSXXI-3655738%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-LasHijasDeLasFeministasElFeminismoDelSXXI-3655738%20(1).pdf)>. Acesso em: 20/01/2016.

Revista Capitolina. Glossário de termos feministas. Disponível em <<http://www.revistacapitolina.com.br/glossario-de-terminos-feminismo/>>. Acesso em 12/04/2018.

### **Sites consultados**

[https://www.huffpostbrasil.com/entry/fifth-harmony-feminism\\_n\\_7062156](https://www.huffpostbrasil.com/entry/fifth-harmony-feminism_n_7062156). Acesso em 12/04/2018

<http://stealherstyle.net/normani-kordei-hamilton/page/6/>

<https://www.vevo.com/watch/fifth-harmony/worth-it/USSM21500482>

[http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/02/150222\\_oscar2015\\_machismo\\_pai](http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/02/150222_oscar2015_machismo_pai)