

A ONDA DAS *HASHTAGS*: O FEMINISMO EM 140 CARACTERES

Kátia Alexandra dos Santos,

Doutora em Psicologia (USP), Professora adjunta do curso de psicologia da Universidade Estadual do Centro-Oeste (UNICENTRO), Coordenadora do Núcleo Maria da Penha- NUMAPE (SETI-PR), kalexandra@unicentro.br

Maria Gabriela Perussolo de Freitas

Graduada em Psicologia pela Universidade Estadual do Centro-Oeste (UNICENTRO), Residente no Programa de Residência Multiprofissional em Saúde da Família - Universidade Federal da Integração Latino-americana (UNILA), mgabrielapfreitas@gmail.com.

RESUMO: Considerando a história da construção do movimento feminista ao longo dos anos, o avanço das tecnologias e o uso das mídias sociais digitais mostra uma outra forma de ativismo possível na atualidade. O ciberfeminismo possibilita novas formas de expressões pela luta da igualdade, e o uso do recurso tecnodiscursivo das *hashtags* tem sido uma delas. Esta pesquisa teve como objetivo construir e analisar um texto composto a partir das principais *hashtags* que circularam na rede durante os anos de 2014 e 2015. Utilizando conceitos da Análise de Discurso pecheutiana e da Análise do Discurso Digital, foi possível perceber a importância das *hashtags*, marcando um novo modo de ativismo que utiliza um recurso tecnológico e, agora, também discursivo para se manifestar em ambientes online e off-line.

PALAVRAS-CHAVE: Ciberfeminismo; análise de discurso; *hashtags*.

ABSTRACT: When the history of the construction of the Feminist Movement is taken into account, the advance of technologies and the use of digital social media reveal a new type of contemporary activism. Cyberfeminism makes possible new kinds of expression for gender equality: the use of the technical-discursive resource of hashtags may be singled out. Current research constructs and analyzes a text composed of the main commonest hashtags met on the network during 2014 and 2015. Concepts from Pecheux's Discourse Analysis and from Digital Discourse Analysis revealed the importance of hashtags. They actually characterize a new mode of activism that employs technological resources and discursive resources within online and offline milieus.

KEYWORDS: Cyberfeminism; Discourse Analysis; hashtags.

INTRODUÇÃO

Ao escolher o feminismo como tema principal para esta pesquisa, é preciso entender como o movimento se construiu ao longo dos anos, todas as provocações, discussões e lutas e como isso repercute nos dias atuais. O Brasil ocupa a quinta posição entre 83 países num *ranking* de

homicídios femininos, estima-se que, em 2013, foram registrados 4.762 feminicídios, e 50,3% desse total indica um familiar da vítima como responsável pelo crime (WAISELFISZ, 2015). A violência doméstica e todos os processos que ela carrega historicamente são um dos vários pontos em que o movimento feminista atua. A criação de delegacias especializadas no atendimento à mulher, assim como a realização de conferências e elaboração de leis foram fruto do tensionamento causado na luta pelos direitos das mulheres.

A presença de desigualdades, opressões e violência na história da mulher ao longo dos séculos impulsionou o surgimento o movimento feminista. Em um período cheio de revoluções pela igualdade de direitos civis, as mulheres também encontraram uma forma de demonstrar sua indignação através de um movimento de caráter social. O processo de tomada de consciência sobre qual era o papel da mulher na sociedade foi acontecendo concomitantemente ao seu progresso nas lutas pela equidade.

A história do movimento feminista foi dividida em três partes, chamadas de “ondas”. A primeira ocorreu inspirada na Revolução Francesa e contou com a reunião da classe operária feminina em busca de seus direitos básicos e a criação do movimento sufragista, que lutava pelo direito ao voto para todas; a segunda onda é marcada pela questão do direito ao prazer do corpo feminino e pela necessidade de trazer à esfera política as questões veladas no ambiente privado, como a violência doméstica. Já a terceira onda vem com o intuito de discutir as peculiaridades que cada luta tem, ao considerar aspectos como raça, classe social e religião (ALVES; PITANGUY, 1995).

Discutir pautas como a pornografia de vingança e a maternidade compulsória são alguns dos temas que o feminismo da atualidade tem trazido para perto. As discussões têm chegado em diversos âmbitos e sobre variadas reivindicações. O movimento tornou-se plural – feminismos –, defendendo que é necessário enxergar a mulher em sua classe, raça e orientação sexual, entendendo que o feminismo branco não tem as mesmas pautas que o feminismo negro e lésbico, por exemplo.

O ativismo adquire novo caráter com o avanço das tecnologias e a utilização das mídias sociais digitais como ferramenta para diversos usos do cotidiano do século XXI, o que provoca deslocamento no uso que se faz da linguagem, sobretudo quando se pensa em sua função como prática social. Os movimentos sociais ganharam novo cenário com linguagem própria para atuar e relacionar-se (COSTA-MOURA, 2014). O ciberativismo, modo como esse tipo de ativismo digital é chamado, possibilitou uma maior abertura de manifestações e discussões sobre os

temas propostos, assim como também conseguiu atingir mais pessoas e possibilitou novas formas de organização de coletivos.

Nesse novo cenário surge também o ciberfeminismo, que conta com as plataformas virtuais para tonar-se visível e proporcionar debates variados sobre todos os aspectos que perpassam o movimento em toda sua pluralidade. As variadas formas de expressões que são possíveis através da internet fazem surgir um novo movimento que utiliza imagens e corpos, com ou sem escritas, como forma de manifestação e produção de sentido. Segundo Paveau (2014), essa é a quarta e nova onda do feminismo.

A partir disso, algumas plataformas digitais, com destaque para o Twitter, são palcos para o ativismo manifestar-se de forma rápida e abrangente. Nesse contexto, surge a utilização da *hashtag*, uma ferramenta de busca que o site desenvolveu para reunir todas as menções de uma palavra ou frase após o uso do símbolo cerquilha (#). Tendo em vista que a utilização das *hashtags* tem sido frequente em diversas campanhas de caráter feminista na rede e que tais “palavras de ordem” têm funcionado como elementos fundamentais na tessitura de um discurso digital, compreender o discurso ciberativista feminista e analisar o uso de *hashtags* em campanhas feministas que ocorreram nos anos de 2014 e 2015 no Twitter é a principal demanda desta pesquisa que utilizará como pressuposto teórico-metodológico a Análise de discurso (PÊCHEUX, 2009).

Tendo em vista o cenário apresentado, faz-se necessário discutir sobre essas novas formas de ativismo, os efeitos que produzem, já que se trata de fenômeno emergente e ainda com pouca produção científica. Há algumas análises acerca de campanhas específicas, entretanto, nenhuma pesquisa que se proponha a compreender em um único gesto analítico a emergência de todas as *hashtags*, entendendo o fenômeno enquanto um acontecimento discursivo. Sendo assim, para chegar ao objetivo final desta pesquisa, é preciso primeiramente entender como as tecnologias tomaram lugar no cotidiano das pessoas e têm cada vez mais se tornado um instrumento fundamental para expor opiniões, interagir com o mundo e obter novas informações de maneira rápida.

O LUGAR DO DIGITAL

A tecnologia na contemporaneidade tem sido uma parte importante da vida das pessoas, o fácil e rápido acesso a diversas informações faz com o que o modo com que nos relacionamos com os outros se modifique. Cultura digital é um termo novo, emergente, que vem sendo apropriado por diferentes setores e incorpora perspectivas diversas sobre o impacto das tecnologias digitais e da conexão em rede na sociedade. Alguns autores, entretanto, não veem o digital como outra cultura, mas como um artefato cultural, um elemento que faz parte da cultura, compreensão que leva à consideração do *online* e do *off-line* como elementos não separados (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2013, p. 42). É nesta última perspectiva que nos situamos nesta pesquisa.

O Twitter é uma das plataformas digitais que exemplificam uma relação não dicotômica entre o real e o virtual, a barreira entre o público e privado torna-se mais frágil, o que era de tal âmbito passa a ser publicado e, através dessa plataforma, é acessado por inúmeras pessoas ao redor do mundo. A plataforma blogging Twitter é um site que permite a formação de textos com no máximo 140 caracteres a partir da pergunta “o que você está fazendo?” (RECUERO, 2009). O site abre a possibilidade de qualquer pessoa no mundo criar uma conta (ou várias) e começar a interagir, postando em sua página. Embora não haja nada que direcione o conteúdo das publicações, percebe-se que o uso que é feito da plataforma, na maioria das vezes, tem relações com conteúdos políticos emergentes. Nesse sentido, Silveira (2015) fala sobre como a entrada nessa rede social já é carregada de significações políticas, visto que a interação global e a sua visualização são fenômenos que o Twitter proporciona.

Por ser uma ferramenta que permite textos curtos e de rápida postagem e circulação, o Twitter tornou-se um site marcado pelo ativismo e por discussões políticas. Um recurso importante que pertence à plataforma é o uso das *hashtags*, que, segundo Dioguardi (2014), são recursos de escrita econômica que começaram no Twitter e migraram para outros ambientes digitais com o intuito de proporcionar buscas no próprio ambiente sobre determinados assuntos através de hiperlinks.

Tais recursos gráficos têm como objetivo reunir todas as postagens que utilizam essa mesma “palavra de ordem” (HUSSON, 2015) ou expressão, formando um hiperlink e permitindo o que Paveau (2013c) chama de redocumentação, ou seja, a possibilidade de reunir todas as postagens por meio de uma *hashtag*. De um modo geral, o recurso pode ser definido como:

Le hashtag est un segment langagier précédé du signe #, utilisé principalement sur le réseau de microblogging Twitter. Cette association en fait un tag cliquable, inséré manuellement dans un tweet et permettant d'accéder à un fil. Le hashtag est une convention mise en place par les usagers du réseau (Kwak et al. 2010). C'est une forme langagière dont la fonction est essentiellement sociale, permettant l'affiliation diffuse (ambient affiliation) des usagers, la technoconversationnalité et l'investigabilité (searchability) du discours (PAVEAU, 2013a, p.1)¹.

Na mesma linha de pensamento acerca desse recurso chamado pela autora (PAVEAU, 2013b) de “tecnodiscursivo”, por mesclar um recurso tecnológico e também da ordem do discurso, Husson (2015) afirma que a *hashtag* tem a função de indexar e fazer referência a um conteúdo, tornando mais fácil sua redocumentação, a partir da qual um clique em cima da palavra pode levar a uma infinidade de publicações que utilizaram o mesmo comando como sinalizador do conteúdo escrito. Para além disso, as *hashtags* podem ser vistas como recurso discursivo que cria desdobramentos que articulam o conteúdo a outros disponibilizados em rede, materializando diferentes domínios de memória por meio de um arquivo digital.

Desse modo, podemos dizer que o uso da *hashtag* consegue ultrapassar as barreiras da divisão relacionada ao universo *online* e *off-line*, produzindo uma materialidade que sinaliza uma prática social distinta no uso da linguagem, prática essa que vai se alterando conforme os usuários passam a utilizá-la. Com o advento do ativismo nas redes, o recurso tecnodiscursivo, que antes era de uso restrito do ambiente digital, agora passou a fazer parte de manifestações fora dela. Escrever mensagens em cartazes utilizando *hashtags*, tirar fotos e postar nas mídias mostra como o movimento no *online* e *off-line* acontece, ainda que sem a mesma função, já que não há o desdobramento em um *hiperlink* se não em um meio digital.

A partir dessa reflexão, é possível dizer que a *hashtag* vai além de um mecanismo de busca multimidiático, mas funciona como “palavra-argumento” (HUSSON, 2015) capaz de organizar uma série de textos e colocá-los “em relação”, materializando domínios de memória, ao articular o conteúdo a outros elementos disponibilizados na rede. Por outro lado, a *hashtag* pode ser compreendida também como uma forma de circunscrever os sentidos (SANTOS, 2017),

¹ A *hashtag* é um segmento de linguagem precedido do símbolo #, utilizado principalmente na rede de microblogging Twitter. Essa associação torna uma tag clicável, inserida manualmente em um *tweet*, permitindo acessar uma rede. A *hashtag* é uma convenção colocada em uso pelos usuários da rede. É uma forma de linguagem cuja função é essencialmente social, permitindo a afiliação dos usuários, technoconversação e a investigação/busca do discurso (tradução nossa).

como se o autor fizesse uma síntese do conteúdo que foi dito por meio das palavras-chave e deixasse claro a qual memória se liga o conteúdo do que acabou de dizer.

Desse modo, compreender o funcionamento da *hashtag* discursivamente é fundamental para a análise que pretendemos realizar das campanhas feministas nos ambientes digitais, uma vez que se torna um elemento organizador sustentado e estruturado por uma memória discursiva que produz efeito ao ser considerado em uma cadeia de produções discursivas. A fim de situarmos esse recurso dentro de uma perspectiva discursiva, apresentamos, em seguida, alguns pressupostos fundamentais da Análise de Discurso de linha francesa (PÊCHEUX, 2009) e da Análise do Discurso Digital (PAVEAU, 2013c).

A ANÁLISE DE DISCURSO E A ANÁLISE DO DISCURSO DIGITAL

Para a Análise de Discurso (AD), o discurso é efeito de sentido entre os interlocutores (PÊCHEUX, 2009), pois, segundo Orlandi (2010, p. 30), “não se trata de transmissão de informação apenas, pois, no funcionamento da linguagem, que põe em relação sujeitos e sentidos afetados pela língua e pela história, temos um complexo processo de constituição desses sujeitos e produção de sentidos (...)”. Linguagem em uso, portanto, fruto de prática social.

Ao entender como os dizeres não são apenas informações e mensagens decodificadas, também é possível perceber como os sentidos são produzidos em algumas condições, que abrem margem para possível compreensão do analista. Nesse sentido, são fundamentais em uma análise discursiva, as condições de produção, que se referem ao contexto imediato em que um enunciado é produzido (quem fala, para quem fala, o que fala, em que contexto fala), mas também às condições sócio-histórico-ideológicas que estão na base dessas produções. Ainda, é preciso dizer que uma análise discursiva se dá pela mobilização de um aparato teórico em função do *corpus* que se analisa. Assim, “a teoria está na base das análises que, por sua vez, retroalimentam a teoria” (INDURSKY, 2008, p. 9). Desse modo, alguns conceitos que foram utilizados na análise desenvolvida serão discutidos, a seguir.

Um conceito fundamental do dispositivo teórico da AD é o interdiscurso, que diz respeito ao conjunto de todas as produções discursivas, aquilo que “fala antes”, o já-dito que sustenta as palavras e forma os dizeres, tornando-os repletos de sentidos (ORLANDI, 2010). A memória é o elemento que estrutura o enunciado, pois as palavras significam pela história e pela língua (ORLANDI, 2010), de forma que o que é dito em outro lugar também significa nas “nossas”

palavras. O que o sujeito sabe sobre seu dizer não é o suficiente para compreender todos os sentidos que estão presentificados ali. Todos os dizeres se encontram entre a constituição do sentido (a memória), e a formulação do que estamos dizendo naquele momento dado. “No interdiscurso fala uma voz sem nome, pois para que minhas palavras façam sentido elas precisam já ter feito sentido antes ao serem ditas (e já esquecidas) por um sujeito” (ORLANDI, 2010, p. 34). Diferentemente do interdiscurso, que organiza o eixo da constituição de um discurso, o intradiscurso materializa a relação com os discursos efetivamente produzidos, estando, portanto, no eixo da formulação (ORLANDI, 2010).

No batimento entre a constituição e a formulação, a AD considera, ainda, que a utilização da linguagem nunca é neutra, mas opera a partir da ideologia, assim os sentidos das palavras ditas são perpassados por elementos da língua e da história, sendo a ideologia que promove essa ligação. Pensando que a ideologia é a condição para a construção dos sentidos e do sujeito, sua função é produzir evidências e colocar o homem na relação imaginária com suas condições de existência. Com isso, é possível concluir que o sentido é determinado pelas posições ideológicas e é construído a partir de um processo sócio-histórico (ORLANDI, 2010). Esse processo é materializado na linguagem a partir das Formações Discursivas (doravante FD), ou seja, o conjunto de enunciados do que pode e deve ser dito a partir de uma posição ideológica (PÊCHEUX, 2009).

Para Pêcheux (2009), o discurso se forma a partir de uma memória. Como já mencionado neste trabalho, a memória discursiva é algo que já foi dito antes, recortada de um domínio de dizeres, e produz sentido e continua orientando novos discursos. Orlandi (2010), ao discutir o conceito, apresenta ainda um outro: o de memória metálica. A autora afirma que esta é possibilitada pela mídia e pelas novas tecnologias de comunicação, não faz parte de um processo histórico e tem como característica a grande produtividade, organizando uma rede de acúmulos, juntando vários discursos, constituindo-se em um grande arquivo digital. Em contrapartida, a memória discursiva se produz pela historicidade e pelo esquecimento, não podendo ser recuperada materialmente, a não ser pelo retorno em outros enunciados, uma vez que se coloca como eixo discursivo, possibilitando a emergência de novos dizeres.

Partindo disso, Paveau (2013c) desenvolve três noções para falar sobre o que chama de memória digital: a hipertextualidade, o traço ou presença digital e a redocumentação. Esses três elementos constituem o que a autora chama de tecnodiscurso:

La technologie discursive est l'ensemble des processus de mise en discours de la langue dans un environnement technologique. C'est un dispositif au sein duquel la production langagière et discursive est intrinsèquement liée à des outils technologiques en ligne ou hors ligne (ordinateurs, téléphones, tablettes, logiciels, applications, sites, blogs, réseaux, plateformes...) (PAVEAU, 2013b, p.1)².

Essa noção permite que palavras se tornem indexadores de uma memória discursiva no campo digital, ao fazer uso de recursos tecnológicos e discursivos ao mesmo tempo, não equivalendo, portanto, ao conceito de memória metálica, mas se valendo desse conceito para propor novos desdobramentos. Essa articulação tem sido estruturada pelo grupo da professora Marie-Anne Paveau, a partir do que ela chama de Análise do discurso digital (*Analyse du discours numérique-ADN*). Tal campo de estudos pretende, a partir de uma posição pós-dualista, que não considera a dicotomia *online/off-line*, compreender os discursos nativos *online*, ou seja todas as produções discursivas que surgem a partir do uso da internet (PAVEAU, 2015).

Dessa perspectiva teórica, aliada aos pressupostos da AD (PÊCHEUX, 2009), é possível pensar, ainda, no conceito de acontecimento discursivo, passando a compreendê-lo no âmbito digital. Acontecimento discursivo pode ser conceituado como: “(...) uma série heterogênea de enunciados, funcionando sob diferentes registros discursivos, e com uma estabilidade lógica variável” (PECHÊUX, 2008, p. 29). O acontecimento resulta de uma memória e uma atualidade, ele acontece quando ocorre uma irrupção na rede de filiações, fazendo com que a memória retorne e (re)produza novo sentido.

Sendo assim, o acontecimento das manifestações feministas via internet faz convergir um acontecimento linguístico (o uso das *hashtags*) e histórico, ou seja, um outro modo de enunciar dentro do movimento feminista. Pensando essa nova onda do feminismo como um movimento dissidente de como era realizada a luta e manifestação das mulheres antes das mídias sociais digitais fazerem parte do cotidiano, colocou-se o dispositivo teórico principal mobilizado neste trabalho: as noções de acontecimentos discursivo e enunciativo.

Fomos buscar em Indursky (2008) a distinção entre os dois conceitos. Para ela, nem toda enunciação dissidente dentro de uma FD pode ser considerada um acontecimento

² A tecnologia discursiva diz respeito ao processo de colocar em discurso a língua em um ambiente tecnológico. É um dispositivo no seio do qual a produção linguageira e discursiva está intrinsecamente ligada às ferramentas tecnológicas *online* ou *off-line* (computadores, telefones, tablets, softwares, aplicativos, sites, blogs, redes, plataformas) (tradução nossa).

discursivo. Desse modo, a autora lança mão da noção de acontecimento enunciativo que pode ser caracterizada como a instauração de uma nova posição, um novo modo de enunciar sentidos, mas fazendo com esses novos saberes convivam com os antigos, pois este acontecimento não é excludente, visto que permanece dentro da mesma FD.

Por outro lado, a apropriação de um elemento tecnodiscursivo- a *hashtag*- e, portanto, de uma FD tecnológica, por outra FD, que chamaremos de FD digital, pode ser considerada um acontecimento discursivo, uma vez que presentifica uma passagem de um modo de se relacionar com a tecnologia que produz efeitos para os sujeitos e para a rede de sentidos. Os efeitos decorrem das novas posições-sujeito. Assim, as *hashtags* que foram sendo lançadas são parte de um processo discursivo que se apropria desse recurso tecnológico juntamente com outras materialidades- corpos nus, cartazes, etc- por meio de uma rede de sentidos que não mais separa o que é da ordem do *online* e do *off-line*, mas os considera juntos, via de mão-dupla. A tecnologia não é mais só memória metálica, lugar de reprodução, mas faz parte das produções discursivas. Esse percurso é o que pretendemos demonstrar a partir das análises das *hashtags* e das campanhas feministas no Brasil nos anos de 2014 e 2015.

COLETA DE DADOS NA PLATAFORMA TWITTER

O ano de 2014 foi marcado pelo início de manifestações de campanhas feministas na internet, e a partir delas o recurso da *hashtag* foi muito utilizado. Podemos pensar no delineamento que tais campanhas tiveram ao longo desses dois anos no Brasil, recorte que selecionamos pelo caráter de repetibilidade e pelo efeito na ordem dos discursos em torno dos movimentos feministas no Brasil, nos últimos tempos.

A campanha *#eunaomereçoserestuprada* foi a primeira a surgir no país no ano de 2014, ela foi proposta como um ato de protesto contra os resultados de uma pesquisa realizada pelo IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada), o qual divulgava que mais da metade dos entrevistados (65%) concordaram com a afirmativa de que mulheres que usam roupas que mostram o corpo merecem ser atacadas. O movimento pediu para que mulheres postassem fotos suas (desnudas ou não) com os dizeres “eu não mereço ser estuprada” escritos no corpo ou papel e postassem nas redes usando a *hashtag* criada.³

³ Conforme descrição no link, a seguir: <<http://www.otempo.com.br/capa/brasil/campanha-eu-n%C3%A3o-mere%C3%A7o-ser-estuprada-mobiliza-usu%C3%A1rios-do-facebook-1.815822>>

Sensibilizada pelo medo que passava ao voltar para casa sozinha, nas ruas escuras de Porto Alegre (RS), a jornalista Babi Souza pensou como as mulheres juntas poderiam se sentir mais seguras e, assim, criou o #movimentovamosjuntas para mostrar como o medo de passar por uma situação de violência que as mulheres sentem nas ruas pode ser amenizado quando se encontra outra mulher na mesma situação. Incentivando a “sororidade”⁴ feminina, a campanha reúne relatos de mulheres que passaram por situações ameaçadoras e também que conseguiram ajudar ou foram ajudadas por outras nessas ocasiões.⁵

No mês de outubro de 2015, a página Think Olga começou a divulgar a *hashtag* #meuprimeiroassedio, que surgiu após uma participante de 12 anos do reality show Master Chef Junior ser alvo de comentários de cunho sexual feito por homens na plataforma do Twitter. Sendo assim, o site lançou a campanha para que, junto com a *hashtag* #meuprimeiroassedio, as mulheres se manifestassem sobre as primeiras violências que já sofreram. A campanha chegou até em níveis internacionais, com a *hashtag* traduzida para #firstharassment. Em poucos dias, foi contabilizado que a *hashtag* foi usada cerca de 82 mil vezes, sinalizando como é grande o número de mulheres que foram assediadas ainda enquanto criança ou muito jovens.⁶

Subsequente à campanha criada por Think Olga, a doutora em Relações Internacionais, Manoela Miklos, incomodou-se com o fato de que os homens têm protagonismo e lugar de fala mesmo quando escrevem sobre a luta das mulheres por direitos. Sendo assim, ela propôs a campanha #agoraéquesãoelas, em que dissemina a ideia de que os homens deveriam se calar e ceder seu espaço para que mulheres possam se expressar nas mídias.⁷

Ainda no mesmo mês de outubro, o ENEM (Exame Nacional do Ensino Médio) de 2015 trouxe uma questão na prova citando Simone de Beauvoir e falando sobre a luta por igualdade de gênero. O assunto foi abordado juntamente com o tema da redação daquele ano que trazia a discussão sobre violência doméstica no Brasil e gerou muita repercussão nas mídias sociais. O exame virou alvo de ódio e levantou nas redes sociais digitais a discussão do feminismo presente na sociedade, levantando a *hashtag* #machistasnãopassarão, que produzia o efeito de que machistas não conseguiriam realizar a redação no tema proposto e, conseqüentemente, não seriam aprovados no exame, assim como também produziam o efeito de que essas atitudes não seriam mais aceitas na sociedade (SANTOS, 2018).

⁴ Neologismo que significa “irmandade” entre mulheres.

⁵ Para mais informações, sugerimos o acesso ao site: <http://www.movimentovamosjuntas.com.br/>

⁶ Ver: <http://thinkolga.com/2015/10/26/hashtag-transformacao-82-mil-tweets-sobre-o-primeiroassedio/>

⁷ Conforme dados disponíveis em: <https://oglobo.globo.com/sociedade/e-importante-nao-permitir-que-direitos-conquistados-retrocedam-17993577>

A *hashtag* #meuamigosecreto surgiu no final do mês de novembro para marcar o dia 25, que é considerado o dia Internacional de Combate à Violência Contra a Mulher. A campanha veio com o propósito de mostrar como pessoas que aparentemente não são machistas podem ter atitudes machistas e o quanto tais atitudes podem parecer naturalizadas e veladas, ocorrendo nos mais diferentes contextos. O efeito dessa *hashtag* foi a exposição do machismo nas mídias sociais digitais, muitas vezes, com a exposição de situações bastante pessoais.⁸

Pensando na internet como mais um lugar em que as mulheres sofrem com o machismo e são ameaçadas, insultadas e assediadas, o site Think Olga criou a campanha #MandaPrints, com o objetivo de incentivar as mulheres a denunciarem as violências sofridas para órgãos responsáveis. Ela instrui as mulheres a tirarem *prints* do ocorrido e indica quais plataformas *online* podem ser usadas para realizar a denúncia.⁹

ANÁLISE DOS DADOS

A análise dos dados deste estudo parte de um gesto interpretativo que considera a junção das *hashtags* que mais circularam nas mídias sociais digitais em um período de dois anos (2014-2015), entendendo-as a partir de um fio discursivo estruturado por um determinado domínio de memória que se atualiza nesse acontecimento, trazendo elementos novos dentro do próprio movimento feminista. Nesse sentido, podemos dizer que o conjunto de todas as postagens unidas pelas *hashtags* formam um texto que se alia a uma memória sobre o feminismo, as relações de gênero etc, mas também inaugura uma outra discursividade, ao postular um novo formato de ativismo: o *online*.

Ao utilizar um recurso de busca nos ambientes digitais (e, portanto, oriundo de uma FD tecnológica), passa-se de uma FD à outra, uma vez que as *hashtags* feministas produzem efeito de palavras de ordem (HUSSON, 2015), e não somente mecanismo de busca para um arquivo digital. Com isso, os enunciados organizam uma memória metálica, conforme designação de Orlandi (2010), que se assenta em uma memória discursiva, atualizando a FD feminista, por meio de uma FD digital. A regularidade dessas postagens passa pela descrição rápida de uma situação vivida no âmbito pessoal, que, ligada pela *hashtag*, compõe uma memória coletiva,

⁸ Mais informações podem ser encontradas no endereço eletrônico: <http://epoca.globo.com/vida/experiencias-digitais/noticia/2015/11/meuamigosecreto-nova-campanha-na-internet-denuncia-o-machismo-nosso-de-cada-dia.html>

⁹ Para mais detalhes, acessar: <http://thinkolga.com/2015/12/08/mandaprints-porque-a-internet-odeia-as-mulheres/>

ligada à luta das mulheres, produzindo um efeito de que não se trata de um caso isolado, mas de situações que afetam cotidianamente todas as mulheres, sendo, portanto, pauta do movimento feminista.

Procurando compreender o uso das *hashtags* como um acontecimento dentro do movimento feminista, passamos a construir um texto com base na junção das principais campanhas lançadas no período selecionado para a análise. A primeira- #eunaomereçoserestuprada- foi proposta como uma resposta de descontentamento das mulheres quanto à opinião de alguns brasileiros. O uso do verbo “merecer”, quando nos voltamos aos seus traços semânticos, denota algo bom, pois usualmente quem merece, merece algo positivo, como um elogio, um presente etc., fazendo com que se construa a ironia de que o estupro seria algo dado (por merecimento) às mulheres pelos homens, detentores desse poder de estuprar “quem merece”. A ironia é condição para a produção da crítica social. É por meio dela que ressoa o discurso machista de que a mulher só é estuprada quando “dá motivo”.

Outro sentido que esse enunciado possibilita é o de culpabilização da mulher, uma vez que ela seria responsável pelo ato do estupro, sendo merecedora por ter feito algo que produziu (deu motivos para) a ação. Esses sentidos são possíveis mediante o vínculo a uma FD machista que interpela tanto homens quanto mulheres. Da mesma forma, o efeito de ironia é possível pela vinculação a uma outra FD, que, ao fazer uso do próprio recurso linguístico colocado em pauta pelos sujeitos filiados a uma FD machista, o invertem, produzindo sua negação.

Partindo dos sentidos que se atualizam em *hashtags* como as descritas acima, ao mesmo tempo em que há a interpelação e o assujeitamento, a partir do que Indursky (2008) chama de reduplicação da FD, há também diferentes tomadas de posição. Nesse sentido, o #movimentovamosjuntas surge como forma de resistência, a partir da vinculação a uma ideia de sororidade, partindo do pressuposto de que mulheres podem cuidar umas das outras, principalmente em casos de risco, como andando sozinhas, na rua, à noite. Alguns efeitos possíveis são, portanto, a união das mulheres e também a saída de um lugar de culpa, mas ainda se pressupõe que não há mudança por parte dos homens, de onde surge a necessidade de proteção entre as mulheres.

Na sequência, a *hashtag* #meuprimeiroassedio enuncia algo da ordem de um deslocamento no que se refere à culpabilização e mesmo à simples união de um grupo de mulheres, localizando a denúncia, de fato, do lado dos agressores. A campanha virtual acontece como uma resposta a um caso de assédio, a partir do qual as mulheres se mostram dispostas a contar

as histórias das primeiras violências que sofreram em suas vidas, mostrando como os casos de assédios são comumente invisibilizados e naturalizados na sociedade. O caráter de denúncia nessa campanha também mostra o deslocamento do lugar de culpa para o lugar de mulher que expõe. A grande repercussão dessa campanha nos diz sobre a necessidade das mulheres de falarem, questionarem e, acima de tudo, tornarem público como o assédio é presente em suas vidas desde muito jovens, fato que não se repete na vida dos homens. Destaca-se, nessa materialidade, o duplo caráter de repetição: o primeiro diz respeito à repetição trazida pelo relato de várias mulheres que se utilizaram da *hashtag* (o que produz o efeito de coletividade, de que o assédio ocorre com muitas mulheres); e o segundo se materializa na utilização do determinante “primeiro”, ao lado do substantivo assédio, que caracteriza a repetição desse acontecimento na vida de uma mesma mulher, de modo que é possível que ela narre, nesse momento, o seu “primeiro” assédio, o que indicia a existência de vários outros.

A partir da inversão das condições de produção: ou seja, de um enunciado que surge em resposta a um fato ocorrido (um caso específico de assédio, por exemplo, como na última *hashtag* analisada) para outro que surge em função da percepção de uma falta de espaço das mulheres em locais onde elas deveriam ter lugar de fala, a campanha #agoraéquesãoelas dá continuidade a esse movimento de união das mulheres e de deslocamento de seus lugares anteriores para o de requerentes de seus direitos. Coloca-se em pauta, portanto, o direito das serem vistas e consideradas como sujeitos que enunciam, podem dizer por si. A campanha produz um efeito de representatividade e de luta por protagonismo, ancorada em uma memória do movimento feminista da primeira onda o qual afirma que são as próprias mulheres que devem ter a palavra quando se trata de falar sobre elas.

Nesse mesmo fio discursivo, a *hashtag* #machistasnãopassarão coloca em cena uma outra posição do discurso aliada a uma FD feminista, que permite compreender o conteúdo de uma prova (ENEM) que aborda saberes emergentes e que é realizada por grande parte da população brasileira como algo relacionado à pauta feminista. Essa leitura é possível, tanto por parte das pessoas que se identificam como das que não se identificam com essa FD, pela ligação a dois elementos presentes nessa prova: a figura de Simone de Beauvoir e a menção ao tema da violência contra a mulher. Um efeito dessa campanha é o de que o movimento feminista se tornou mais forte e visível, protagonizando a luta das mulheres até mesmo em lugares institucionalizados, como a avaliação em questão. Ainda, a ambiguidade na construção do enunciado que compõe a *hashtag*, conforme analisado por Santos (2018), demonstra as

consequências por ser machista: a de não “passar” nessa prova que dá acesso ao ensino superior e a de não mais ser tolerado na sociedade. O efeito de “não passar” na prova ancora-se em um domínio de memória, ligado ao pré-construído de que quem não possui conhecimentos suficientes para discorrer sobre o tema, não seria capaz de produzir um texto e, portanto, não seria aprovado. Obviamente, são silenciados, nessa afirmação, os outros motivos igualmente decisivos como critérios de avaliação: também não passarão pessoas que não souberem escrever, formular um texto, etc.

A campanha #meuamigosecreto chegou também com caráter de denúncia, mostrando novamente as situações cotidianas de violência às quais as mulheres estão submetidas. Por outro lado, essa campanha externalizou a singularidade de cada caso, mostrando que cada mulher com sua história pode compor um coletivo que tem o mesmo objetivo, o de expor o que acontece quando se é mulher na sociedade. Na mesma esteira do #meuprimeiroassedio, essa campanha enfatiza, além do caráter de repetição das situações pelas quais as mulheres passam, o fato de que as violências se dão pela ação de pessoas próximas, do convívio cotidiano e que, diferentemente do que se reproduz a partir da intervenção de um discurso patologizante, são pessoas comuns, não monstros ou doentes. Assim, utiliza-se de forma irônica a expressão “meu amigo”, que dá o caráter de proximidade, contudo, a designação complementada pela palavra “secreto” ainda indicia a impossibilidade de nomeação, tendo vista implicações, inclusive, jurídicas.

Não há como não recuperar a memória da brincadeira das festividades de final de ano, em que se usa a expressão “meu amigo secreto” para iniciar uma narrativa em que são enumeradas as características de alguém que não se pode divulgar, inicialmente, e que foi escolhido por meio de sorteio, para que os outros participantes da brincadeira adivinhem quem é. Há uma quebra na previsibilidade discursiva, uma vez que, na brincadeira, são enumeradas características positivas e, na campanha em questão, são narradas situações surpreendentes, não esperadas. O efeito mais imediato dessa estratégia enunciativa é a desmistificação da figura do agressor, identificando-o com qualquer pessoa, alguém próximo e das relações cotidianas. Outro aspecto diz respeito à singularidade, que se presentifica no relato de situações específicas e particulares, as quais, entretanto, em seu conjunto, considerando o próprio uso da *hashtag* enquanto um elemento da memória metálica e digital, produzem um efeito de coletividade, ao referenciar-se a uma luta que é de todas.

Por fim, a última *hashtag* analisada- #MandaPrints- pode ser compreendida como uma materialidade que reúne elementos de todas as outras já mencionadas nesta análise, já que organiza dizeres relacionados à denúncia, necessidade da organização das mulheres de modo coletivo, busca de protagonismo nas ações e ainda a apropriação dos recursos tecnológicos como prova dos crimes cometidos pelos homens, sobretudo na internet. Essa campanha faz uso (e, portanto, junta-se à memória) de diferentes situações em que os recursos tecnológicos são utilizados para expor as mulheres, como nos casos de *porn revenge*, em que homens divulgam imagens e vídeos íntimos, sem o consentimento das suas ex-parceiras, como forma de vingança.

#MandaPrints dialoga intradiscursivamente e interdiscursivamente com o enunciado “manda nudes”, que está relacionado à solicitação de imagens íntimas por meio dos mecanismos tecnológicos (fotos ou vídeos de partes ou do corpo nu). Nesse sentido, e tomando por base essas condições de produção, a *hashtag* convoca as mulheres a fazerem uso do mesmo recurso, o *print* – estratégia em que é capturada em forma de imagem tudo que está presente na tela – para obter prova material de situações de assédio, ameaças, entre outras situações de violência vividas pelas mulheres e possibilitadas pelo uso da internet.

Ao tomar todas as *hashtags* analisadas como um grande texto, além do texto já composto pelo caminho que pode ser recuperado por meio da redocumentação de cada *hashtag*, podemos perceber um movimento que vai da resposta à acusação de que mulheres são culpadas das situações de abuso pelas quais passam – #eunaomereçoserestuprada–, passando pela organização das mulheres de maneira coletiva, como forma de se defender – #movimentovamosjuntas–, deslizando para um caráter de denúncia e desnaturalização das violências sofridas cotidianamente – #meuprimeiroassedio, #meuamigosecreto e #mandaprints –, e para a solicitação do protagonismo das mulheres –#agoraequesaoelas– e das consequências para os sujeitos que não compartilham das pautas feministas –#machistasnaopassarao.

Com isso, efetuando-se um gesto de leitura que reúne todos os enunciados em um mesmo texto, faz-se necessário considerar esse movimento a partir do conceito de memória trazido por Pêcheux, sobretudo na revisão que faz em seu texto *O Discurso: estrutura ou acontecimento* (2008). A noção de memória discursiva passa a ser compreendida por meio do batimento entre aquilo que retorna pelo pré-construído e, portanto, atualiza-se nos dizeres que são formulados e aquilo que se desloca a partir dessa mesma atualização, tendo em vista o caráter heterogêneo da língua, do discurso e do sujeito. O novo uso dos recursos linguísticos, em articulação com a história, produz nova prática social.

Desse modo, retornamos à proposta inicial de compreender o fenômeno do uso das *hashtags* nas campanhas feministas. O aparato teórico da AD nos permitiu mobilizar dois conceitos: o de acontecimento discursivo e enunciativo. Assim, compreendemos que a utilização das *hashtags* como recursos para campanhas, enquanto uma modalidade dentro dos discursos de uma FD feminista, são acontecimentos enunciativos, uma vez que esses podem ser compreendidos como diferentes tomadas de posição, de modo que não há ruptura, já que se mantêm no domínio da mesma FD. Já o acontecimento discursivo, tal como preconizado por Pêcheux (2008), prevê uma mudança de discursividade e, portanto, a passagem de uma FD à outra, ou, como complementou Indursky (2008), movimentação e reordenamento dos sentidos.

Assim, ainda que utilizar *hashtags* seja uma forma de ativismo feminista e esteja no mesmo domínio discursivo, quando consideramos a *hashtag* enquanto um recurso tecnológico-mecanismo de busca na relação com a memória metálica – e, assim, pertencente a uma FD da tecnologia, passamos a uma outra FD, que chamamos aqui de FD digital. Quando essa marca torna-se um recurso tecnodiscursivo, unindo-se a outras estratégias que são a divulgação na internet, o uso do corpo, cartazes e outras materialidades, não temos mais apenas um recurso tecnológico, mas uma marca que enuncia uma palavra de ordem e que, portanto, liga-se a outra memória, neste caso, a memória do feminismo e suas pautas. Temos uma junção de elementos que são da tecnologia com outros lugares enunciativos, o que instaura outro modo de dizer que não mais faz distinção entre o que pertence ao universo *online* e *off-line*.

Além disso, a *hashtag* coloca em pauta outro modo de produzir memória – uma memória metálica e discursiva, ao mesmo tempo, já que permite recuperar literalmente o conjunto que dizeres que utilizaram essa marca. Por outro lado, o conjunto de *hashtags* dialoga entre si, como demonstramos em nossa análise, o que só é possível por referência a uma memória discursiva. O movimento feminista, por sua vez, como movimento histórico, faz uso desses recursos, sendo também afetado por eles, de forma que o ativismo feminista passa para outro lugar – o virtual – o que produz efeitos diversos: alcança muito mais pessoas e, justamente por isso, ganha adeptas/os, mas também audiência contrária, o que se reverte em discursos de ódio.

Nesse sentido, a *hashtag* introduz também outro modo de pensar a noção de memória, materializando um sujeito que se produz entre o real e virtual, em uma posição pós-dualista, como trouxe Paveau (2015). Assim, podemos dizer que esse movimento vai além da FD feminista, embora produza efeitos nela também, visto que produz sentidos antes não existentes, prerrogativa essencial para a noção de acontecimento discursivo, como pontuou Indursky

(2008). Isso pode ser compreendido a partir da consideração de que o sujeito da tecnologia rompe com o seu domínio de saber (FD da tecnologia), simplesmente técnico(lógico), dando lugar a uma produção de sentidos que articula real e virtual.

A *hashtag* é marca dessa articulação, e a análise que trouxemos da sua utilização no movimento feminista materializa essa mudança, pois que faz uso desse recurso literalmente no ambiente virtual, por meio da *hashtag* como mecanismo de busca e de reunião de enunciados, mas também o leva para o real, utilizando-o em cartazes e até nos próprios corpos das ativistas, em campanhas que vão da rede para a rua. Por fim, o surgimento da Análise do Discurso Digital-ADN (PAVEAU, 2015) também pode ser um índice de uma mudança e, portanto, de um acontecimento discursivo, já que é preciso um novo campo do saber para dar conta de um outro modo de enunciar e produzir sentidos a partir do advento da internet.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo entender como as campanhas feministas que usaram o recurso da *hashtag* foram se compondo ao longo do tempo, mostrando como as pautas do movimento e suas manifestações formam ao todo um texto que produz sentido na relação com a história e a ideologia. No curso da história, sinalizamos a irrupção de um outro modo de produzir sentidos e sujeitos, pelo uso de recursos que as plataformas digitais e a internet possibilitaram.

Importante ressaltar como a utilização das *hashtags* tem como objetivo também a marcação do que se fala, como se fosse um sinalizador de que o texto que segue após o recurso versará sobre tal posicionamento/assunto. A relação das *hashtags* como demarcadoras é necessária pensando em como a plataforma Twitter é estruturada: podendo ser utilizados apenas 140 caracteres, esse espaço para se expressar pode ser insuficiente para uma manifestação clara, daí a importância da *hashtag* como sinalizador, a fim de se evitar a deriva.

A análise que apresentamos nos possibilitou perceber a importância das *hashtags* como materialização de um acontecimento discursivo, no sentido de Pêcheux (2008), e também um acontecimento enunciativo, conforme distinção proposta por Indursky (2008), dado que presentificam um novo modo de ativismo por meio das mídias sociais digitais, passando-se de um simples recurso tecnodiscursivo, para a composição de uma memória da/na FD feminista. Outro aspecto percebido na utilização das *hashtags* é que elas permitem a descrição de uma situação individual, que passa a constituir uma memória coletiva, de todas as mulheres, sendo

o fio discursivo que liga todos esses relatos e que também se liga à memória do próprio movimento feminista.

O novo modo de ativismo também se situa fora do ambiente digital, mas a ligação com o recurso da *hashtag* pode ser vista em diversas manifestações. São vistos cartazes que se apropriam dessa marca tecnodiscursiva (HUSSON, 2015), o mesmo acontece com as escritas nos corpos, que têm sido muito utilizadas nessa nova onda do feminismo (SANTOS, 2017).

Além disso, cada uma das campanhas liga-se às outras, uma vez que o recurso passa a se legitimar dentro da FD feminista, mostrando o percurso do texto que se forma ao falar da coletividade das mulheres, protagonismo feminino e denúncias de violências naturalizadas no cotidiano. A junção de todos esses assuntos mostra como a pauta feminista liga-se a uma memória que é agora recuperada de modo literal, na rede de aparente deriva no meio digital. Além disso, tais pautas ganham espaço nos jornais e outras mídias, indo do virtual ao real a partir de uma continuidade e não mais descontinuidade.

Por outro lado, a repetição, que é marca da memória e da própria noção de acontecimento, conforme caracterizou Pêcheux (2008), materializada pelo fato de serem lançadas diversas campanhas fazendo uso de *hashtags*, com mais ou menos visualização na rede, tem produzido um efeito de desmobilização, atualmente. Esse efeito não será discutido neste texto, mas pode ser compreendido a partir da própria característica do sujeito contemporâneo, afetado pelo que chamamos aqui de FD digital, de rapidez, fluidez, imediatismo.

Por fim, podemos dizer que a análise das campanhas feministas que possibilitou o gesto teórico-analítico demonstrado neste texto levou a algumas conclusões que podem ser resumidas do seguinte modo. Em primeiro lugar, entendemos que o efeito de texto que se dá no conjunto de todas as *hashtags* só é possível porque acessa uma memória que coloca esses dizeres na ordem do enunciável e se dá, portanto, pela repetição. Essa repetição assenta-se em uma memória metálica que materializa o fio discursivo de forma literal na rede. Contudo, isso só é possível porque ocorre em um contexto histórico que se caracteriza por um acontecimento que é a passagem do sujeito da tecnologia, que faz uso dos recursos pertinentes a essa área, para um sujeito que a transforma e é transformado por ela. Dizemos isso para dar conta das relações que passaram a ser transformadas a partir do advento da internet.

Acreditamos que tal acontecimento ainda produz deriva, mas já apresenta mudanças significativas: fronteiras entre *online* e *off-line* se tornam mais fluidas, novas relações espaço-temporais; novas formas de interação e até novas formas de ativismo, como a que discutimos

neste trabalho. Assim, a compreensão de uma marca tecnodiscursiva, como a *hashtag*, só pode se dar em um domínio específico que é o do que Paveau (2015) chamou de discurso nativo *online*, pois se trata de um recurso de base tecnológica que passa a modificar formas de enunciar.

Desse modo, podemos dizer que o gesto analítico-discursivo que trouxemos neste texto, ao analisar as *hashtags* de campanhas feministas, mostra um acontecimento enunciativo: uma mudança de perspectiva dentro do próprio movimento feminista; e também exemplifica algo que possui relação com um acontecimento discursivo, que é a passagem de uma FD da tecnologia para uma FD digital, trazendo como efeito a transformação de um elemento puramente tecnológico, como a *hashtag*, para um elemento tecnodiscursivo, como nomeou Paveau (2015, 2016). Esse acontecimento discursivo transforma as relações de sentido e os sujeitos na relação com a linguagem como prática social.

REFERÊNCIAS:

ALVES, B. M.; PITANGUY, J. **O que é feminismo**. São Paulo: Abril Cultural/ Brasiliense, 1995.

COSTA-MOURA, F. Proliferação das *#hashtags*: lógica da ciência, discurso e movimentos sociais contemporâneos. **Ágora: Estudos em Teoria Psicanalítica**, v. 17, n. spe, p. 141–158, 2014.

DIOGUARDI, G. **Argumentação e redes sociais**: o tweet como gênero e a emergência de novas práticas comunicativas. 2014. 231 f. Dissertação (Mestrado em Filologia e Língua Portuguesa) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, São Paulo. 2014

FRAGOSO, S; RECUERO, R; AMARAL, A. **Métodos de Pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

HUSSON, A.C. *#ThéorieDuGenre, #Gender: deux hashtags à role argumentative*. **(Dis)cursives**: [Carnet de recherche], Jul/2015. Disponível em : < <http://cursives.hypotheses.org/170>>. Acesso em: 01. jul. 2016.

INDURSKY, F. Unicidade, desdobramento, fragmentação: a trajetória da noção de sujeito em Análise do Discurso. In: MITTMANN, S; GRIGOLETTO, E; CAZARIN, E. A (Orgs.). **Práticas discursivas e identitárias**: sujeito e língua. Porto Alegre: Nova Prata, p. 9-33, 2008.

ORLANDI, E. P. **Análise do discurso**: princípios e procedimentos. Campinas, SP: Pontes, ed. 9, 2010.

PAVEAU, M. “Hashtag”. **Technologies discursives**: [Carnet de recherche], Maio/2013a. Disponível em: <<http://technodiscours.hypotheses.org/?p=488>>. Acesso em: 29 maio 2016.

_____. Quand les corps s'écrivent. Discours de femmes à l'ère du numérique. Éric Bidaud. **Recherches de visages**. Une approche psychanalytique. Hermann, 2014. Disponível em : <<https://hal-univ-paris13.archives-ouvertes.fr/hal-01163501>>. Acesso em: 03. jun. 2016.

_____. “Technologie discursive”. **Technologies discursives**: [Carnet de recherche], 2013b. Disponível em: <<http://technodiscours.hypotheses.org/?p=277>>. Acesso em: 03 jul. 2016

_____. La mémoire numérique. Réflexivité et technodiscursivité. **La pensée du discours**: [Carnet de recherche]. Out/2013c. Disponível em: <<http://penseedudiscours.hypotheses.org/?p=8204>>. Acesso em: 03 jul. 2016

_____. L'intégrité des corpus natifs en ligne. Une écologie post dualiste pour la théorie du discours. **Cahiers de praxématique**, Publications de l'Université Paul Valéry, p.65-90, 2015.

PÊCHEUX, M. **O discurso**: estrutura ou acontecimento. Trad. Eni P. Orlandi. 5 ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2008.

_____. **Semântica e Discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. Trad.Eni Pulcinelli Orlandi et al. 4.ed. Campinas: Ed. da UNICAMP, 2009.

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SANTOS, K. A. dos. Corpos on-line: mulheres em discurso no ambiente digital. In: FLORES, G.B.B et al. **Discurso, cultura e mídia**: pesquisas em rede. Vol.2. Santiago: Ed. Oliveira Books, 2017, p.243-254.

_____. #Machistasnaopassarao: indícios do discurso feminista na rede. In: TFOUNI, L. V; PEREIRA, A. C; MILANEZ, N. **O paradigma indiciário e as modalidades de decifração nas Ciências Humanas**. São Carlos: EdUfscar, 2018, p.p.183-198.

SILVEIRA, J. **Rumor(es) e humor(es) na circulação de hashtags do discurso político ordinário no twitter**. 2015. Tese (Doutorado em Letras) - Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2015.

WAISELFISZ, J. J. **Mapa da Violência 2015**: homicídio de mulheres no Brasil. v.1, 2015.

