

Velha Roupas Coloridas: Hashtags Feministas e Novo Ativismo ¹

Ana Beatriz Brêtas²

Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

Resumo

Nos anos recentes um conjunto de estudos tem se ocupado em compreender como os movimentos sociais estão reconfigurando seus repertórios de ação a partir da internet. Esta pesquisa se propõe a somar esforços ao projeto partindo, porém, da perspectiva contrária. A partir de uma investigação histórica do feminismo pretende-se observar como elementos tradicionais da atuação coletivos políticos são tranpostos para os sites de redes sociais. Soma-se a isso a análise de 79 hashtags criadas no período de 2013 e 2015 que, categorizadas a partir do conceito de meme (SHIFFMAN, 2014), serão relacionadas as antigas práticas.

Palavras-chave: Feminismo; Hashtags; Memes; Pessoalização da política; Ativismo digital

Introdução

“#Soufeministapq a cada 12 segundos uma mulher é violentada no Brasil”

Usuária @bellaclh, twitter

Em fevereiro de 2016 esta e milhares de outras vozes femininas inundaram o site twitter, levando a hashtag #Soufeministapq aos Trending Topics da rede social. Não seria a primeira nem a última vez que veríamos emergir online uma manifestação deste tipo. Nos anos recentes, recorrentes têm sido as campanhas que através de múltiplas estratégias mobilizam questões sobre os direitos das mulheres. A partir delas, coletivos políticos têm impulsionado a discussão pública sobre a igualdade de gênero compondo, junto a outras iniciativas, o que os *media* chamam de “Primavera das Mulheres”.

O mapeamento feito neste trabalho identifica o começo destas ações nos anos de 2012 e 2013, ainda timidamente, em campanhas como #ForçaFran e #ChegadeFiuFiu. A

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultural Digital, XVII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação na Universidade Federal Fluminense. E-mail: anabretas@id.uff.br

prática ganha força ao longo do tempo e é em 2015 que surgem alguns dos casos mais emblemáticos, como #MeuPrimeiroAssédio e #MeuAmigoSecreto. Ambos tiveram ampla adesão na rede e repercussão na grande mídia brasileira e internacional.

Organizadas por coletivos, essas campanhas convidavam mulheres a utilizarem as respectivas hashtags para compartilharem em seus perfis nos sites de redes sociais histórias pessoais sobre machismo. #Meuprimeiroassédio reunia relatos sobre abuso sexual na infância e na adolescência, como resposta a comentários pedófilos enunciados na internet em relação a uma participante do MasterChef Jr. #Meuamigosecreto denunciava a opressão de gênero em suas múltiplas expressões.

Porém, ainda que muito populares, as hashtags que propunham ação coletiva não eram as únicas. Surgiram aquelas que reivindicavam direitos, pautavam novas representações, enunciavam laços entre as mulheres. #Chegadefiufiu, #Vamosjuntas, #Eunãomereçoserestuprada. Apareceram outras ainda nomeando coletivos, partidos³ e até campanhas fora da internet.

É sobre a propagação do formato hashtag feminista que este trabalho se detém. Desejamos observar de que maneira estas unidades culturais refletem repertórios do ativismo feminista pré-internet, que agora se transpõe para o novo meio. A partir deste estudo, pretendemos contribuir com as discussões sobre culturas políticas e internet.

Para isso, propõe-se a mapear e analisar hashtags mobilizadas desde de o ano de 2013. A partir das notícias de quatro veículos midiáticos, foram coletados 79 exemplos a partir dos quais deseja-se identificar padrões que nos permitam associá-las as já conhecidas estratégias de ação dos movimentos.

Para isso, partimos do entendimento de que estas hashtags podem ser investigadas por uma tipologias de memes de internet. Como conceituado por Segev et. al (2015), o termo Meme refere-se a um conjunto de conteúdos interconectados que se difundem a partir de uma combinação entre variação e repetição. Enquanto são reinterpretados e personalizados por seus múltiplos produtores, memes de uma mesma família conservam uma essência comum que os permitem serem lidos como um texto único (SHIFFMAN, 2014). Os autores da área identificam que, transcendendo os limites do humor, memes podem ser uma ferramenta de ação popular (ibid) caracterizando-se como nova forma de participação política (CHAGAS, 2016).

³ A filósofa Marcia Tiburi organiza atualmente a construção do partido feminista #apartida

O trabalho se inicia com uma discussão sobre ativismo digital. Em seguida, passa-se pelos movimentos feministas e sua relação histórica com as formas de atuação entendidas como de pessoalização da política (BENNET E SEGERBERG, 2013; ESTEVES, 2012; PAPACHARISSI, 2011). Por fim, propomos uma análise das hashtags coletadas e suas relações com os contextos mencionado.

“Hoje é antigo?": o ativismo digital

No campo da comunicação, a literatura acadêmica já explora a algum tempo as relações entre internet e política. Aldé (2011) separa em três momentos a produção sobre o tema. Num estágio inicial, as expectativas gerais eram positivas com análises que destacavam os potenciais de pluralização do discurso político no novo meio, assim como de aumento da participação cidadã através das iniciativas de e-governo e cidadania eletrônica.

Com o passar do tempo as pesquisas passam a atentar-se também para a manutenção da velha política no ambiente virtual, isto é: para a reprodução de lógicas midiáticas massivas e pouco democráticas. Finalmente, análises mais recentes complexificam esses olhares procurando dar conta das apropriações que diferentes agentes fazem das mídias digitais.

Fazendo o esforço de acompanhar os novos estudos, esta pesquisa posiciona-se na interseção entre as possibilidades oferecidas pela internet e o seu uso cultural, que é sempre perpassado por tradições. Voltam-se nossos olhares para a manutenção de velhas formas de fazer política também nas práticas dos movimentos sociais. Nossa intenção aqui não é a de tecer juízos de valor em relação aos ganhos ou perdas da persistência, mas a de perceber como significados socialmente compartilhados se transpõe para novos meios de comunicação, tingindo suas capacidades técnicas e sendo simultaneamente por elas alterados.

Como proposta de estudo Van Lear e Van Aelst (2009), dividem as práticas ativistas que dialogam com o meio digital em dois grupamentos: ações auxiliadas pela internet (internet-supported) e ações baseadas na internet (internet-based). O primeiro tipo diz respeito a formas de ativismo que já existiam antes das mídias digitais, mas foram de alguma forma alavancadas por sua chegada. Constituem esse grupo, por exemplo, campanhas de doação financeira para organismos como a WWF, que ganham força a

partir de sites e plataformas de crowdfunding (CHRISTENSEN, 2011; KLIGER-VILENCHICK et al., 2012; AMARAL, 2015) ou manifestos de rua que multiplicam suas adesões a partir dos mecanismos de organização disponíveis nos sites de redes sociais.

O outro conjunto, definido como de ações baseadas na internet, diz respeito a estratégias de ativismo que precisam das mídias digitais para existirem. Alguns exemplos são ações políticas hackers (COLEMAN, 2012), prática de flooding e spamming, como no Vomitação⁴ e campanhas mobilizadas através perfis pessoais de usuários.

No texto citado acima Gabriela Coleman (2012) já aponta uma perspectiva que se soma a deste trabalho ao traçar um histórico de experiências similares aos hackeamentos, feitas em meios de comunicação anteriores, como telefones e ondas de rádio. Entretanto, considerando que as hashtags coletadas são predominantemente relativas as chamadas campanhas político-personalizadas das redes digitais, gostaríamos de nos aprofundar sobre os estudos que as circundam.

Este modelo de atuação é conceituado pelos escritores Bennet e Sergerberg (2012), que o chamam de modelo de ação-conectiva. Os autores o atrelam a novas dinâmicas culturais que surgem no período pós-industrial. Segundo sua análise, esse momento histórico foi responsável por descobrir formas de encarar a política que não mais se relacionam com a associação a instituições e partidos.

A noção desta ruptura é revisitada por Lizbet Van-Zoonen (2012), que usa o neologismo Eupistemologia (Epistemologia do eu) para explicar um processo de contínua descrença nos discursos mobilizados por instituições. Na interpretação da autora, os indivíduos hoje estão propícios a considerar mais relevante o saber baseado em experiências pessoais (ibid).

Outros estudos da comunicação, usarão o termo pessoalização da política ou narcisismo político (PAPACHIRISSI, 2011; VAN ZOONEN, 2012) para definir estas formas insurgentes de engajamento. Bennet e Segerberg, (2012) entendem, como consequências práticas desta mudança de perspectivas, a inovação do repertório de mobilização política dos movimentos sociais.

A partir das possibilidades técnicas das mídias digitais, os coletivos estariam criando campanhas que convidam os cidadãos a se engajarem em atos políticos dando suas opiniões pessoais, partilhando vivências íntimas ou conteúdos personalizados sobre

⁴ Vomitação foi uma ação espontânea mobilizada durante o Impeachment na rede social facebook, na qual milhares de usuários comentaram com o emoji de vômito nas páginas de Michel Temer e do PMDB.

uma pauta comum. Neste processo, o protagonismo político que antes era vinculado as instituições é passado para os manifestantes. Exemplos deste tipo de ação são observados em #BelaRecatadaedoLar⁵ ou #EuViviumRelacionamentoAbusivo⁶.

Dito isto, nossa primeira proposição é a de que deve-se relativizar a noção de ações baseadas na internet ou ações políticas que dependem da internet para existirem. Deseja-se perceber em que medida as formas de ação online são revisões de práticas antigas. Repertórios aparentemente originais ecoam velhas formas de organização, que ao alcançarem a internet tornam-se resultado de um somatório entre imitação e variação.

Para primeiro explorar esta hipótese, se traçará também um paralelo entre as noções de ação conectiva e pessoalização da política e algumas práticas históricos dos movimentos feministas, que primeiro se enunciou a frase “O pessoal é político”.

O feminismo e a nova mudança

Ao falarmos do feminismo como corrente de pensamento, podemos dizer que é formado por uma pluralidade de linhas teóricas ocupadas em observar a sociedade a partir da desigualdade de gênero (BIROLI; E MIGUEL, 2014). A transição entre as décadas de 70 e 80 é o momento histórico em que estes estudos passam a constituir para a academia uma teoria política feminista (SARMENTO, 2017). Em relação a seu próprio campo de nascimento, uma das críticas centrais desta teoria decaiu sobre os limites de um conhecimento científico cuja produção é historicamente dominada por homens e que desconsidera, por isso, a perspectiva social (YOUNG, 2006) de mulheres. Como solução, nasce a prática de revisão de algumas das questões fundamentais das ciências políticas.

Algumas autoras (PATEMAN, 1993; BIROLI, 2014; OKIN, 2008) consideram a reformulação da dicotomia entre público e privado um ponto central para este projeto. O debate pautado por elas se opõe à naturalização da ideia das duas esferas como entidades separadas, que atrela político e esfera pública (OKIN, 2008). Aponta-se que esta distinção é problemática na medida em que ignora as relações de poder que tangem a vida familiar e que isolam a mulher da participação política institucional.

⁵ #BelaRecatadaedoLar foi uma resposta a reportagem da Revista Veja, lançada no período pré-impeachment, na qual Marcela Temer aparecia como futura primeira dama e era enaltecida por ser Bela, Recatada e do Lar. Nos sites de redes sociais mulheres se manifestaram postando fotos pessoais em um conjunto de repertórios que rompiam com esta representação tradicional feminina.

⁶ #EuViviumRelacionamentoAbusivo reunia histórias de relações abusivas vividas por mulheres.

Como expõe Carol Pateman (1993), a maior parte dos teóricos clássicos defendem um contrato social que integra apenas indivíduos livres e racionais. Estes atributos são vinculados exclusivamente a homens, que tem por consequência o direito também sobre as mulheres. Desta forma, a diferença sexual torna-se a diferença entre liberdade e sujeição.

Portanto, conquistar espaços na esfera pública torna-se essencial para transpassar um regime de dominação. Antes de ser trazida à tona pelas autoras citadas, a questão já incomodava as ativistas. A chamada primeira onda do feminismo, tem com projeto central o direito a voto, que no Brasil só é conquistado com a constituição de 1933. Porém sua mera obtenção não é suficiente para ampliar a representação feminina nos espaços políticos institucionais. Em nosso país, as mulheres ocupam apenas 9% das cadeiras da câmara dos deputados (MIGUEL, 2014). Isto revela que há outros entraves impedindo seu ingresso na vida pública e eles se relacionam com as estruturas que persistem nas esferas domésticas (ibid).

Assim os debates movimentados pela segunda onda do feminismo envolvem uma gama ampliada de questões relativas à vida cotidiana das mulheres. Segundo Jane Mansbridge (1996) é neste momento histórico que a expressão “o pessoal é político” aparece pela primeira vez no texto homônimo de Carol Hanisch (1969).

A discussão do artigo de Hanisch (1969) gira em torno de uma iniciativa promovida por grupos feministas que na época convidavam mulheres a se reunirem para debaterem sobre suas vidas pessoais. Dentro e fora do movimento a dinâmica recebia críticas e era entendida como uma ação “não-política”, chamada por alguns de “terapia de grupo”. Hanisch então defende o caráter político desses encontros. Ela os aponta como base importante para a formulação de teorias capazes de refletir um quadro mais consistente sobre a opressão feminina - uma vez que ali apareciam os pontos de vistas de mulheres não-organizadas.

A autora pondera que a crítica que considera essas práticas “não-políticas” é exercida a partir de uma chave que relaciona político e ação. Hanisch não propõe uma solução para a questão, mas levanta a reflexão a suas companheiras de movimento:

“Nós precisamos considerar porque tantas mulheres não querem fazer ações. Talvez tenha algo errado com as ações ou algo errado com o porque de estarmos fazendo ações ou talvez a análise de porque a ação é necessária não esteja suficientemente clara em nossas mentes”
 (Carol Hanisch, The personal is political, 1969)

Encontram-se neste texto alguns elementos relacionáveis com as atuais discussões sobre ativismo em redes sociais. O primeiro é a mobilização de conversas políticas a partir de uma perspectiva pessoal, no formato das ações conectivas das quais falamos na última sessão. Em ambos os casos essas ações são voltadas para a participação de pessoas não-organizadas no movimento.

Porém, ao se deslocarem para o virtual, ações conectivas ganham uma dimensão maior. Isto não é fruto somente das mudanças que permitem que indivíduos se comuniquem com diversas pessoas simultaneamente através de uma dinâmica de troca de mensagens que se alarga no tempo. É também consequências do fato destas ações acontecerem no perfil pessoal dos usuários, que é um veículo midiático. Assim, ao mesmo em que os debates acontecem, são também divulgados para outros possíveis participantes.

O segundo paralelo é entre a dualidade política X ação trazida por Hanisch. Ela remete ao termo “ativismo de sofá” (CHRISTENSEN, 2011), que resume uma crítica feita por parte da sociedade a ações performadas em redes sociais. A terminologia questiona a eficácia destas práticas e o engajamento real dos participantes com a causa. Reafirma-se a partir destas duas chaves a hipótese de que repertórios dos movimentos sociais perpassam as inovações tecnológicas. No último exemplo deparou-se também com a repetição históricas de críticas atreladas a certos tipos de práticas.

Antes de encerrar a discussão desta sessão do trabalho, deseja-se de relevar a importância de pensar as estratégias de pessoalização da política não apenas como decorrentes um processo de individualização da sociedade, mas também como forma de aproximar grupos historicamente excluídos dos espaços institucionais da luta pública por direitos. Tendo estas relações sido feitas, gostar ia-se de agora falar dos entrelaçamentos encontradas a partir de nossa análise das hashtags feministas.

Metodologia e Resultados

Esta pesquisa se alicerça no método de análise de conteúdo, com base em categorias objetivas. Para executá-lo foi reunido um corpus formado por 79 hashtags feministas datadas do ano de 2013 até 2017. As hashtags foram o objeto escolhido por darem nome as campanhas feministas de maior repercussão nos sites de redes sociais nos últimos tempos, como #Meuamigosecreto, #Meuprimeiroassédio,

#EuEmpregadaDoméstica, entre outras. Para mapeá-las buscou-se pelos termos “hashtag” e “hashtag feminista” em dois sites de coletivos feministas e dois sites de notícias, respectivamente.

Os coletivos feministas eleitos para a busca foram o ThinkOlga e a Revista Azmina. O primeiro foi organizador de algumas das iniciativas de maior sucesso no ciberfeminismo. O segundo é composto por idealizadoras de outras ações importantes como o #Eunãomereçoserestuprada, proposta por Nana Queiroz e #Mamiloslivres, criada por Letícia Bahia e Julia Rodrigues.

Os sites de notícias escolhidos foram o G1 e a Folha de São Paulo. Aqui o critério foi o de selecionar dois veículos de distribuição nacional. Optou-se por buscar informações em dois veículos de mídia e dois sites feministas afim de captar tanto iniciativas de grande destaque quanto ações de nicho.

Em categorização prévia observou-se que os agentes que mais produzem hashtags online são os Coletivos e Ativistas Organizadas (N=44), seguidos da Sociedade Civil (N=21). Neste segundo grupo estão inclusas hashtags que surgiram espontaneamente e que foram mobilizadas por artistas. Identificou-se também que a maior parte destes conteúdos eram Campanhas de ação conectiva (N=31) e Frases de Engajamento (N=22). Acredita-se que o conceito de ação conectiva já foi suficientemente explicado e exemplificado. Frases de Engajamento por vez são hashtags mobilizadas para promover uma iniciativa ou discussão pública, sem propor nenhuma ação. #DeixaElaemPaz, #Precisamosfalarsobreaborto.

Depois do primeiro momento procurou-se identificar padrões entre as hashtags que permitissem classifica-las como compondo um mesmo grupo. Para isso, foi mobilizado o conceito de Meme como proposto por Limor Shiffman (2014). A autora os define como conjuntos de conteúdos que dividem características similares. Eles são produzidos em decorrência uns dos outros e circulados na internet por múltiplos usuários a partir de processo de edição.

Shiffman (2014) irá propor uma análise de peças memetizadas baseada em três variáveis comuns aos produtos culturais: conteúdo, forma e posicionamento. Conteúdo refere-se às ideologias e significados veiculados por um texto. Forma fala da sua dimensão física, compreendida através dos nossos sentidos e cognição. Posicionamento diz respeito a como os múltiplos agentes que se apropriam do texto posicionam-se em relação a ele, seus códigos linguísticos, seus outros produtores, etc. Observar hashtags a

partir da perspectiva da mimetização é então perceber as relações de imitação e transformação que ocorrem entre elas a partir destas três variáveis.

Aplicando-as ao corpus coletado, identificamos que todas as hashtags apresentavam o mesmo posicionamento uma vez que colocam-se pró-feminismo. Foi nas variáveis de forma e conteúdo que encontramos as modificações. Nossa análise das repetições encontradas entre estas múltiplas peças, se dá na interseção entre as duas.

Os dois padrões mais encontrados e os respectivos números de vezes em que se repetem foram (A) Primeira pessoa (N=17): uso de verbos na primeira pessoa ou do pronome meu (ex: #euviviumrelacionamentoabusivo, #meucorpominhasregras, #meuprofessorfeano). (B) Afirmação (N=24): uso de verbos no imperativo e frases de afirmação (ex: #Vaitershortinhosim, #Istoémachismo, #Chegadeassédio).

Tabela 1 – Apropriações das hashtags feministas	
Primeira pessoa (N=17)	Afirmação (N=24)
Hashtags que utilizam os pronomes eu e meu	Hashtags que utilizam verbos no imperativo e frases de afirmação
Exemplos: #Meucorpominhasregras #Eufiqueipq	Exemplos: #Chegadeassédio #Vaitershortinhosim
Fonte: A autora	

O uso de pronomes em Primeira Pessoa associa-se as ações conetivas que, como já discutido, propõe o debate político a partir de experiências pessoais. De forma similar, os coletivos feministas têm mobilizado há décadas esta estratégia em reuniões presenciais, como citado no texto de Hanisch (1969). Neste sentido, pode ser interessante comparar a apropriação deste tipo de ação por coletivos feministas e por outros outros movimentos.

As Afirmações, por sua vez, relacionam-se como as Frases de Engajamento previamente categorizadas. A nosso ver, estas hashtags são uma representação das palavras de ordem de protestos. Palavras de ordem são enunciados gritados em grupo durante manifestações afim de inflar os ânimos dos participantes. Nos movimentos virtuais, os twitaços seriam uma das formas de compor este brado conjunto.

Acrescentamos ainda que, durante a pesquisa, nos deparamos com algumas hashtags sendo utilizadas em Campanhas Off-line (N=8) ou em contextos em que perdiam seu uso prático como indexadores. Neste caminho inverso, podemos perceber elementos da cultura digital sendo reapropriados como símbolos políticos e integrados a ações não-virtuais.

Conclusões

A partir da discussão tecida neste artigo propõe-se como caminho teórico-metodológico a análise da transposição de práticas de movimentos sociais do off-line para o online, afim de melhor compreender como os potenciais dos novos meios incidem sobre seu repertório de ação. Com esse aporte, intenta-se aprofundar a pesquisa iniciada neste artigo. Que outros padrões se transpõem? O que podemos aprender com sua revisão histórica?

Destaca-se também a importância de se pensar os caminhos que os produtos culturais percorrem por diferentes plataformas. Eles se dão não só a partir de narrativas transmídia, mas também pela perpetuação de tradições e costumes. Neste sentido é interessante observar como símbolos e significados se combinam e modificam durante este percurso comunicacional.

Por últimos, destacamos a utilidade do estudo de conteúdos memetizados proposto por Limor Shiffman (2014) para a compreensão dos processos de difusão de apropriação da informação em redes sociais. A impressão tida por este trabalho é a de que ele pode ser viabilizado para diversas pesquisas que pretendem pensar a relação entre produtos culturais criados em coletivo.

Referências

ALDÉ, Alessandra. O internauta casual: notas sobre a circulação da opinião política na internet. In: *Rev. USP*, 90, 2011^a

AMARAL, Adriana, SOUZA, Rosana., MONTEIRO, Camila. “De Westeros no #vempraruá à shippagem do beijo gay na TV brasileira”. Ativismo de fãs: conceitos, resistências e práticas na cultura digital. *Revista Galáxia*, São Paulo, Online, n.29, jun 2015

BENNETT, W. Lance. SEGERBERG, Alexandra. The logic of connective action. In: *Information, Communication & Society*, 15(5), 2012.

CHAGAS, Viktor. “NÃO TENHO NADA A VER COM ISSO”: cultura política, humor e intertextualidade nos memes das Eleições 2014. In: XXV Compós, 2016, Goiânia. *Anais do XXV Encontro da Compós*, 2016.

CHRISTENSEN, H.S. Political activities on the internet: slacktivism or political participation by other means? In: *First Monday*, v. 16, n. 2, fev. 2011

COLEMAN, G. Phreakers, hackers, and trolls. In: Michael Mandiberg. *The social media reader*, 2012

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

ESTEVES, João P. Comunicação, media e identidades: sobre políticas de reconhecimento, novas identidades e movimentos sociais. In: ESTEVES, João P. (Org.). *Comunicação e identidades sociais*. Lisboa: Horizonte, 2012

HANISCH, Carol. The Personal Is Political. In: *Notes from the Second Year: Women's Liberation*, 1969.

KLIGER-VILENCHIK et al. Experiencing fan activism: Understanding the power of fan activist organizations through members' narratives, In: *Transformative works and cultures*, v. 10, 2012

MANSBRIDGE, Jane. Everyday talk in deliberative system. In: MACEDO, S. (org.). *Deliberative politics: essays on democracy and disagreement*. Oxford: OUP, 1999.

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

OKIN, S. M. Gênero, o público e o privado. *Revista Estudos Feministas*, Florianópolis, v. 16, n. 2, p. 305-332, maio/ago. 2008.

PAPACHARISSI, Zizi. The virtual sphere 2.0: the internet, the public sphere, and beyond. In: CHADWICK, Andrew; HOWARD, Philip. *Routledge Handbook of Internet Politics*. Londres: Routledge, 2011

PATEMAN, Carol. *O contrato sexual*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1993.

Rayza Sarmiento. *Das sufragistas às ativistas 2.0: feminismo, mídia e política no Brasil (1921 a 2016)*, Universidade Federal de Minas Gerais, 2017. (Tese de Doutorado)

_____.; CHAGAS, Viktor. . Bela, recatada e do bar: memes de internet, política e gênero. In: *Compolítica*, 2017, Porto Alegre. *Anais do VII Compolítica*, 2017.

SEGEV, E. et al. Families and networks of internet memes: the relationship between cohesiveness, uniqueness, and quiddity concreteness. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2015.

SHIFFMAN, Limor. *Memes in digital culture*. Cambridge: MIT Press, 2013

TAY, Geniesa. *Embracing LOLitics: popular culture, online political humor, and play*. Christchurch: University of Canterbury, 2012. (Dissertação de Mestrado.)

VAN ZONEN, Liesbet. I-Pistemology: changing truth claims in popular and political culture. In: *European Journal of Communication*, 27(1), 2012.

VAN LAER, J.; VAN AELST, P. Cyber-protest and civil society: the Internet and action repertoires in social movements. In: Yvonne Jewkes; Majid Yar. *Handbook of Internet Crime*, 2009.

YOUNG, Iris. Representação política, identidade e minorias. *Lua Nova*, v. 67, p.139- 190, 2006.