

Bela, recatada e do bar: memes de internet, política e gênero¹

Beautiful, demure and of the pub: internet memes, politics and gender

Rayza Sarmiento² e Viktor Chagas³

1 Uma versão anterior deste texto foi apresentada no VII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VII Compólitica).

2 Professora da Universidade Federal de Viçosa (UFV). Doutora em Ciência Política (UFMG). Coordena o Grupo de Pesquisa em Gênero, Comunicação, Democracia e Sociedade (GCODES). E-mail: rayzasarmiento@gmail.com.

3 Professor da Universidade Federal Fluminense (UFF). Doutor em História, Política e Bens Culturais do Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil da Fundação Getúlio Vargas (CPDOC/FGV). Pesquisador associado ao Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Democracia Digital (INCT.DD). E-mail: viktor@midia.uff.br.

Resumo

Neste artigo, a partir da observação das reações nos sites de redes sociais à reportagem publicada pela *Veja*, em 18 de abril de 2016, intitulada “Bela, recatada e do lar”, interessa-nos compreender como as internautas operacionalizaram crítica ironizando os adjetivos empregados para qualificar Marcela Temer. As cenas discursivas, construídas pelas mulheres que acionam a tríade de palavras da manchete, mobilizam questões caras ao feminismo, como o debate sobre a relação público/privado e horizontes em que a autonomia e autodeterminação das mulheres se constroem. Para testar essa hipótese, foram coletadas e analisadas imagens publicadas no Tumblr.

Palavras-chave

Feminismo, memes de internet, democracia.

Abstract

By verifying reactions on social network sites to the story published by *Veja Magazine* on April 18th, 2016, titled “Bela, recatada e do lar” (literally “beautiful, elegant and domestic”), we analyze how internet users operationalized criticism by means of irony concerning the adjectives employed to qualify Marcela Temer. The discursive scenes constructed by women who trigger the triad of the headline mobilize issues relevant to feminism, such as the debate about the relation between public and private and the horizons where autonomy and self-determination of women are built. To test this hypothesis, we collected and analyzed images published on Tumblr.

Keywords

Feminism, internet memes, democracy.

Introdução

Entre janeiro de 2011 e maio de 2016, o Brasil não teve primeira-dama. Quem ocupou o posto mais alto do executivo foi Dilma Rousseff, do Partido dos Trabalhadores (PT), a primeira mulher a assumir a Presidência da República. Durante o conturbado processo de seu impeachment, um texto jornalístico trouxe à tona debates sobre expectativas e julgamentos sociais acerca das mulheres. Dilma não estava explicitamente nas linhas da notícia, mas nas entrelinhas. Este texto analisa os memes de internet produzidos após a veiculação, em abril de 2016, pela revista *Veja*, da matéria intitulada "Bela, recatada e do lar", um perfil da ex-primeira-dama Marcela Temer, esposa do ex-presidente Michel Temer do então Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB). O contexto político nacional era marcado à época pelo processo de impeachment da petista. Rousseff ainda não estava afastada em definitivo do cargo, mas a imprensa já cogitava como seria o governo Temer e trazia à cena política a figura da "quase primeira-dama", a partir de atributos que valorizavam uma imagem de distanciamento em relação à esfera do poder e submissão aos papéis maternal e doméstico.

A apresentação de Marcela Temer aos brasileiros e brasileiras a partir daquele texto e das três palavras que lhe definiram não é singular se olharmos para o contexto internacional. Os estudos focados na forma como a imprensa realiza a cobertura das primeiras-damas salientam padrões similares. Nos Estados Unidos, atestam Finneman e Thomas (2014), as *first ladies* ainda encarnam as expectativas sobre as mulheres do país. São julgadas a partir do que se espera como um papel aceitável, encampando assim a divisão entre público e privado a que boa parte da teoria feminista se mostra crítica (PATEMAN, 1994; OKIN, 1989).

Entre as funções das primeiras-damas destacadas pela imprensa estão as de cuidadora da casa, responsável pelo cardápio, decoração e mobílias da residência oficial, devoção à maternidade (WATSON, 1998; BEASLEY, 2005; EDWARD; CHEN, 2000; SCHARRER; BISSEL, 2000), bem como envolvimento em "defesa de causas

sociais” (WATSON, 1998, p. 166), o que gera uma visibilidade midiática positiva para a própria atuação do presidente. Templin (1999) afirma que uma das funções principais é propagar a ideia da heterossexualidade do homem eleito.

Nas últimas décadas, o envolvimento das *first ladies* em campanhas, ou mesmo a atuação direta na política, como o caso de Hillary Clinton, tensionou essa cobertura. Hillary é tida como um ponto de inflexão diante das mulheres anteriores, mas é tratada de forma pejorativa. Foi colocada em oposição a Barbara Bush, narrada como a esposa que abriu mão de suas ambições pessoais para ser “a grande mulher atrás de um grande homem” (EDWARD; CHEN, 2000, p. 373). Essa cobertura corrobora a ideia de que quando elas se envolvem no fazer político (*policy making*), a mídia tende a ser mais crítica, dado que estão ocupando um lugar a que não eram tradicionalmente “destinadas” (BEASLEY, 2005; SCHARRER; BISSEL, 2000). Edward e Chen (2000) sustentam que a relação marital com os presidentes torna essas mulheres figuras públicas, mas todas as expectativas sobre elas recaem para que se mantenham fieis à esfera do privado. Segundo as autoras, mesmo não tendo sido eleitas, elas são frequentemente fiscalizadas.

A matéria supracitada da *Veja* sobre a “bela, recata e do lar”, deixa claras quais as expectativas sobre o papel das mulheres e de uma futura primeira-dama. O texto foca na sua rotina de cuidados estéticos e na devoção ao marido e filho. Entretanto, esse perfil sobre Marcela Temer não foi recebido sem resistência pelas mulheres brasileiras. Uma das respostas críticas a essa vinculação exclusiva aos espaços doméstico e familiar se deu sob a forma de uma série de memes de internet. As palavras da manchete foram convertidas em uma *hashtag* e trouxeram à tona debates sobre a relação entre as mulheres e a vida pública.

Neste artigo, interessa-nos compreender, junto da literatura feminista, como as internautas operacionalizaram sua crítica ironizando os adjetivos empregados para qualificar Marcela Temer.

Para realizar essa discussão, coletamos 339 posts do Tumblr⁴, integrantes da curadoria prévia de um coletivo virtual⁵, e analisamos uma amostra dessas imagens a partir de dimensões como: o uso do corpo; a desconstrução de comportamentos públicos associados às mulheres apresentadas nas peças visuais; e a ocupação de espaços historicamente associados aos homens. Procuramos discutir os principais pontos levantados pela literatura a respeito das expectativas sociais construídas em torno do papel das mulheres na política, bem como avaliar de que modo os memes políticos e sobre a política têm sido empregados como recursos de crítica social e ativismo.

Feminismo, ativismo e memes de internet

O feminismo, em suas múltiplas faces, denuncia há décadas a pouca presença das mulheres em espaços políticos, sobretudo os eletivos e decisórios. Com exceção dos países nórdicos, é sabido que temos uma sub-representação feminina nos espaços políticos formais. Os dados da União Interparlamentar (UIP) atestam que, para os parlamentos nacionais, foram eleitas, em 2016, no mundo todo, cerca de 23% de mulheres.

A baixa presença feminina na política se liga às desigualdades estruturais (YOUNG, 1990) com base nas quais as sociedades foram erigidas, com desvantagens para as mulheres. Isto é, não são apenas manifestações individuais que acompanham umas ou outras, mas uma construção histórica que limita o exercício pleno da autonomia feminina (BIROLI, 2013) e as associa diretamente ao que é entendido como privado ou não político (OKIN, 1989).

Pateman (1994, p. 22) afirma que “a estrutura de nossa sociedade e de nossas vidas cotidianas incorpora a concepção patriarcal de diferença sexual”,

4 Mais especificamente, da página “Bela, Recatada e do Lar”. Disponível em: <https://bit.ly/3dLbulM>. Acesso em: 8 jun. 2020.

5 A página do Tumblr “Bela, Recatada e do Lar” foi criada por um coletivo feminista anônimo. As imagens publicadas no blog foram enviadas voluntariamente por mulheres de todo o país. Ao trabalhar com estes conteúdos, reconhece-se o duplo caráter de mediação na amostra, já que não é possível afirmar que todas as imagens enviadas foram efetivamente publicadas. Entretanto, o fato de que a base de dados foi composta por imagens enviadas voluntariamente para publicação e compõe um conjunto coeso favorece a análise.

de forma que as atividades desempenhadas por mulheres e homens e as expectativas sobre suas formas de vida são diretamente impactadas por essa diferença. A autora pondera que a existência de uma esfera pública só ganha sentido se oposta à “sujeição natural que caracteriza o domínio do privado” (Ibid., p. 28).

Dessa forma, não só o sujeito mulher foi tornado parte de uma estrutura oposta ao público, mas várias questões que se ligam diretamente ao privado por muito tempo não foram alvo de discussões políticas ou problematizadas, como se fossem *naturais*. Foi assim, nos diz Okin (1989), que a família foi entendida como um espaço em que as desigualdades não se manifestam e em que as relações de poder são apagadas. Entre essas atividades, destacam-se principalmente o uso diferenciado do tempo, o cuidado com a família e a maternidade, sendo que “a responsabilidade prioritária das mulheres pelas crianças é reforçada, por exemplo, pela ausência ou exiguidade da licença-paternidade” (BIROLI, 2014, p. 42).

Essas dimensões terão implicações diretas nas construções simbólicas sobre os papéis que as mulheres podem desempenhar, especialmente nas esferas formais de poder e decisão. Os meios de comunicação, em especial o jornalismo, são agentes que colaboram para a reprodução desses padrões (ROSS, 2002; SARMENTO, 2017).

Enquanto movimento político, os feminismos brasileiros, em suas diferentes configurações, atuam para a desconstrução dessas barreiras físicas e simbólicas (PINTO, 2003). A atuação política, desde as campanhas pelo sufrágio, passando pelo aguerrido enfrentamento ao regime ditatorial e todo envolvimento, já no período democrático, de construção de políticas públicas fundamentais para as mulheres (ALVAREZ, 2014) evidencia que a luta pela ocupação desse espaço público é histórica no país. Mais recentemente, com a pluralização do movimento feminista, emergência de diferentes atrizes e formas de organização (ALVAREZ, 2014), a internet tem sido uma arena em que essas disputas se processam frequentemente, a partir do ativismo feminista on-line.

O que temos acompanhado recentemente, no Brasil e em outros países do mundo, nas plataformas digitais de mídias sociais, deixa claro que coletivos

virtuais e movimentos sociais têm procurado reforçar o lugar da mulher no debate político. Trata-se não apenas de um questionamento sobre a competência desse papel feminino, mas também de uma redefinição desse mesmo ativismo. Sob forma de ações coletivas conectadas (BENNETT; SEGERBERG, 2012; SHIFMAN, 2014; CHAGAS et al., 2017), a atuação desses coletivos nas mídias sociais tem reconfigurado a compreensão sobre os efeitos dos protestos políticos e atuado no limite entre o lúdico e o disruptivo, explorando a via da transgressão encenada por meio da brincadeira política (BENNETT, 1979). Entre 2015 e 2017, a internet brasileira viu ser popularizado um modelo de ação coletiva feminista baseada na produção de memes e depoimentos atrelados a expressões convertidas em *hashtag*⁶.

Tem-se como resultado uma experiência solidária e catártica, em que os muitos relatos ganham não somente reconhecimento, mas visibilidade, furam a fronteira dos laços fortes e alcançam novos públicos. É um gênero de meme que Shifman (2014) descreveria como de ação popular e cuja principal finalidade, como afirmam Chagas e Toth (2016), é demonstrar engajamento ao próximo. Neste tipo de conteúdo serial, o sentido das publicações é dado pelo conjunto, como se a leitura de uma peça visual em avulso não desse conta plenamente de seu propósito, mas o volume de interações ajudasse a compor todo o roteiro a partir de cenas discursivas independentes, como esquetes.

Neste gênero de meme, o humor não é um elemento imprescindível, se não pelo que Arthur Asa Berger (2012; Cf. SOSA-ABELLA; REYES, 2014; SHIFMAN, 2012) caracteriza como uma função de alívio e resistência, própria de indivíduos ou grupos minoritários. O saldo é percebido como uma experiência de ativismo

6 Memes são, de acordo com Shifman (2014), grupos de conteúdos digitais que compartilham um sentido comum e se materializam, com referência uns aos outros, sob a forma de imagens, vídeos virais e similares. Os memes de internet têm se constituído como um objeto prolífico de investigações e um campo emergente de pesquisa tem se originado a partir desses esforços. Vale lembrar que o conceito foi originalmente proposto por Richard Dawkins (1976), décadas antes do surgimento e da popularização da internet, e tinha por objetivo reconhecer o processo de reprodução cultural e difusão de ideias entre os indivíduos. Mais tarde, o conceito é apropriado e passa a designar conteúdos digitais que são passados adiante no âmbito das comunidades on-line. A leitura que é feita neste artigo sobre o conceito de meme parte desta ressignificação da categoria, e, portanto, abrange também a própria prática de disseminar conteúdos por meio de *hashtags*. *Hashtags* são marcadores virtuais que podem identificar assuntos ou permitir a recuperação de informações. Nos sites de redes sociais, como Twitter, Tumblr, Facebook, as *hashtags* se tornaram uma forma comum de identificar campanhas de ação coletiva, como #metoo, #meuamigosecreto e outras.

do cotidiano, capitaneado por uma palavra de ordem centralizadora dos discursos, que acaba por condicionar e constituir a própria audiência.

De acordo com Papacharissi e Oliveira (2012), o indexamento a partir de uma *hashtag* funciona como um noticiário “afetivo”, misturando emoção e opinião pessoal, a tal ponto que Hopke (2015) enxerga nesse processo a constituição de públicos específicos, conectados a partir da *hashtag*. Bennett e Segerberg (2012) identificam esses públicos como redes difusas, com “frouxa coordenação” e compostas por indivíduos movidos por seus interesses particulares e enquadramentos pessoais de ação.

Os memes de ação popular são aqueles que mais claramente estão associados a uma disseminação rápida da informação por meio da alternância entre ampliações e variações da mensagem pelos *fandoms* políticos (Cf. SANDVOSS, 2013). Além das ações coletivas feministas, como #belarecatadaedolar, outros movimentos similares têm levantado temáticas que discutem desigualdades, como a questão do racismo e da violência racial explorados pelo movimento #BlackLivesMatter (CARNEY, 2016). Mas é a profusão de campanhas de reconhecimento feminino que mais chama atenção para o emprego de memes como recurso tático.

As ações orquestradas por grupos feministas não são exclusividade dos coletivos e movimentos sociais brasileiros e nem se resumem à “política das *hashtags*”. Um dos primeiros registros de respostas satíricas femininas através de memes ocorreu em outubro de 2012, quando o candidato republicano à Presidência, Mitt Romney, respondeu a uma pergunta sobre desigualdade salarial feita por uma eleitora durante um debate televisivo. O candidato então disse que procurou grupos de mulheres e pediu por indicações de profissionais qualificadas, ao que teria recebido “fichários cheios de mulheres” (“*binders full of women*”, no original). A expressão depreciativa foi rapidamente transformada em bordão e figurou em uma série de memes de discussão pública.

Banet-weiser e Miltner (2016) sustentam que a popularidade de diferentes ações coletivas feministas a partir de *hashtags* como #everydaysexism e

#bringbackourgirls veio acompanhada de uma resposta conservadora⁷. Não se pode negar, no entanto, a importância dessas ações coletivas feministas na construção de uma agenda para discussão sobre questões concernentes a desigualdades de gênero (RENTSCHLER; THRIFT, 2015; TAY, 2014).

O episódio que deu origem a #belarecatadaedolar é um claro exemplo de como funciona este tipo de ação coletiva conectada. Apesar de conformarem uma paisagem comum, as postagens pouco dialogam entre si. Trata-se de um amontoado de relatos pessoais que disputam diferentes enquadramentos de ação sob uma bandeira comum. A seguir, apresentamos em mais detalhes o corpus com o qual trabalhamos nesta investigação e descrevemos a metodologia empregada e os resultados encontrados.

Do lar ou do bar? Análise das imagens sobre #belarecatadaedolar

A partir da ideia dos potenciais políticos dos memes de internet para ação coletiva, analisamos neste texto imagens que utilizaram a *hashtag* #belarecatadaedolar durante o período em que a campanha se desenrolou. Apresentamos no tópico seguinte a descrição geral sobre o corpus analisado e, posteriormente, a dimensão qualitativa dessa discussão, focada no uso do corpo e das atitudes e atividades praticadas pelos sujeitos das postagens.

Descrição geral do corpus e métodos de análise

A coleta das imagens foi realizada no dia 21 de abril de 2016, três dias após a publicação da matéria da *Veja* e um dia após a popularização do meme. A extração de dados foi realizada diretamente da Interface de Programação de Aplicações (API) do Tumblr por meio do script TumblrTools, ferramenta disponibilizada pela Digital Methods Initiative, laboratório da Universidade de Amsterdam.

7 Assim, para cada campanha como #YeasAllWomen (maio de 2014), #UnfollowAMan (julho de 2014), ou #IfIWereABoy (agosto de 2014), existem outras como #FeministAMovie (agosto de 2016), que cria paródias de títulos de filmes escarnecendo do feminismo através de estereótipos. De acordo com as pesquisadoras, a ênfase em elementos técnicos – como a justificativa pelo anonimato e a leniência aos *trolls* (PHILLIPS, 2020) – e legais – como as controvérsias geradas pelas *polícias* de plataformas digitais e serviços on-line – como componentes essenciais deste cenário de “misoginia conectada” ajuda a encobrir a “batalha normativa e cultural” de maior expressão (BANET-WEISER; MILTNER, 2016, p. 171).

Ressalte-se que as 339 imagens extraídas desta plataforma foram originalmente publicadas pela página do Tumblr “Bela, Recatada e do Lar” entre os dias 18 e 21 de abril, mantida por um grupo anônimo de apoiadoras do movimento. Em que pese o caráter coeso e a coerência interna da amostra, lidamos conscientemente com um viés editorial, que, por exemplo, limitou de forma explícita a publicação de imagens de nudes⁸, entre outros aspectos. Acreditamos, no entanto, que o fato de as imagens publicizadas terem sido enviadas intencionalmente por diferentes internautas – e não compartilhadas pelos responsáveis pela página a partir de contas pessoais alheias – minimiza questões éticas envolvendo a coleta deste material e favorece a leitura destes conteúdos como um acervo.

Os conteúdos retornados pelo script de coleta abarcavam um *dataset* com imagens e legendas a elas referentes. Foram, ao todo, 352 posts coletados, dos quais 28 não tinham qualquer legenda. Destes 352, eliminamos aqueles que continham outros formatos de mídia que não imagens JPEG (residualmente, havia vídeos e animações), restando então as 339 imagens. Para este artigo, a fim de realizarmos uma análise exploratória, trabalhamos com 143 dessas imagens, resultantes de um cálculo amostral, a 95% de nível de confiança e 5% de erro amostral. Os casos analisados foram selecionados a partir do comando *sample* no software Stata, que nos apresentou uma amostra aleatória simples sem repetição.

A codificação dos materiais foi feita a partir de dois operadores⁹. Nos casos em que houve divergência, foi buscado o consenso negociado. Construimos então um banco de dados a partir de variáveis como atitudes e atividades que aparecem nas fotos (se historicamente entendidas como femininas ou masculinas), a performatização de gostos e a instrumentalização do corpo, a afirmação ou desconstrução de padrões de beleza, entre outras questões. É preciso enfatizar que observamos necessariamente as imagens e não textos ou legendas que as acompanhavam. Este procedimento foi tomado apenas de modo

8 “Estamos preocupadas com a segurança das minas que estão mandando nudes. Afinal, punheteiro vingativo é o que mais tem na net. Se você mandou fotos sensuale (*sic*), aguarde nosso contato!”, dizem as instruções no topo da página.

9 Banco de dados e livro de códigos estão disponíveis para pesquisadores interessados mediante contato com os autores.

a facilitar a codificação, uma vez que os arquivos de texto e imagem resultantes da operação de coleta encontravam-se separados. Sempre, porém, que havia um texto sobreposto à imagem, no formato tradicional de meme conhecido como *image macro*, nós o levamos em consideração. Passemos aos dados descritivos mais gerais.

Nas imagens, a maior parte das pessoas retratadas possui uma expressão de gênero que as identifica social e historicamente sendo mulheres ou do gênero feminino (78,32%). Já 11,19% dos *posts* são compostos por imagens com poemas, grafites ou pessoas em que não é possível inferir uma expressão de gênero. Pessoas socialmente identificáveis como homens aparecem em 7,69% dos *posts* dessa amostra e em 2,8% estão grupos de pessoas compostos por homens e mulheres. Como não entrevistamos os(as) responsáveis pelas postagens, não podemos afirmar categoricamente o gênero dos sujeitos, mas o inferimos a partir da construção social dos padrões que nos identificam, estando cientes de que esta inferência pode cometer equívocos.

As imagens são, em sua maioria, de pessoas comuns (65,73%), com cerca de 30% sendo *selfies*. As *selfies* são o formato de meme mais acionado entre os materiais analisados. Isso aponta para uma dupla interpretação. De um lado, a condição de letramento midiático como determinante para a expressão desses grupos. Como Chagas et al. (2017) relatam, entre os memes publicados durante os debates televisivos em 2014, há pouca ou nenhuma incidência de formatos clássicos como o *image macro* (imagem legendada), o *look-alike* (comparações entre dois personagens ladeados), o *exploitable* (montagem com sobreposição de imagens) e outros. O curto espaço de tempo para a produção, no caso de uma ação coletiva que se desenvolve simultaneamente a um acontecimento (o chamado “tempo real”), dificulta a elaboração de formas mais sofisticadas de apresentação. Nessas situações, os formatos mais simples são geralmente mais acionados.

Por outro lado, na análise dos debates eleitorais, poucas *selfies* foram encontradas, o que nos leva a supor que haja outra especificidade em #belarecatadaedolar que explique essa ocorrência acentuada. A hipótese que

aventamos é de que memes de ação popular investem sobremaneira na natureza pessoal das postagens, e as *selfies* seriam expressão maior dessa natureza, pela própria perspectiva em primeira pessoa. Outras ações coletivas conectadas em mídias sociais se tornaram famosas pelo mesmo aspecto, como o movimento #Blackout (LAURO, 2016), que reúne fotos de negros(as) e propõe a afirmação da beleza negra nos sites de redes sociais; e outro meme feminista, #FeministsAreUgly, que satiriza a compreensão comum de que mulheres feministas não seriam bonitas ou seriam desleixadas, a partir de imagens em primeira pessoa de mulheres sensuais e bastante “produzidas” (MOSS, 2014).

É preciso registrar ainda na amostra a presença de pessoas famosas, na política e em outros espaços como os de entretenimento, bem como de personagens animados, caricaturas, personagens da ficção e similares. Essas aparições correspondem a 16,2% da amostra (Figura 1)¹⁰. As referências à cultura pop e ao mundo do entretenimento são um elemento normalmente muito mobilizado em memes de internet que flertam com a política (TAY, 2012; CHAGAS et al., 2017). Entretanto, num caso como este, percebemos que são minoria, diante da ampla quantidade de sujeitos ordinários.



Figura 1: Cantora Beyoncé

Fonte: Página do Tumblr “Bela, Recatada e do Lar”.

10 Conforme mencionado, a maior parte das imagens é pessoas comuns. Optamos, por razões éticas, por não adotar, neste artigo, imagens em que essas pessoas pudessem ser identificadas diretamente por meio de seus rostos ou traços físicos, e também preferimos não utilizar nenhum tratamento de imagens para suprimirmos ou censurarmos elementos de identificação dessas imagens.

Outro dado relevante para compreensão desse conjunto de conteúdos é de que, na amostra analisada, apenas 20% dos *posts* trouxeram o enunciado, ou seja, a expressão “bela, recatada e do lar”, explicitamente na imagem (Figuras 1 e 2) e cerca de 7% desses apresentaram variações enunciativas. O uso dessas variações ficará mais claro na análise qualitativa adiante. É importante registrar, no entanto, que este tipo de parodização é muito comum em memes de internet, e comumente identificado como um padrão frasal ou um *snowclone*, uma espécie de fórmula sintática, que substitui os termos por outros que os satirizam.

Em #belarecatadaedolar, cada um dos três termos era reconfigurado para a problematização pretendida, normalmente garantindo que o resultado não alterasse a métrica dos dizeres. É digno de nota que, na maior parte das variações, a primeira chave da expressão, “bela”, foi preservada textualmente, ainda que seu sentido fosse traduzido visualmente em questionamentos aos padrões de beleza vigentes. Algumas variações do enunciado original “bela, recatada e do lar” disponíveis na amostra são: “bela, desbocada e do bar”; “belas, recatadas e do lar”; “bela, recatada e do mar”; “bela sim! Recatada e do lar só quando eu estiver a fim!”; “bela rê-catada e do bar”; “bela relaxada e do mar”; “bela, recatada e dólar”; “bela, recatada e do lar!”; “bela, empoderada e participante da vida pública”; “mulheres inteligentes, arrojadas e livres”; e “belo, recatado e do lar”.



Figura 2: Variação enunciativa com a foto do então presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha (PMDB) e sua esposa, Cláudia Cruz, acusados de corrupção

Fonte: Página “Bela, Recatada e do Lar”.

Desconstruções a partir do meme

A amostra analisada é pródiga em demonstrar que o meme #belarecatadaedolar emerge a partir da problematização de uma das três palavras, de pares delas ou de seu conjunto. Os sujeitos que contribuem para a ação coletiva coordenada se utilizam da sátira e da ludicidade para desconstruir o discurso da *Veja*, de que a vivência feminina deve girar em torno da moral privada e do cuidado com a beleza, sempre no âmbito doméstico.

Para tomarmos como exemplo, em 32,87% das imagens há uma evidente preocupação em se afirmar a beleza natural da mulher, problematizando o padrão de beleza imposto culturalmente. E em 70,63% das imagens há implícita uma crítica ao padrão de comportamento feminino. Essas duas formas de problematização saltam aos olhos. A primeira gira em torno da exposição corpo, que questiona a ideia expressa pelo binômio *bela-recatada*. As imagens investem em fotos em que a protagonista aparece segura de sua beleza em que há certa sensualidade ou uma atitude em que a mulher se afirma.

A segunda forma de problematização se coloca a partir dos lugares e atividades visíveis nas fotografias ou ilustrações. O *lar*, como essa vinculação ao privado, é tencionado a partir de atitudes, espaços, comportamentos que não são historicamente associados às mulheres, nem às comuns, nem às primeiras-damas.

Esses dois modos de explorar a crítica à reportagem são usados a partir de um humor cínico que mobiliza de forma recorrente uma experiência de reconhecimento intersubjetivo, construindo laços entre os enquadramentos pessoais.

O corpo

As imagens analisadas trouxeram (52,45% do total), mulheres (em 89,33% destas) ou homens exibindo o rosto ou o corpo, seja de forma sensual, com nu ou vestindo roupas íntimas, seja chamando a atenção para uma expressão facial ou corporal específica. São mulheres comuns ou mesmo celebridades, em fotos caseiras, coloquiais ou eventualmente produzidas, que colocam o corpo para responder à ideia veiculada na revista. A vivência da sexualidade de forma livre,

expressa nas imagens está alinhada com intensas e antigas discussões sobre gênero e corporalidade (Figura 3).



Figura 3: Foto de uma mulher nua sem exibição do rosto

Fonte: Página "Bela, Recatada e do Lar".

Conforme pontua Maria Luiza Heilborn (1997, p. 47), a corporalidade não é um dado apenas físico, está inscrita na cultura e nas relações sociais, de modo que "a nossa sensação física passa, obrigatoriamente, pelos significados e elaborações culturais que um determinado meio ambiente social nos dá". O corpo masculino pode se expressar de formas não socialmente permitidas para o feminino, basta lembrar toda a polêmica que se deu em torno da amamentação em lugares públicos. É tencionando esses limites e permissões que o meme #belarecatadaedolar se coloca.

Esse uso do *corpo questionador* tem sido objeto de reflexões de estudos mais recentes, preocupados com cenas de ativismo como a Marcha das Vadias, que nos ajudam também a ler a ideia do meme em questão. Gomes e Sorj (2014, p. 437) resumem o papel da expressão corporal nesses eventos como um "suporte de comunicação" ou um "corpo-bandeira".

Para as gerações anteriores de feministas, a autonomia sobre o corpo aparecia atrelada às reivindicações pela descriminalização do aborto, pelo planejamento familiar e pela saúde da mulher. Para as gerações contemporâneas, o corpo assume um significado mais amplo. Ter autonomia sobre o corpo extrapola o tema do controle da reprodução e da saúde e a articulação de políticas públicas correspondentes, e passa a se referir

principalmente a um modo de experimentação do corpo que, embora não prescindia de transformações na política, na cultura e nas relações interpessoais, é vivenciado como subjetivo. (GOMES; SORJ, 2014, p. 438)

O corpo é também utilizado para friccionar o estereótipo da mulher recatada e que não se posiciona, em contraste com as atitudes provocativas e desafiadoras que as protagonistas das imagens empreendem. As demonstrações mais recorrentes apelam para o gesto que coloca em riste o dedo médio, cuja incidência é de 7,75% dos casos. O motivo fálico, tido como uma crítica enérgica, evoca uma mulher que não é passiva, mas senhora de si. A língua para fora, o beijinho no ombro, caretas de reprovação ou de afirmação também compõem o mesmo cenário.

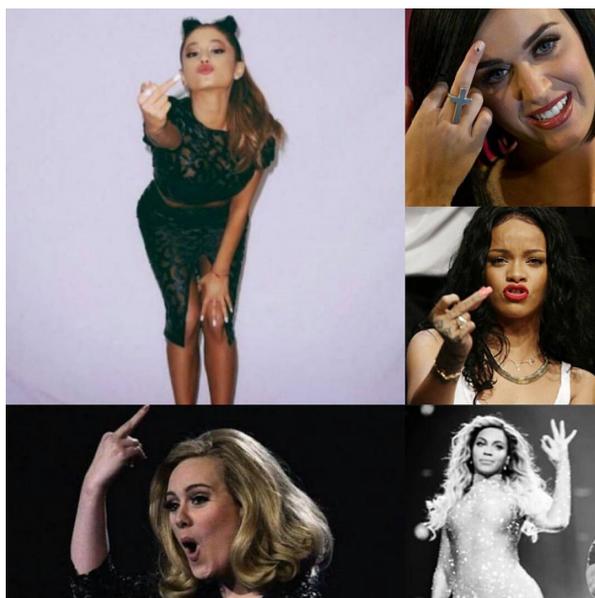


Figura 4: Painel com montagem de artistas famosas exibindo o dedo médio

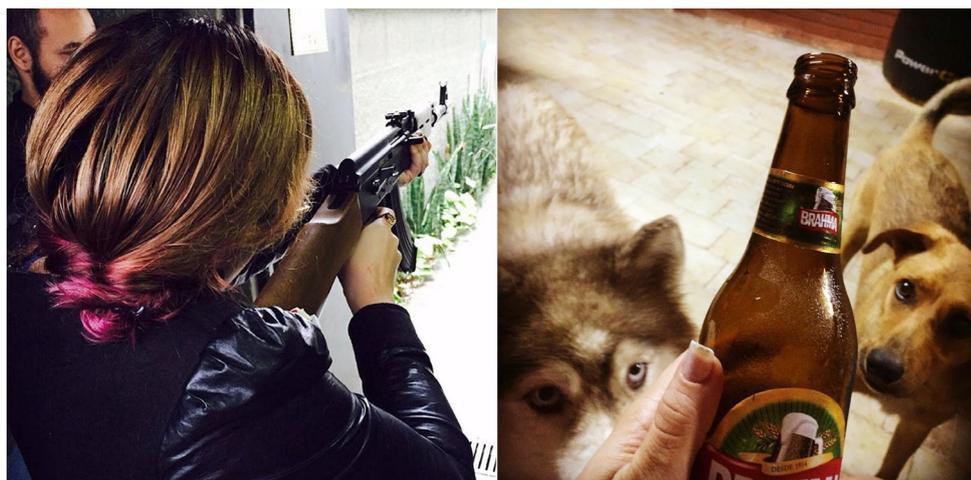
Fonte: Página "Bela, Recatada e do Lar".

Os espaços e as atividades

Outra dimensão da problematização realizada pelo meme está ligada aos espaços historicamente destinados às mulheres e homens. É aqui que a ideia do "lar" como lugar-fim das mulheres é ironizada. É interessante retomar parte do debate sobre público/privado da teoria feminista para entender as desconstruções operadas pelas imagens.

Na discussão clássica de Pateman (1994, p. 203) sobre “as mulheres, os escravos e os escravos assalariados”, a autora afirma que junto com o contrato de casamento (não apenas o legal) é instituída também a divisão sexual do trabalho. “O trabalho doméstico não é ‘trabalho’ [...] não é incluído nas medições da produtividade nacional”. Ou seja, o que se faz dentro de casa não conta, naturalizando assim as funções da esfera doméstica como sendo femininas.

Se Marcela era “do lar”, o meme foi utilizado por mulheres para subverter essa localização. Em 41,96% das imagens, é possível visualizar mulheres em atitudes que são associadas mais aos homens, tais como a prática de determinados esportes, o consumo de álcool e a própria participação na política (Figura 5).



Figuras 5: Imagens que ressaltam comportamentos tipicamente associados aos homens

Fonte: Página “Bela, Recatada e do Lar”.

O álcool, em especial, é um elemento que aparece com muita frequência nas imagens da amostra. Postagens de mulheres com copos de cerveja ou outras bebidas alcólicas foram comuns. Uma ideia de transgressão em um espaço e uma atividade – beber – que é identificada, ainda nos dias de hoje, como mais masculina.

Dado o contexto de publicação da matéria da *Veja*, outra forma de desconstruir os adjetivos foi a partir da relação da participação das mulheres na vida pública,

como ilustram as imagens abaixo. A esfera da política, em especial, com fotos e ilustração da então presidenta Dilma Rousseff compuseram essa amostra.

Mesmo com o direito garantido de votar e serem votadas, com a reserva de vagas exigida na lei eleitoral, as mulheres são minoria nos cargos eletivos representativos. A pouca presença delas na disputa eleitoral não está ligada à má vontade individual com a política, reforçam os estudos feministas, mas a todos os processos que já citamos de experiências de socialização que as afastam desse domínio (MIGUEL; BIROLI, 2014).

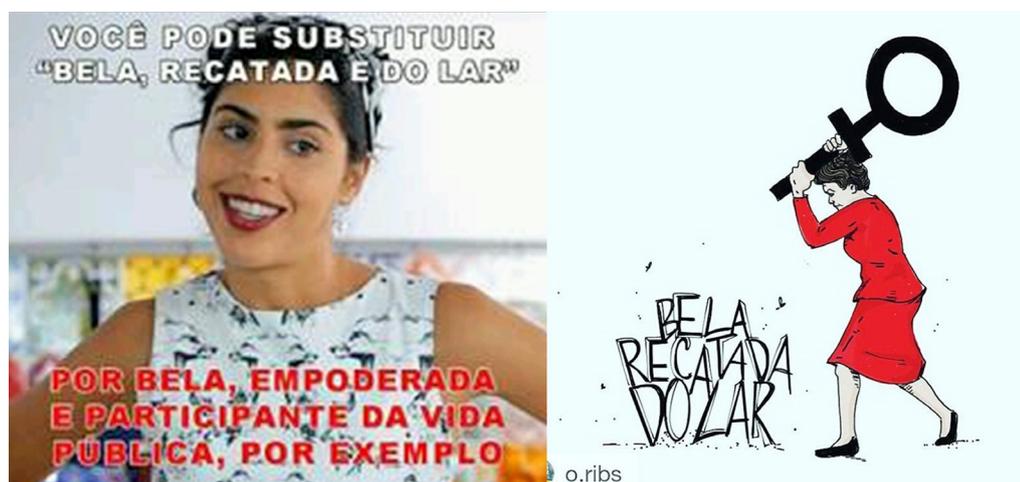


Figura 6: Imagens que ressaltam a participação feminina na política

Fonte: Página "Bela, Recatada e do Lar".

Também foi possível perceber em cerca de 15% dos posts, imagens com atividades consideradas como mais próximas das mulheres, tais como cozinhar, executar serviços de limpeza e cuidado doméstico. Quando essas atividades aparecem no meme elas são representadas mais por homens (45,45%) do que por mulheres (40,91%). Em vários desses posts, os homens estão vestidos com roupas entendidas como femininas ou com maquiagem, desvelando como certas atividades se ligam a um universo diferente do deles.



Figura 7: Imagem que ressalta a performatização por um homem (famoso) de atividades tipicamente associadas às mulheres

Fonte: Página "Bela, Recatada e do Lar".

O uso do humor

A aparição de sujeitos masculinos nas imagens é também responsável por outro elemento que Shifman (2012) identifica como comum em memes de sucesso na internet, uma "masculinidade imperfeita". Esse componente é evidente em 8,39% das imagens. O que, à primeira vista, parece um dado controverso, ganha destaque ao percebermos que em torno de 83% dos casos em que homens são protagonistas das imagens, sua masculinidade é alvo de questionamento. Esse aspecto, em conjunto com o uso de imagens de pessoas "ordinárias", de simplicidade nos formatos, repetitividade e conteúdo prosaico, são precisamente os componentes destacados por Shifman (2012; 2014) capazes de explicar o sucesso de alguns memes.

Ao contrário da crença comum no que diz respeito aos memes de internet, porém, o lúdico nem sempre é marcadamente apresentado como componente essencial das imagens. Ainda assim, em 58,74% delas há um tom de evidente brincadeira, seja parodiando o título da reportagem, seja apresentando uma protagonista em poses teatralizadas e exageradas. Em outra avaliação importante, procuramos distinguir o modo pelo qual o humor é mobilizado em cada cena. Com base nas vertentes teóricas apresentadas por Berger (2012), tratamos de identificar

quais as leituras possíveis a partir das principais correntes de interpretação do humor descritas pelo pesquisador, que levam em consideração o aspecto: (1) do poder e da dominação; (2) da incongruência; e (3) do alívio ou do reconhecimento¹¹.

No primeiro caso, o humor é tido como uma espécie de ferramenta a serviço da opressão dos mais fracos, sempre a partir de estereótipos ou da depreciação da figura humana representada. Na amostra analisada, 15,38% das imagens apresentam este tipo de humor, das quais cerca de 80% se centram no questionamento da masculinidade de protagonistas homens.

O segundo tipo de humor se refere a uma discrepância entre a expectativa e a realidade, ou o que se espera e o que efetivamente é apresentado como motivo. A incongruência normalmente envolve o reconhecimento intelectual de seu dispositivo antes que o humor faça efeito, por isso, se ancora em falhas diante de tensões narrativas ou simplesmente em situações nonsense. Em #belarecatadaedolar, este tipo de humor pôde ser percebido em 57,34% dos casos analisados.

Por último, a função de alívio é a mais recorrente na amostra, aparecendo em 80,42% dos casos. Proveniente de uma interpretação psicanalítica do humor “essencialmente como agressão mascarada (frequentemente de natureza sexual)” (BERGER, 2012, p. 3), o alívio cômico encontra sua função social no reconhecimento intersubjetivo entre os atores, notadamente nos casos de piadas em que o sujeito de status inferior ri de seu superior ou de seus iguais, respectivamente como forma de resistência ou afirmação de laços. O paralelo mais imediato é com o humor judaico, “um meio efetivo de conter ou negociar com as dificuldades que [os judeus] encontraram ao tentar viver em sociedades em que frequentemente eram bastante hostilizados” (Id., Ibid.).

O achado ajuda a entender como memes de ação popular recorrentemente apresentam grande investimento em uma forma de humor que condensa reciprocidade e solidariedade, especialmente quando performada por minorias políticas, como no caso dos memes feministas. Em #belarecatadaedolar, apesar

11 As categorias foram operadas de forma não-excludente entre si.

de os conteúdos serem autônomos e independentes, disputando enquadramentos pessoais de ação, seu conjunto inspira pertencimento.

Considerações finais

Como procuramos demonstrar, as imagens presentes na amostra analisada compõem cenas discursivas que evidenciam problematizações a respeito do lugar que ocupa a mulher na política e na sociedade brasileira. A noção de cena discursiva apresentada neste trabalho procura enfatizar a dimensão performática e representativa evocada pelas imagens analisadas. Os memes caracterizam uma construção discursiva, na medida em que constroem representações satíricas da figura feminina, com o objetivo de proporcionar reflexões e questionamentos. Os principais questionamentos dizem respeito aos padrões de beleza e de comportamento impostos à expressão de gênero dos sujeitos, bem como ao debate entre o público e privado, já fartamente evocado pelas teorias feministas.

Os enquadramentos pessoais guardam propriedades e elementos comuns, tanto no que diz respeito aos usos do corpo e à performance de atividades e ocupação de espaços tipicamente associados ao gênero masculino, como no que tange à instrumentalização do humor. Sobre este último aspecto, o meme recorre a uma retórica investida de reciprocidade e solidariedade que se preocupa em demonstrar engajamento a partir da afirmação de narrativas que inspiram reconhecimento. Trata-se do princípio básico de uma ação coletiva conectada, expressa como meme de ação popular.

Nesse sentido, a reação popular à reportagem da *Veja* sugere a importância de atentarmos às manifestações coletivas nas mídias sociais. Os resultados que apresentamos apontam para a necessidade de ampliarmos os estudos na interface entre Comunicação e Política no que tange ao comportamento não apenas de coletivos articulados, mas também do internauta casual (ALDÉ, 2011) diante deste novo modo de protestos virtuais. Estudos relacionados à dimensão social da política presente nos memes de internet, especialmente acerca de questões de gênero, ainda carecem de maior reflexão.

Referências

ALDÉ, A. O internauta casual: notas sobre a circulação da opinião política na internet. *Revista USP*, São Paulo, n. 90, p. 27-41, 2011.

ALVAREZ, S. Para além da sociedade civil: reflexões sobre o campo feminista. *Cadernos Pagu*, Campinas, n. 43, p. 13-56, 2014.

BANET-WEISER, S.; MILTNER, K. #MasculinitySoFragile: culture, structure, and networked misogyny. *Feminist Media Studies*, Londres, v. 16, n. 1, p. 171-174, 2016.

BEASLEY, M. Looking Ahead. In: BEASLEY, M. *First ladies and the press: the unfinished partnership of the media age*. Evanston: Northwestern University Press, 2005. p. 237-258.

BENNETT, W. L. When politics becomes play. *Political Behavior*, Berlim, v. 1, n. 4, p. 331-359, 1979.

BENNETT, W. L.; SEGERBERG, A. The logic of connective action. *Information, Communication & Society*, Londres, v. 15, n. 5, p. 739-768, 2012.

BERGER, A. A. *An anatomy of humor*. Nova Jersey: Transaction Publishers, 2012.

BIROLI, F. *Autonomia e desigualdade de gênero: contribuições do feminismo para a crítica democrática*. Vinhedo: Horizonte, 2013.

BIROLI, F. *Família: novos conceitos*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2014.

CARNEY, N. All Lives Matter, but so does race: Black Lives Matter and the evolving role of social media. *Humanity & Society*, Thousand Oaks, v. 40, n. 2, p. 180-199, 2016.

CHAGAS, V.; FREIRE, F.; RIOS, D.; MAGALHÃES, D. A política dos memes e os memes da política: proposta metodológica de análise de conteúdo de memes dos debates eleitorais de 2014. *Intexto*, n. 38, p. 173-196, 2017.

CHAGAS, V.; TOTH, J. Monitorando memes em mídias sociais. *In: SILVA, T.; STABILE, M. (orgs.). Monitoramento e pesquisa em mídias sociais: metodologias, aplicações e inovações. São Paulo: Uva Limão, 2016.*

DAWKINS, R. *The selfish gene*. Oxford: Oxford University Press, 1976.

EDWARDS, J.; CHEN, H. R. The first lady/first wife in editorial cartoons: rhetorical visions through gendered lenses. *Women's Studies in Communication*, Boulder, v. 23, n. 3, p. 367-391, 2000.

FINNEMAN, T.; THOMAS, R. First ladies in permanent conjuncture: grace coolidge and "great" American womanhood in the New York Times. *Women's Studies in Communication*, Boulder, v. 37, n. 2, p. 220-236. 2014.

GOMES, C.; SORJ, B. Corpo, geração e identidade: a Marcha das Vadias no Brasil. *Revista Sociedade e Estado*, Brasília, DF, v. 29, n. 2, p. 433-447, 2014.

HEILBORN, M. L. Corpo, sexualidade e gênero. *In: DORA, D. D. (org.). Feminino masculino: igualdade e diferença na justiça. Porto Alegre: Sulina, 1997. p. 47-57.*

HOPKE, J. Hashtagging politics: transnational Anti-Fracking Movement Twitter practices. *Social Media + Society*, Thousand Oaks, v. 1, n. 2, p. 1-12, 2015.

LAURO, I. *Blackout Day: um estudo sobre novas formas de engajamento online*. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Estudos de Mídia) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, Rio de Janeiro, 2016.

MIGUEL, L. F.; BIROLI, F. *Feminismo e política: uma introdução*. São Paulo: Boitempo, 2014.

MOSS, R. #FeministsAreUgly – women take selfies to prove feminists can be hot, but aren't they missing the point? *Huffington Post*, Nova York, 8 ago. 2014. Disponível em: <http://bit.ly/2qg0Q29>. Acesso em: 30 abr. 2017.

OKIN, Susan. *Justice, gender, and family*. Nova York: Basic Books, 1989.

PAPACHARISSI, Z.; OLIVEIRA, M. F. Affective news and networked publics: the rhythms of news storytelling on #Egypt. *Journal of Communication*, Oxford, v. 62, n. 2, p. 266-282, 2012.

PATEMAN, C. *O contrato sexual*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1994.

PHILLIPS, W. A casa que a Fox construiu: Anonymous, espetáculo e ciclos de amplificação. In: CHAGAS, V. *A cultura dos memes: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital*. Salvador: Edufba, 2020.

PINTO, C. *Uma História do feminismo no Brasil*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003.

RENTSCHLER, C.; THRIFT, S. Doing feminism in the network: networked laughter and the 'Binders Full of Women' meme. *Feminist Theory*, Thousand Oaks, v. 16, n. 3, p. 329-359, 2015.

ROSS, K. *Women, politics, media: uneasy relations in comparative perspectives*. Nova York: Hampton Press, 2002.

SANDVOSS, C. Toward an understanding of political enthusiasm as media fandom: blogging, fan productivity and affect in American politics. *Participations*, Newcastle, v. 10, n. 1, p. 252-296, 2013.

SARMENTO, R. *Das sufragistas às ativistas 2.0: feminismo, mídia e política no Brasil (1921 a 2016)*. 2017. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2017.

SCHARRER, E.; BISSELL, K. Overcoming traditional boundaries. *Women, Politics & Policy*, Londres, v. 21, n. 1, p. 55-83, 2000.

SHIFMAN, L. An anatomy of a YouTube meme. *New Media & Society*, Thousand Oaks, v. 14, n. 2, p. 187-203, 2012.

SHIFMAN, L. *Memes in digital culture*. Cambridge: MIT Press, 2014.

SOSA-ABELLA, M.; REYES, R. Political humor in comic strips: a comparative analysis between Oriental and Occidental approaches. *International Journal of Cultural Studies*, Thousand Oaks, v. 18, n. 2, p. 243-259, 2014.

TAY, G. Binders full of LOLitics: political humour, internet memes, and play in the 2012 US Presidential Election (and Beyond). *European Journal of Humour Research*, Krakow, v. 2, n. 4, p. 46-73, 2014.

TAY, G. *Embracing LOLitics: popular culture, online political humor, and play*. 2012. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – University of Canterbury, Christchurch, 2012.

TEMPLIN, C. Hillary Clinton as threat to gender norms: cartoon images of the first lady. *Journal of Communication Inquiry*, Thousand Oaks, v. 23, n. 1, p. 20-36, 1999.

WATSON, R. Incorporating the first ladies into the classroom. *The Social Studies*, Filadélfia, v. 89, n. 4, p. 165-170, 1998.

YOUNG, I. *Justice and the politics of difference*. Princeton: Princeton University Press, 1990.

Submetido em: 30 out. 2019 | aprovado em: 13 maio 2020