



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DIREITOS HUMANOS

Carolina Kauer

**OS ESFORÇOS DA ONU MULHERES PELA IGUALDADE DE GÊNERO:**  
um estudo da campanha HeForShe no Brasil

Recife  
2024

Carolina Kauer

**OS ESFORÇOS DA ONU MULHERES PELA IGUALDADE DE GÊNERO:**  
um estudo da campanha HeForShe no Brasil

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Direitos Humanos da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de mestre em Direitos Humanos.

Linha de pesquisa: Cidadania,  
Movimentos Sociais e Diversidades

Orientador: Gustavo Gomes da Costa Santos

Recife  
2024

.Catalogação de Publicação na Fonte. UFPE - Biblioteca Central

Kauer, Carolina.

Os esforços da ONU Mulheres pela igualdade de gênero: um estudo da campanha HeForShe no Brasil / Carolina Kauer. - Recife, 2024.

95f.: il.

Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Direitos Humanos, 2024.

Orientação: Gustavo Gomes da Costa Santos.

Inclui referências, apêndices e anexos.

1. Mobilização social; 2. Igualdade de gênero; 3. ONU; 4. HeForShe. I. Santos, Gustavo Gomes da Costa. II. Título.

UFPE-Biblioteca Central

Carolina Kauer

**OS ESFORÇOS DA ONU MULHERES PELA IGUALDADE DE GÊNERO:**  
um estudo da campanha HeForShe no Brasil

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Direitos Humanos da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de mestre em Direitos Humanos.

Aprovada em: 24/04/2024

**BANCA EXAMINADORA**

---

Gustavo Gomes da Costa Santos (Orientador)  
Universidade Federal de Pernambuco – UFPE

---

Soraya Maria Bernardino Barreto Januário (Examinadora Interna)  
Universidade Federal de Pernambuco – UFPE

---

Olívia Cristina Perez (Examinadora Externa)  
Universidade Federal do Piauí - UFPI

## AGRADECIMENTOS

Comparando com os agradecimentos do meu trabalho de conclusão do curso de bacharelado acredito que este texto será menos sentimental e idealista. Também eu, seis anos depois, me encontro menos sentimental e idealista. Alguns sonhos se transformaram, algumas vontades passaram, mas meu cerne, em que desejo fazer o bem para os outros e reconhecer todo o bem que já me fizeram, continua intacto. Portanto, reconheço e agradeço:

Aos meus professores, de todas as fases da minha vida, em especial meu orientador Gustavo.

À educação pública brasileira, que mudou a minha e milhares de vidas com sua qualidade muitas vezes negligenciada.

A meus amigos de todos os gêneros, aqueles que desafiam o patriarcado e em especial às que diariamente me mostram diferentes maneiras de ser mulher. Valeska, Mônica, Shahed e tantas outras, tenho orgulho de chamá-las de minhas amigas.

À minha família. Aonde quer que eu vá, levo vocês no coração. Meu pai, minha mãe (Jaqueline Loeblein Kauer), minha irmã Gabriela, meu cunhado, minha dinda, meus avós, minha tias, meus primos (de sangue ou não), minha sogra e toda a família estendida que me acolhem e me amam.

Por fim, agradeço ao meu marido, Fernando, meu maior companheiro e apoiador em todas as empreitadas que invento (e não são poucas). De ir à China ou a à Europa, fazer dois mestrados ou adotar dois gatos, ele sempre está lá para me dar impulso ou me trazer de volta à terra. Obrigada por aguentar todas as reclamações e loucuras e fazer dos meus dias mais felizes.

A todos, obrigada!

## RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo compreender como a campanha HeForShe promovida pela ONU Mulheres - promove e atua em direção à igualdade de gênero no contexto brasileiro. O trabalho tem com foco especial a análise do uso da internet enquanto estratégia de mobilização, buscando identificar os sentidos atribuídos ao papel do homem, bem como os atores sociais/políticos mobilizados e sua concepção sobre o tema. A relevância da pesquisa justifica-se pela importância das ações da ONU como o mecanismo internacional de maior referência na defesa dos Direitos Humanos. A investigação tem como fundamentação teórica a literatura acadêmica sobre direitos humanos, bem como as críticas a alguns ideais intrínsecos, como o da universalidade, direitos das mulheres e da mobilização social transnacional, em especial a feminista. A metodologia de análise do material empírico elencada é a Análise Crítica do Discurso - ACD (Fairclough, 2016), que parte da tridimensionalidade do texto, prática discursiva e prática social.

**Palavras-chave:** Mobilização social; Igualdade de gênero; ONU; HeForShe

## **ABSTRACT**

This work aims to understand how the HeForShe campaign promoted by UN Women promotes and works towards gender equality in the Brazilian context. The work focuses specifically on analyzing the use of the internet as a mobilization strategy, seeking to identify the meanings attributed to the role of men as well as the social/political actors mobilized and their conception of the theme. The relevance of the research is justified by the importance of UN actions as the international mechanism with the greatest reference in the defense of Human Rights. The theoretical foundation of the investigation is academic literature on human rights, as well as critiques of some intrinsic ideals, such as universality, women's rights, and transnational social mobilization, especially feminist. The methodology for analyzing the empirical material is Critical Discourse Analysis - CDA (Fairclough, 2016), which starts from the three-dimensionality of the text, discursive practice, and social practice.

**Keywords:** Social mobilization; gender equality; United Nations; HeForShe

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Concepção tridimensional do discurso .....	42
Figura 2 - API de Compromissos - Mapa.....	45
Figura 3 - API de Compromissos - Adesões .....	45
Figura 4 - API de Compromissos – 1.3 bilhão de compromissos .....	46
Figura 5 - Site HeForShe Atualizado.....	47
Figura 6 - Depoimento Celebridade.....	53
Figura 7 - Carnaval ElesPorElas.....	53
Figura 8 - Fim da Linha Para Violência Contra a Mulher .....	54
Figura 9 - #ElesPorElas .....	54
Figura 10 - Corrida ElesPorElas .....	55
Figura 11 - Caça aos livros .....	56
Figura 12 - Diálogos ElesPorElas.....	57
Figura 13 - O Silêncio dos Homens.....	57
Figura 14 - Campanha da Máscara Roxa.....	58
Figura 15 - #ElesPorElasEmCasa.....	64
Figura 16 - #ElesPorElasEmCasa Material Adaptado.....	65
Figura 17 - #ElesPorElasEmCasa Material Adaptado 2.....	65

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

CEDAW - Convenção sobre a eliminação de todas as formas de discriminação contra as mulheres (*Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination Against Women*)

CSW – Comissão sobre a Situação da Mulher (*Commision on the Status of Women*)

NTICs – Novas Tecnologias de Informação e Comunicação

ONG – Organização Não-Governamental

ONU – Organização das Nações Unidas

UNIFEM - Fundo de Desenvolvimento das Nações Unidas para a Mulher (*United Nations Development Fund for Women*)

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO .....	11
2. APRESENTAÇÃO DA ONU MULHERES E DA CAMPANHA HEFORSHE .....	17
3. REVISÃO TEÓRICA .....	21
<b>3.1 A ideia de direitos humanos na contemporaneidade</b> .....	21
3.1.1 Principais críticas ao conceito de direitos humanos .....	22
<b>3.2 Mobilização social transnacional</b> .....	23
<b>3.3 Movimento feminista</b> .....	27
3.3.1 Primeira onda – direito ao voto .....	28
3.3.2 Segunda onda – liberdade e autonomia .....	29
3.3.3 Terceira onda – interseccionalidade .....	30
3.3.4 Quarta onda? – a massificação do feminismo? .....	32
<b>3.4 Feminismo latino-americano</b> .....	36
4. ANÁLISE .....	41
<b>4.1 Metodologia</b> .....	41
<b>4.2 Análise da campanha</b> .....	44
4.2.1 HeForShe Global .....	44
4.2.2 HeForShe no Brasil .....	49
4.2.3 Críticas e desafios .....	74
5. CONCLUSÃO .....	79
REFERÊNCIAS .....	84
APÊNDICES .....	91
ANEXOS .....	93

## 1. INTRODUÇÃO

Conheci a HeForShe da mesma forma que a maioria das pessoas, ao cruzar com o vídeo do discurso de Emma Watson no lançamento da campanha em 2015. Fortemente influenciada pelo universo de Harry Potter ao crescer e num ápice de autodescobrimento como feminista, não é difícil entender como as palavras de efeito “Se não eu, quem? Se não agora, quando?” ressoaram comigo. Alguns anos depois, elegi a campanha como objeto de estudo para minha monografia no bacharelado em Relações Públicas pela curiosidade em uma iniciativa que buscava promover a igualdade de gênero buscando engajar em primeiro lugar homens, aqueles que não são os mais negativamente atingidos pelo patriarcado.

A igualdade de gênero tem ganhado destaque no debate contemporâneo e está articulada a pauta mais ampla dos direitos humanos. Esta, por sua vez, tem ganhado destaque internacionalmente a partir de 1948, com a criação da Declaração Universal dos Direitos Humanos na Assembleia Geral das Nações Unidas. Esta declaração veio como resposta aos horrores que aconteceram durante a Segunda Guerra Mundial, período durante o qual o regime nazista, sob o princípio de que apenas os Estados locais deveriam proteger os direitos de seus cidadãos, privou os alemães de origem judaica e outros inimigos de seu status de humanos (Alves, 2005; Ramos, 2014). A Declaração Universal dos Direitos Humanos buscava estabelecer a universalidade desses direitos, reconhecendo sua aplicabilidade a todos os indivíduos, independentemente de sua origem ou raça.

Apesar de suas boas intenções, muitas críticas foram direcionadas ao aspecto “universalista” da declaração, incluindo de teóricas feministas e multiculturalistas. Para essas correntes de pensamento, a abordagem abstrata da igualdade contida no ideal universalista falha em reconhecer as experiências, opressões e necessidades específicas de grupos sociais distintos. Os multiculturalistas argumentam que conceitos abstratos como 'liberdade' e 'igualdade' são muitas vezes articulados de acordo com os interesses das grandes potências ocidentais e antigas colônias, em detrimento de valores e crenças locais (Semprini, 1999, APUD Santos, 2011).

No entanto, após a assinatura da declaração, o compromisso com a preservação dos direitos nela estabelecidos foi obscurecido pela Guerra Fria, pois as duas principais potências (Estados Unidos e União Soviética) tinham perspectivas distintas quanto às prioridades e métodos para alcançar esse objetivo. Com a queda do muro de Berlim em 1989 e a consolidação da hegemonia capitalista, a dinâmica que ganhou espaço foi a do *Welfare Society*, ou seja, onde organizações não-governamentais se tornam as principais instituições de preservação dos direitos humanos (Alves, 2005). Com a globalização e os problemas sociais que ela traz,

também começaram a surgir tentativas de solução em nível internacional, dando início a um processo de transnacionalização dos movimentos sociais. Dentre os exemplos de movimentos sociais que tomaram o globo, está o movimento feminista.

O movimento feminista, cuja trajetória é descrita a partir das diferentes ‘ondas’, passou por muitas fases de ativismo, reivindicando desde os direitos das mulheres ao voto, a sua liberdade e autonomia e ao reconhecimento da intersecção de outras opressões à condição de mulher. Apesar dos avanços em várias frentes, a constante luta por igualdade de gênero e a presença do tema no debate público evidenciam que esta ainda não foi plenamente atingida em nenhum país, enfrentado inclusive até retrocessos em alguns deles.

A América Latina também contou com os debates que marcaram as ondas do feminismo ao redor do mundo, mas sempre com seu contexto específico. As lutas por liberdade e autonomia que aconteciam na década de 60 nos EUA e na Europa por exemplo, eram abafadas aqui pela luta contra as ditaduras militares. Além disso, o tema da interseccionalidade ecoa muito alto nessa região, sendo uma marca da população e da história da região.

A história do envolvimento da ONU com os direitos das mulheres passa pela primeira Conferência Mundial sobre as Mulheres, em 1975, após anos de pressão da Comissão sobre a Situação das Mulheres (Commission on the Status of Women CSW) e o estabelecimento do o Fundo de Desenvolvimento das Nações Unidas para a Mulher (UNIFEM) em 1976. 20 anos depois, em 1995, durante a IV Conferência Mundial sobre as Mulheres foi assinada a Declaração e Plataforma de Ação de Pequim, considerada o modelo mais progressivo para o direitos das mulheres, assumindo compromissos em 12 áreas críticas de preocupação.

As frequentes denúncias das disparidades de gênero em todo o mundo levaram à inclusão da igualdade de gênero como um dos oito Objetivos de Desenvolvimento do Milênio para 2015 e posteriormente como o quinto Objetivo de Desenvolvimento Sustentável para 2030. Além desses compromissos, o século XXI testemunhou outra mudança significativa nas Nações Unidas: o estabelecimento da ONU Mulheres. A Entidade das Nações Unidas para a Igualdade de Gênero e o Empoderamento das Mulheres – ONU Mulheres - foi criada em 2010 a partir da junção de quatro organizações dentro da ONU, após o forte lobby interno e pressão de grupos feministas para uma reforma estrutural na organização (Reyner, 2016).

Atualmente, alguns dos movimentos por avanços na América Latina dizem respeito ao direito reprodutivo e à não-violência. A ‘maré verde’ que tem se alastrado pelo continente reivindica mudanças legislativas quanto ao direito ao aborto, tendo tido sucesso na descriminalização da prática na Colômbia e, mais recentemente, na sua legalização na

Argentina. No Brasil, leis como a Lei Maria da Penha (2006) e a Lei do Feminicídio (2015) representam avanços significativos, embora enfrentem desafios persistentes, como o aumento do nível de feminicídios durante a pandemia.

Muito retrocessos estão relacionados a um crescente ‘pânico moral’ diante da ‘ideologia de gênero’ (Miskolc, 2007), noção elaborada por opositores aos direitos sexuais e reprodutivos a partir da ideia de a suposta existência de uma diferença natural entre homens e mulheres atribuída à biologia. O discurso extremista e misógino da extrema direita é personificado pelo ex-presidente Jair Bolsonaro, eleito em outubro de 2018, numa culminância de anos de polarização na política. Seu histórico de falas machistas, racistas e ofensivas a minorias é traçado desde muito antes de sua eleição à presidência. Dentre elas estão declarações dizendo que não estupraria uma parlamentar por que ela não ‘mereceria’ e que sua filha, a quinta depois de quatro filhos homens, seria resultado de uma ‘fraquejada’.

Se os homens tem sido identificados como grande parte do problema da desigualdade e violências de gênero, é importante salientar que eles podem também ser parte da solução. A compreensão é essencial para avançar na promoção da igualdade. Iniciativas como a do Laço Branco, instituída internacionalmente após um massacre a 14 mulheres em 1989 no Canadá e posteriormente adotada no Brasil no início dos anos 2000, destacam a importância de envolver os homens como aliados no combate à violência de gênero e na promoção da igualdade. No entanto, devido à sua posição privilegiada e à menor experiência direta das consequências da desigualdade de gênero, o papel dos homens ainda é objeto de debate nos círculos de ativismo feminista. É crucial promover uma reflexão contínua sobre como os homens podem contribuir de maneira eficaz para dismantelar estruturas patriarcais e apoiar os esforços pela igualdade de gênero, reconhecendo e enfrentando os privilégios e preconceitos que muitas vezes permeiam sua própria experiência.

Diante disso notamos a importância de uma campanha que engaja um público que não costuma ser o principal nesse tipo de ações. Após uma revisão do estado da arte sobre o tema, notei como ainda são escassas as análises discursivas de campanhas de mobilização social que incluem o público masculino nas iniciativas de combate à desigualdade de gênero. Quanto aos estudos de iniciativas das Nações Unidas na promoção dos direitos das mulheres, estes também costumam se concentrar na área do direito internacional, com predominância de análises legislativas e de relações internacionais. Assim, o estudo desse objeto encontra justificativa acadêmica em aprofundar as investigações sobre as diferentes maneiras de promover um dos direitos humanos fundamentais.

Tendo em vista essas discussões apresentadas, o presente trabalho parte da pergunta-problema: **Como a HeForShe promove a igualdade de gênero no Brasil?** Para aproximar-me do objetivo maior de responder esta pergunta, os objetivos específicos são: identificar os atores sociais/políticos engajados com a campanha e como a ONU Mulheres se relaciona com estes; compreender o entendimento de igualdade de gênero defendido por estes atores; analisar as adaptações da campanha mundial HeForShe ao contexto brasileiro; explorar o uso da internet como estratégia de mobilização; e investigar os sentidos atribuídos ao papel do homem na promoção da igualdade de gênero.

A estrutura do trabalho é dividida em cinco capítulos, sendo o primeiro esta introdução em que procuro apresentar os temas que serão tratados neste trabalho, incluindo os direitos humanos, a mobilização transnacional e a história e conjuntura atual do movimento feminista, com olhar específico para a América Latina e os possíveis avanços e retrocessos. Além disso, exponho inicialmente algumas das iniciativas das Nações Unidas em direção a esse direito humano e argumento a importância de olhar para o papel dos homens na luta por igualdade de gênero.

Em seguida, no segundo capítulo, me adentro na apresentação histórica da ONU Mulheres, destacando as pressões internas e externas que a ONU passou para que tomasse atitudes que resultassem na criação da entidade. Também apresento a campanha HeForShe ou ElesPorElas, lançada em setembro de 2014. Na parte final deste capítulo faço uma revisão de trabalhos anteriores que tiveram a campanha como objeto de estudo, destacando os trabalhos de Henry-White (2015) e Reyner (2016), além de apresentar algumas das minhas próprias conclusões de trabalhos anteriores a este.

No terceiro capítulo me dedico a fazer uma revisão histórica, adentrando nos temas aos quais fiz referência na introdução, iniciando pela ideia de direitos humanos na contemporaneidade e as principais críticas a eles direcionada. Em seguida discorro sobre os estudos da mobilização social transnacional como forma de garantia mundial dos direitos humanos e quais elementos a compõe. Logo depois inicio uma investigação histórica do movimento feminista, comumente referido em três ondas e exploro a ideia de uma quarta possível onda mais recente. Também me proponho a analisar algumas das especificidades das questões de gênero no continente latino-americano, tratando de temas como violência, desigualdade de renda, trabalho não remunerado e estratégias de empoderamento feminino.

Finalmente, no quarto capítulo, parto para a análise da campanha HeForShe no Brasil. Iniciando com uma explicação da metodologia de coleta de dados, a saber entrevistas semi-estruturadas e junção de documentos e notícias, parto para explicar e argumentar pela Análise

Crítica do Discurso, elencada aqui como método de análise para investigar mudanças sociais. Em seguida continuo com a análise propriamente dita, primeiramente com os principais elementos buscados previamente para entender a campanha, também conhecidos como códigos a priori quando utilizando a ferramenta de codificação qualitativa. Em seguida começo a explorar temas que foram mostrando sua importância ao longo da análise crítica, como contexto político e criação de redes. Finalizo com temas que reuniram as principais críticas e desafios, incluindo uma das principais questões pesquisadas na revisão teórica, da transnacionalização do movimento.

No quinto capítulo de conclusão, revisito os principais achados desta pesquisa, que abrangeu um extenso período de investigação sobre a campanha HeForShe, com um foco específico no contexto brasileiro. Inicialmente, destaco as mudanças discursivas observadas ao longo do tempo na campanha, desde seu lançamento até sua evolução para uma abordagem mais aprofundada sobre as raízes da desigualdade de gênero. Identifico também a transição no público-alvo da campanha, que passou de uma focalização nos homens para uma abordagem mais inclusiva, embora essa mudança nem sempre tenha sido refletida de maneira eficaz na prática e no discurso da HeForShe.

Além disso, resalto os temas que emergiram como destaques durante a pesquisa, como o contexto político e a violência. Esses temas foram abordados de maneira variada pela campanha, destacando tanto progressos significativos quanto lacunas a serem preenchidas. Por exemplo, enquanto a HeForShe conseguiu sensibilizar para a interseccionalidade em alguns aspectos, ainda há uma necessidade de uma análise mais aprofundada das interseções entre diferentes formas de discriminação.

Os principais resultados desta pesquisa enfatizaram a importância da adaptação da campanha ao contexto brasileiro, reconhecendo tanto seus pontos fortes quanto suas deficiências. A campanha conseguiu ampliar a visibilidade da igualdade de gênero e mobilizar redes de colaboração, mas enfrentou desafios como a falta de tradução adequada dos materiais, a abordagem superficial de certas questões e a persistência de uma lógica heteronormativa. Neste capítulo também destaco lacunas que essa pesquisa teve e possíveis maneiras de continuar o estudo e aprofundar o conhecimento da área da promoção da igualdade de gênero.

Por último, antes de adentrar ao estudo em si, é importante esclarecer algumas escolhas de estilo adotadas neste trabalho. Em primeiro lugar, alinhado com minha formação como comunicadora e meu compromisso como defensora de direitos sociais e humanos, busco tornar este trabalho acessível não apenas à comunidade acadêmica, mas também a qualquer pessoa interessada em lê-lo. Por isso, optei por uma linguagem mais acessível, sem excessos de

formalidade, e arrisquei romper com algumas convenções da ABNT ao destacar certas palavras em *itálico* para facilitar a compreensão do tom desejado. Além disso, escolhi escrever na primeira pessoa, reconhecendo que sou a principal responsável por este trabalho. Como mulher latino-americana, fui moldada por uma cultura acadêmica que valoriza excessivamente a referência externa e subestima a autoafirmação, uma realidade também evidenciada pela prevalência da síndrome do impostor entre mulheres pesquisadoras. Contudo, compreendo agora a importância de não me esquivar das críticas e dos elogios que este trabalho possa receber.

## 2. APRESENTAÇÃO DA ONU MULHERES E DA CAMPANHA HEFORSHE

Como um dos mecanismos internacionais de referência na defesa dos Direitos Humanos, vemos a importância de constantes análises das ações promovidas pela Organização das Nações Unidas (ONU). No caso da equidade de gênero, apesar da abordagem deste direito desde a Declaração Universal dos Direitos Humanos de 1948, é possível observar uma trajetória de lutas internas e externas à organização para maiores esforços em sua promoção (Reyner, 2016). Um dos primeiros grandes acontecimentos para esta pauta, a primeira Conferência Mundial sobre as Mulheres, ocorreu em 1975 após anos de pressão da Comissão sobre a Situação das Mulheres (Commission on the Status of Women CSW), e resultou na nomeação dos anos 1976-1985 como a Década para as Mulheres. De fato, neste período, ocorreram mais duas conferências sobre as mulheres em 1980 e 1985, além da assinatura da Convenção sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação Contra as Mulheres (da sigla em inglês, CEDAW), referida por muitos como uma declaração internacional dos direitos das mulheres (UN Women, s.d b.). Ainda em 1976, foi estabelecido o Fundo de Desenvolvimento das Nações Unidas para a Mulher (UNIFEM), fundado a partir de contribuições voluntárias dos estados-membros e outros doadores, como filantropos (Reyner, 2016).

Foi em 1995, no entanto, que se identifica o maior marco do século XX nos esforços da ONU para o estabelecimento de uma agenda global pela igualdade de gênero; a realização da IV Conferência Mundial sobre as Mulheres e a assinatura da Declaração e Plataforma de Ação de Pequim. Considerada o modelo mais progressivo para o avanço dos direitos das mulheres, tal plataforma assumiu compromissos abrangentes em 12 áreas críticas de preocupação e, mesmo 25 anos depois, continua sendo uma fonte poderosa de inspiração e orientação (UN Women, s.d. a).

As crescentes denúncias das desigualdades baseadas no sexo ao redor do mundo se refletiram na constituição da igualdade de gênero como um dos oito Objetivos de Desenvolvimento do Milênio para 2015 e, na sua revisão, no quinto Objetivo de Desenvolvimento Sustentável para 2030. Além destes compromissos, o século XXI contou com mais uma grande mudança nas Nações Unidas: a criação da ONU Mulheres.

A Entidade das Nações Unidas para a Igualdade de Gênero e o Empoderamento das Mulheres – ONU Mulheres - foi estabelecida em 2010 a partir da fusão de quatro organizações dentro da ONU: a UNIFEM (Fundo de Desenvolvimento das Nações Unidas para Mulheres), a

DAW (Divisão para o Avanço da Mulher), o OSAGI (Escritório do Consultor Especial para Questões de Gênero e Avanço da Mulher) e o INSTRAW (Instituto Internacional de Pesquisa e Treinamento para o Avanço da Mulher). Como mostra Sandler (2012 APUD Reyner, 2016), este processo foi resultado de forte lobby interno e de grupos feministas para que a organização conduzisse uma “reforma estrutural que fortaleceria seus esforços em direção à igualdade de gênero e empoderamento das mulheres (Reyner, 2016, p. 6)”, já que as quatro unidades mencionadas trabalhavam independentemente, mas com esforços que às vezes se sobrepunham.

Como explica Reyner,

Os objetivos para a criação de tal organização eram aumentar seus recursos, podendo angariar fundos diretamente com os Estados-membros e estabelecer novas parcerias com outras partes interessadas de forma autônoma. Outro objetivo era ganhar mais poder político dentro da ONU, especialmente por ter um subsecretário-geral como chefe da organização. Isso garantiria seu acesso aos principais espaços de tomada de decisão de alto nível. Isso, por sua vez, também lhes permitiria um diálogo com outras agências da ONU no mesmo nível. Além disso, a unificação das quatro unidades as tornaria mais coerentes e possibilitaria uma parceria mais frequente, evitando a duplicação de esforços. E, finalmente, lhes permitiria posicionar melhor os direitos das mulheres na mesa, incluindo a implementação de medidas para acabar com o patriarcado dentro e fora da ONU (Reyner, 2016, p. 11).<sup>1</sup>

Dentre as ações da ONU Mulheres, destaco a campanha HeForShe, uma das primeiras e mais conhecidas campanhas globais, lançada em 20 de setembro de 2014 pela Diretora Executiva Phumzile Mlambo-Ngcuka, Presidente da 69ª sessão da Assembleia Geral da ONU e pela Embaixadora da Boa Vontade Emma Watson. Concebida como um “esforço global para envolver homens e meninos na remoção das barreiras sociais e culturais que impedem as mulheres e meninas de alcançar seu potencial” (ONU Mulheres, 2015b e 2015c), a campanha propõe usar de uma abordagem inclusiva que afirma o reconhecimento do papel fundamental dos homens como parceiros nos direitos das mulheres e com necessidade particular da igualdade de gênero. Como aponta Henry-White (2015), esta iniciativa da ONU Mulheres se destaca de suas predecessoras não só pelo enfoque no público masculino, mas também por sua forte presença online.

Nos Kits de Ação atualizados disponíveis no site global, a explicação do que constituiria a campanha HeForShe mudou para incluir o desejo de mobilizar “pessoas de todas as

---

<sup>1</sup> Todas as citações traduzidas do original em inglês e espanhol são de única e total responsabilidade da autora deste trabalho.

identidades de gênero” e reconhecer o benefício da igualdade de gênero para todos. Também afirma que, desde seu lançamento em 2014, "centenas de milhares de apoiadores de todo o mundo - incluindo Chefes de Estado, CEOs de grandes conglomerados econômicos, personalidades globais e pessoas de todas as esferas da vida - se comprometeram com a igualdade de gênero" e que o movimento “já foi assunto de mais de 2 bilhões de conversas nas redes sociais, com atividades offline alcançando todos os cantos do globo”. A meta original era atingir 1 bilhão de compromissos masculinos, o que seria uma mensagem positiva inicial simples para um envolvimento mais profundo por meio da promoção de medidas específicas que contribuam para a mudança social.

A HeForShe acredita que esta é uma oportunidade singular para envolver homens e meninos como parceiros, de acordo com o princípio do Plano Estratégico da ONU Mulheres 2014-2017 de promover a inclusão, destacando o papel crucial de homens e meninos. A campanha foi assim idealizada, em seus termos, enquanto um movimento, um projeto de mobilização internacional, convidando pessoas ao redor do globo a fazer uma visão compartilhada de um mundo com igualdade de gênero. No entanto, o site de HeForShe também enfatiza a necessidade de implementar soluções específicas e relevantes localmente.

Ao investigar a campanha sob diferentes perspectivas, incluindo sob a ótica da Teoria Feminista Transnacional (Henry-White, 2015) e com recortes a países e regiões específicas (Kauer, 2018, 2019, 2020), estudos anteriores analisam algumas características positivas da HeForShe, mas também outras consideradas contraditórias; Reyner (2016) aponta que, apesar do observável crescimento e atualização do website da campanha, as ações off-line ainda se mostram limitadas. Para o autor, o propósito tangível da campanha não seria claro e as variadas críticas levariam ao questionamento do quão envolvida a sociedade civil estava de fato no planejamento e implementação da campanha.

A pesquisa de Jaime Henry-White (2015) é excepcionalmente valiosa para este trabalho por também se tratar de uma análise de discurso da HeForShe, que observa o website oficial da campanha e mais de 100 *tweets* no dia e no mês após seu lançamento em setembro de 2014. A dissertação oferece achados que se resumem a dois temas: em primeiro lugar, há tanto uma reprodução da masculinidade hegemônica quanto um questionamento a ela; e em segundo, há reflexos de valores universais e percepções ocidentais sobre a política de gênero no discurso da campanha. Sobre o primeiro ponto, Henry-White identifica uma luta contra a masculinidade

hegemônica principalmente pelo que chama de construções de solidariedade, mas sua ratificação por meio do uso de binários de gênero e um forte foco nos homens, excluindo tanto as mulheres quanto pessoas de outras identidades de gênero. Já sobre o segundo, apesar de haver elementos de solidariedade transnacional, o autor identifica que a narrativa ocidental domina o discurso analisado.

No geral, as descobertas deste estudo argumentam que a campanha HeForShe simplifica demais a complexidade da igualdade de gênero transnacional, descarta identidades de gênero fora do binário tradicional de gênero e, em última análise, falha em desafiar o poder masculino ao ignorar fatores estruturais e culturais como o privilégio masculino. (Henry-White, 2015, p. 3-4)

Ao falar de ‘construções de solidariedade’ e de ‘solidariedade transnacional’, Henry-White não se aprofunda no que consistiriam estes conceitos em primeiro momento. Somente ao explicitar os pensamentos ligados à teoria feminista transnacional, recorre a alguns acadêmicos para relacionar solidariedade à construção de empatia e uma alternativa ao sentimento de “sororidade universal” como principal sentimento mobilizador.

Apesar de na época não ter tido acesso ao trabalho de Henry-White (2015), pude identificar diversas conclusões em comum com minha análise a alguns materiais da campanha HeForShe no Brasil (Kauer, 2018). Além do controverso par reforço/desafio à masculinidade hegemônica – que relaciono aos conceitos de hegemonia e de luta hegemônica de Fairclough (2016) – e da larga utilização de rótulos binários, também pude distinguir as ‘construções de solidariedade’ vistas por Henry-White (2015) no formato de busca por uma ‘corresponsabilidade’, conforme visto em Henriques (2004) e ainda um certo enfoque em ideias ocidentais ao detectar uma falta de adaptação da campanha para o contexto socioeconômico brasileiro. Já como uma particularidade do estudo focado no Brasil, minha pesquisa identificou o tratamento da interseccionalidade especialmente de raça nos materiais da campanha desenvolvidos especialmente para o Brasil.

Este trabalho conta assim com as vantagens de análises prévias da HeForShe tanto por estudiosos externos qualificados quanto pela própria autora, mas também com o desafio da expansão e aprofundamento de como a campanha promove e atua em direção à igualdade de gênero no contexto brasileiro, trazendo perspectivas teóricas inovadoras, mas condizentes com o tema e momento do trabalho.

### 3. REVISÃO TEÓRICA

#### 3.1 A ideia de direitos humanos na contemporaneidade

No dia 10 de dezembro de 1948 representantes de 56 diferentes nações do mundo se reuniram em Paris na Assembleia Geral das Nações Unidas e aprovaram a Declaração Universal dos Direitos Humanos, com 48 votos a favor e 8 abstenções. Já no artigo 1º, a Declaração afirmava que “todos os seres humanos nascem livres e iguais em dignidade e direitos”, fundamentando a *universalidade* dos direitos ali contidos e dissolvendo a ideia até então presente de que estes eram direitos se restringiriam aos Estados-nacionais. De fato, a limitação presente nesta crença de certa forma permitiu que uma das mais terríveis barbáries já vistas acontecesse: o holocausto. Sob o princípio de que eram apenas os Estados locais que deveriam proteger os direitos de seus cidadãos, o regime nazista retirou dos alemães de origem judia e de outros inimigos seu status de cidadãos para que os considerasse sujeitos sem direitos (Alves, 2005; Ramos, 2014). Mais que isso, a política do holocausto tirava dos judeus seu status de *humanos* (Bobbio, 1992).

Tal processo de desumanização não foi nem é exclusivo do regime nazista. Como vemos em Bobbio (1992), os direitos humanos não nasceram com a Declaração, mas são na verdade direitos *históricos*, ou seja, adquiridos ao longo dos anos em decorrência de lutas específicas, em circunstâncias particulares. Alguns marcos dignos de menção são a Declaração de Independência dos Estados Unidos de 1776 e a Declaração dos Direitos do Homem na França em 1789. No entanto, vale questionar quem eram considerados humanos nessas declarações, já o espírito igualitário não se estendeu aos negros vítimas do regime escravocrata nos Estados Unidos, por exemplo (Alves, 2005).

Assim, mais do que a formulação de novos direitos básicos, a Declaração Universal dos Direitos Humanos contribuiu principalmente para redefinir quem eram os sujeitos destes direitos e quem deveria protegê-los. Como fala Ramos (2014), “a *soberania* dos Estados foi, lentamente, sendo *reconfigurada*, aceitando-se que a proteção de direitos humanos era um *tema internacional* e não meramente um tema da jurisdição *local*” (p. 83, grifos originais).

Ao olhar a trajetória de conquista de direitos ao longo dos anos, muitos teóricos identificam três gerações de direitos humanos. Na luta pelos chamados direitos de primeira geração haveria uma reivindicação de liberdade, do não-agir/não-interferência do Estado. Nesta estão inclusos direitos civis (do indivíduo) – como por exemplo a liberdade de expressão – e

políticos, como o direito ao voto. Já na segunda geração, se exigiria uma ação positiva do Estado para promover e garantir igualdade entre os cidadãos. Aqui estão inclusos direitos econômicos e sociais – e para alguns autores, culturais também –, como direito ao trabalho, à saúde, à educação, à moradia, ao lazer, entre outros. A terceira geração seria guiada por um espírito de solidariedade e fraternidade, não sendo mais sua garantia somente responsabilidade do Estado, mas de todos da sociedade. Relacionados a ela estão os direitos ao desenvolvimento, à autodeterminação e a preservação do meio-ambiente, por exemplo (Vasak, 1979; Bobbio, 1992; Alves, 2005; Souza, s.d.). Se discute ainda a possibilidade de uma quarta geração, envolvendo as áreas da bioética e da informática.

### 3.1.1 Principais críticas ao conceito de direitos humanos

Como bem aponta Alves (2005), apesar da autodeclarada característica *universal* da Declaração de 1948, apenas 48 Estados assinaram o documento na época (muitos ainda sob controle ou forte influência colonial) e mesmo os que o fizeram, não realizaram grandes esforços à princípio para sua completa execução. O desagrado ao direito à propriedade pelos países socialistas e aos direitos econômicos e sociais pelos capitalistas eram um reflexo do mundo polarizado que vivenciava a Guerra Fria. Somente em 1993, na Conferência de Viena, os direitos da DUDH foram enfim formalizados por um conclave internacional com mais de 170 países representados, num aparente cenário favorável após o fim das estratégias econômicas bipolares e maior movimento de descolonização. Isso não quer dizer que não haviam críticas à Declaração e ao atrelado ideal de cidadania como forma de exercer estes direitos.

Algumas das críticas mais importantes vieram de teóricas feministas e multiculturalistas, das quais destacarei três temas: a separação das esferas público e privada, o ideal da universalidade e o foco extremo no indivíduo.

Começando pelo problema da separação das esferas público e privada, na ideia tradicional de cidadania, esta seria exercida apenas no espaço público, relegando aos elementos da vida privada o status de subcategoria. Assim, as mulheres estavam não só presas à esfera privada sob justificativa de seu papel único como reprodutoras e cuidadoras da família, como também lhes seria negada a participação cidadã. Isto começou a mudar com a luta pelo direito ao voto e ficou ainda mais evidenciado nos movimentos posteriores com o slogan “o pessoal é

político”, que reivindicava a politização de temas, como a violência de gênero, restritos à dimensão privada da vida. (Dietz, 1992, APUD Santos, 2011).

Continuando, feministas e multiculturalistas concordam com a ideia de que, ao trabalhar com um conceito abstrato de que “todos são iguais”, o ideal de universalismo falharia em reconhecer as experiências, opressões e necessidades específicas de certos grupos sociais. Para os multiculturalistas, grupo de acadêmicos que prega o olhar para outras culturas além da eurocêntrica, ideias abstratas como “liberdade” e “igualdade” seriam articuladas no ideal de universalismo pelas grandes potências ocidentais e antigas colônias em detrimento de valores e crenças locais (Semprini, 1999, APUD Santos, 2011).

Por fim, intrinsecamente relacionado ao modelo universalista está a ênfase extrema no indivíduo, o sujeito único de direitos e deveres em seu status de cidadão, o que excluiria a possibilidade de concessões de direitos específicos a certos grupos sociais (Reyner, 2011). Tal modelo abre espaço para que muitos questionem a validade de ações afirmativas, como por exemplo as políticas de cotas raciais, econômicas e de gênero. No entanto, é preciso encarar os fatos de que certos grupos foram historicamente discriminados, o que gera consequências reais até hoje. Deve-se tomar “igualdade” como um objetivo constitucional mais que um princípio jurídico e reunir esforços para diminuir as desvantagens acumuladas historicamente.

Em seguida, farei uma revisão destes esforços materializados nos ativismos transnacionais, incluindo aqueles pela igualdade de gênero.

### **3.2 Mobilização social transnacional**

Como tratado anteriormente, apesar de a Declaração Universal dos Direitos Humanos ter oficialmente nascido em 1948, o esforço para a garantia e preservação dos direitos nela concebidos foi eclipsado pela Guerra Fria, já que as duas maiores potências tinham concepções diferentes sobre prioridades e formas de realizar esse trabalho.

Com a queda do muro de Berlim em 1989 e o fim da União Soviética nos anos seguintes suspendeu-se também a estratégia socialista para garantia da dignidade humana, com foco nos direitos econômicos e sociais. O capitalismo consolidou sua hegemonia ao redor do mundo e com ele expandiu o processo de globalização, especialmente no setor econômico, tecnológico e de informação (Alves, 2005). Tomada por vezes como algo positivo por possibilitar uma troca

cultural cada vez maior, a globalização deve ser tratada com um olhar crítico e entendida pelas desigualdades que exacerbou a partir do final do século XX

A busca obsessiva da eficiência faz aumentar continuamente o número dos que por ela são marginalizados, inclusive nos países desenvolvidos. Assim como a mecanização da agricultura provocou o êxodo rural, inflando as cidades e suas periferias, a racionalização atual da produção empurra os pobres ainda mais para as margens da economia (...). A mão-de-obra barata, ainda imprescindível na produção, é recrutada fora do espaço nacional, pelas filiais de grandes corporações instaladas no exterior, ou na acolhida - politicamente relutante - de estrangeiros imigrados. (Alves, 2005, p. 26)

Como mostra David Harvey (1990), ao analisar a transformação cultural, econômica e financeira que ocorre no final do século XX, as nações-Estado enfrentam um declínio de poder como nunca visto desde sua formação. O surgimento do neoliberalismo exacerbou ainda mais essa tendência, à medida que os Estados são pressionados a desregular setores e privatizar serviços públicos e corporações multinacionais exercem influência significativa sobre governos e políticas.

Com o afastamento da responsabilidade do Estado de garantir condições mínimas para todos seus cidadãos – o chamado ‘*Welfare State*’, ou ‘Estado de Bem-Estar Social’ –, iniciativas da sociedade civil tornam-se a principal gramática de preservação dos direitos humanos e correção dos problemas trazidos pela globalização (Alves, 2005). Nesse contexto, as próprias análises dessas iniciativas também passam por uma transformação, voltando seu foco da Mobilização de Recursos (MR) para a Mobilização Política (MP). Como mostra Gohn (1997), autores como Gamson (1992), Snow e Benford (1992) e Tarrow (1994) passam a destacar a importância dos recursos sociais da comunidade, do contexto político e das redes de relações sociais. Apesar de não analisar a problemática das classes sociais, a MP constrói “novas explicações sobre como os adeptos de um movimento social pensam sobre si próprios, como compartilham as suas experiências e as reinterpretem em contextos de interação grupal” (Gohn, 1997, p. 77).

Dentro dessa abordagem, um conceito ganha relevância; o de *frames* de ações coletivas, sendo estes "marcos referenciais significativos e estratégicos da ação coletiva", ou seja, “quadros estruturais que dão suporte e sustentação às ações ao expressar significados atribuídos àquelas ações coletivas de um movimento ou grupo social” (Gohn, 1997, p. 87). Dentro desse conceito, Gamson (1992, APUD Gohn, 1997) destaca três elementos que geram mobilização:

injustiça (indignação moral manifestada como consciência política), identidade (definição do ‘nós’ *versus* o ‘eles’) e agenciamento (processo de conscientização de que ação coletiva pode mudar as condições ou as políticas). Já Snow e Benford (1992, APUD Gohn, 1997), adicionando uma perspectiva mais político-cultural do que cognitiva, veem outras três funções nos *frames* de ação coletiva: “a demarcação - quando se chama a atenção para as injustiças sofridas por um grupo social; a atribuição - quando se explicam as causas e se propõe soluções às injustiças sofridas; e a articulação - quando se conectam as diversas experiências formando uma visão externa coerente” (Gohn, 1997, p. 89)

Entretanto, de todos os autores que inovaram ao propor esta forma de análise dos Movimentos Sociais, um dos mais dignos de destaque é Sidney Tarrow (1994, APUD Gohn, 1997), por ser responsável por uma das mais extensas análises. Tarrow desenvolve uma teoria sobre movimentos sociais enfatizando a construção e assimilação de novos significados dentro da cultura política geral, indo além do mero aprendizado social da difusão automática de crenças já existentes no movimento. Assim como os outros autores mencionados, ele também destaca que as lutas dos movimentos não se restringem apenas à busca por recursos, mas também pela disputa de significados. Ao analisar um grupo ou movimento, Tarrow ressalta a importância de buscar os símbolos e definições atribuídos às ações e as escolhas realizadas, assim como compreender as razões pelas ações *não* tomadas, focando na organização dos movimentos e destacando que é na estrutura organizacional que se encontra a chave para entender como as mensagens são produzidas, elaboradas, divulgadas e difundidas.

Tarrow também retoma a abordagem tradicional que considera os movimentos sociais como processos cíclicos e evolutivos. Segundo ele, os estágios futuros de um movimento são influenciados pelo seu processo inicial, pelas posições políticas assumidas, pelas alianças estabelecidas e pelo sucesso real em mobilizar as pessoas. Além disso, ele menciona os recursos como uma variável relevante para o sucesso de um movimento na organização de campanhas efetivas. Assim, os ‘ciclos de protestos’, caracterizam-se pelo acirramento dos conflitos não apenas nas relações industriais, como afirmava a teoria marxista clássica, mas também nas ruas, escolas e outros espaços. Durante os momentos de pico de um ciclo de protesto, surgem novas organizações e movimentos sociais, que produzem e transformam símbolos, *frames* de significados e ideologias para justificar e dignificar ações coletivas, bem como mobilizar seguidores.

Tarrow destaca a importância das *oportunidades políticas* na criação e desenvolvimento dos movimentos sociais, argumentando que estes são criados quando aquelas se abrem para atores sociais que geralmente são carentes, demonstrando a existência de aliados e revelando a vulnerabilidade de seus oponentes. Ele ressalta ainda que as *redes sociais* e os símbolos culturais são componentes fundamentais para a construção de um movimento social e que há uma importância da mídia na sociedade moderna como meio de comunicação com aliados e inimigos, bem como para inovar os repertórios de ação utilizados para atingir um público mais amplo.

No contexto da globalização, Kathryn Sikkink (2005) pontua como teóricos dos movimentos sociais estão cada vez mais conscientes de que estes operam tanto em um nível doméstico quanto internacional, apresentando a ideia de governança multinível, que se refere à distribuição de poder e tomada de decisão entre diferentes níveis de atores governamentais e não-governamentais, incluindo os níveis internacional, nacional, regional e local. Para a autora, os movimentos sociais podem se engajar nesse tipo de governança usando várias táticas para influenciar a tomada de decisões em diferentes níveis, como por exemplo fazendo lobby junto aos governos nacionais para que adotem políticas alinhadas com seus objetivos, ao mesmo tempo em que trabalham com organizações internacionais para pressionar os governos a cumprir os padrões de direitos humanos. Os movimentos sociais também podem se envolver em ativismo transnacional, usando redes internacionais para mobilizar apoio e pressionar governos e instituições a abordarem suas preocupações, um processo chamado de *transnacionalização*.

Della Porta e Tarrow (2005) falam de três características mais tipicamente identificadas na transnacionalização – difusão, domesticação e externalização –, mas chamam atenção para uma quarta, mais recente, a ação coletiva transnacional. Explicando rapidamente as três primeiras características, a *difusão* seria o processo em que mobilizadores “(...) em um país ou região adotam ou adaptam as formas organizacionais, estruturas de ação coletiva ou metas daqueles em outros países ou regiões (p. 3).”; a *internacionalização* (ou *domesticação*), o desenrolar de conflitos externos em território local (como, por exemplo protestos dirigidos aos governos nacionais sobre decisões que se originaram em nível supranacional); e a *externalização*, a busca de apoio estrangeiro para a mobilização de recursos que possam ser usados em nível nacional.

Sobre este último, della Porta e Tarrow apontam que processos de externalização são mais efetivos para movimentos focados em normas internacionais, tal qual os casos de apoio das Nações Unidas a ONGs locais; em uma observação que certamente nos será pertinente futuramente na análise das ações da HeForShe no Brasil, os autores afirmam que

No trato com as instituições internacionais, algumas organizações de mobilização recebem recursos materiais e simbólicos, como o financiamento de projetos específicos ou o reconhecimento de sua legitimidade. No outro lado, as instituições internacionais se beneficiam do trabalho de baixo custo das associações voluntárias; das informações que podem fornecer; do acesso às populações locais; e, claro, da legitimação (...). (2005, p. 6)

Por fim, o termo *ação coletiva transnacional* se refere a “campanhas internacionais coordenadas por parte de redes de ativistas contra atores internacionais, outros estados ou instituições internacionais” (p. 7). Este processo está atrelado às mudanças ambientais, cognitivas e relacionais. Dentro das primeiras, as autoras destacam o colapso da União Soviética e o conseqüente desenvolvimento de formas de mobilização não-estatal; o desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação; e o poder crescente de corporações e instituições internacionais. Já dentro das últimas está, por exemplo, a normalização de redes de ativistas e alianças transnacionais.

Estes conceitos se mostrarão úteis não só na análise do objeto deste estudo, a campanha HeForShe, mas também na investigação conseguinte que farei sobre as ações feministas transnacionais. Antes, no entanto, creio que é necessário fazer uma breve revisão dos históricos esforços feministas, para que, apesar de ter um certo foco admitido no mundo ocidental, possamos chegar ao momento atual com um olhar mais instruído e qualificado de um movimento que certamente não nasceu recentemente.

### **3.3 Movimento feminista**

Segundo Ilze Zirbel (2021), foi em 1968 que uma das primeiras definições de ‘ondas do feminismo’ tomou popularidade, por meio de um artigo de Martha Weinmann Lear. No texto intitulado “A Segunda Onda Feminista”, a escritora determinava a luta pelo sufrágio feminino do final do século XIX como a primeira onda feminista e enxergava uma segunda onda no momento político que vivia. Zirbel, assim como diversas outras teóricas, advertia para o uso incontido do termo; apesar de ser uma denominação comum tanto no meio acadêmico como no

político e social, a ideia de ondas feministas não deve ser disseminada sem o entendimento de que os ciclos de protestos a que se referem se deram de diferentes formas em diferentes países e regiões do mundo, em momentos e com características distintas. Além disso, é importante reconhecer que as narrativas das ondas inicialmente privilegiaram feministas brancas de classe média dos Estados Unidos, Inglaterra e França. Para continuar usando esta terminologia, é preciso que seja feita então uma re-apropriação;

(...) assim como uma onda marítima é formada por um conjunto de fenômenos, podemos pensar as ondas do feminismo de maneira mais orgânica e não como algo que desponta, repentinamente, na realidade social e, certo tempo depois, desaparece. Podemos pensá-las de maneira mais contínua, geradas pela ação de milhares de mulheres, de diferentes locais, etnias, gerações e visões de mundo. (Zirbel, 2010, p. 10-11)

### 3.3.1 Primeira onda – direito ao voto

De forma resumida, a primeira grande onda feminista se constituiria nos movimentos pelo direito das mulheres ao voto, ou seja, o sufrágio feminino, verificados ao redor do mundo no final do século XIX e início do século XX. Certamente, “tal identificação é correta, mas, igualmente, reducionista, uma vez que deixa de apontar a riqueza das pautas e lutas de inúmeros grupos de mulheres daquele período” (Zirbel, 2021, p. 12).

Além do voto, as reivindicações diziam respeito a questões relacionadas ao trabalho, à educação e à dinâmica familiar (incluindo a reforma do direito matrimonial), entre outros. Como mostra Zirbel, as sociedades capitalistas estabelecidas privilegiavam alguns grupos de homens brancos e donos de propriedades e se beneficiavam do trabalho gratuito das mulheres: “a sociedade e os indivíduos dependem do trabalho doméstico e das variadas atividades de cuidado realizadas pelas mulheres, mas não lhes atribuem valor” (2021, p. 13). Talvez justamente por afetar mais gravemente mulheres da classe trabalhadora com terríveis condições de trabalho e de vida, foram estas que compuseram a maioria das manifestantes daquele período, apesar do senso comum levar a acreditar no protagonismo de mulheres de classe média (Zirbel, 2021).

No Brasil, o sufrágio feminino foi conquistado com a promulgação do Novo Código Eleitoral Brasileiro em 1932, após a luta e campanha pública pelo voto liderada pela Federação Brasileira pelo Progresso Feminino e por Bertha Lutz, uma de suas fundadoras (Pinto, 2010).

A categorização deste movimento como primeira onda é uma das menos contestadas, já que “apesar de não formarem um grupo homogêneo e defenderem diferentes opiniões políticas,

milhares de mulheres, em diferentes países e momentos distintos, em um dado momento, uniram-se em torno da luta pelo sufrágio” (Zirbel, 2021, p. 14).

### 3.3.2 Segunda onda – liberdade e autonomia

A segunda onda começaria a ser identificada a partir da década de 60, dessa vez através de protestos por mais direitos civis e pela contracultura, caracterizada pela oposição aos papéis tradicionais de gênero (Perez e Ricoldi, 2019). Esta demarcação de segundo momento da história do feminismo certamente gera mais debates por verificar reivindicações ainda mais distintas ao redor do mundo, mas dois conceitos se destacam; autonomia e liberdade (Pinto, 2010). Como mostra Célia Pinto (2010), é durante essa década que mulheres na Europa e Estados Unidos começam a levantar publicamente questionamentos sobre relações de poder entre os gêneros, reivindicando não só seus direitos civis, mas a própria reconstrução destas relações. Afinal, cada vez mais se entendia que “o pessoal é político” e “que as opressões vivenciadas nos espaços privados se entrelaçavam com as desigualdades e opressões políticas” (Zirbel, 2021, p. 18).

Nesta época também começam a surgir os estudos acadêmicos das mulheres, muito por parte de uma nova geração de mulheres pouco ou muito escolarizadas, consequência dos projetos de educação universal que alguns países tinham empreitado (Zirbel, 2021). A obra *O segundo sexo* de Simone de Beauvoir começa a circular e ser exportada para o mundo todo e logo marcaria a história do movimento com a frase “não se nasce mulher, torna-se”.

Já na América Latina, o momento político era diferente; diversos golpes militares derrubaram governos democraticamente eleitos com o apoio dos EUA e enquanto as conjunturas europeia e estadunidense eram bastante favoráveis para o desenvolvimento de movimentos libertários – especialmente aqueles que pautavam questões identitárias –, o Brasil vivia uma completa repressão da luta política legal. (Pinto, 2010, p. 16). Assim, apesar de a luta contra a ditadura tomar lugar central no movimento feminista latino deste período, muitas vezes as questões da mulher eram tratadas como secundárias dentro da resistência política, visto até mesmo como um “desvio burguês” (Pinto, 2003).

Em resposta aos protestos feministas ao redor do mundo, em 1975, a ONU organizou a Primeira Conferência Mundial sobre as Mulheres, sediada na Cidade do México e declarou os próximos anos como “a década das mulheres” (Zirbel, 2021). Alvarez (2014) mostra que

tipicamente se acredita que nesta época havia uma ênfase da ação feminista, pelo menos no campo discursivo, na constituição de “um só feminismo”. Isso realmente podia ser verificado por conta de uma luta por autonomia, não só do indivíduo, mas do movimento feminista em si. No entanto, a autora cita diversas teóricas para mostrar como o surgimento dos debates sobre questões de gênero sempre foram acompanhados por questionamentos sobre as intrínsecas marcações de raça, classe social e sexualidade; “(...) apesar de essa hegemonia discursiva ter delimitado estreitamente o que e quem compunha ‘o’ movimento feminista, o campo feminista contemporâneo no Brasil e em muito da América Latina de fato já nasceu plural e heterogêneo” (Alvarez, 2014, p. 23).

Na verdade, apesar de tratarmos as demandas de mulheres racializadas como algo novo, característico da terceira onda do feminismo, a história mostra que mulheres negras se organizam e protestam há muito mais tempo. Também é importante ressaltar que, mesmo que alguns direitos da narrativa hegemônica feminista estivessem na sua pauta, outros não lhe faziam o menor sentido, como o direito ao trabalho; ao contrário de mulheres brancas de classe média e alta, mulheres negras não só haviam crescido numa realidade em que precisam trabalhar, mas suas próprias mães e avós haviam sido trazidas ao país como escravas.

### 3.3.3 Terceira onda – interseccionalidade

Por causa dessa histórica participação e demanda de diferentes tipos de mulheres, muitas teóricas refutam a classificação de uma nova onda feminista na década de 90 e início do século XXI. De fato, muitas pautas dos anos anteriores continuavam presentes, mas é justamente um crescimento na visibilidade de questões interseccionais que caracterizam este período.

Um marco deste momento na história feminista é a IV Conferência Mundial sobre as Mulheres de 1995 e a assinatura da Declaração e Plataforma de Ação de Pequim. Neste documento foram definidas doze áreas prioritárias relacionadas às mulheres: pobreza; educação e capacitação; saúde; violência contra a mulher; conflito armado; economia; poder e liderança; mecanismos institucionais para seu avanço; mídia; direitos humanos; meio ambiente; meninas (Prá, 2014). Além disso, para a ONU, a mudança principal em Pequim foi a legitimação da necessidade de mudar o foco das mulheres para o conceito de gênero, reconhecendo que toda a estrutura social e relações entre mulheres e homens deveriam ser repensadas. Assim, essa transformação simbolizou uma “reafirmação de que os direitos das mulheres são direitos

humanos e que a igualdade de gênero era uma questão de interesse universal, beneficiando a todos” (Nações Unidas, [s.d.]). Ainda, como mostra Sueli Carneiro (2011), para as mulheres racializadas era imprescindível a abordagem do eixo de raça na discussão sobre violação dos direitos das mulheres, e seu esforço fez com que o Brasil – em episódio inédito na sua tradição diplomática – obstruísse uma reunião do G-77 para garantir a permanência do termo étnico-racial na Declaração.

Da mesma forma que, como mencionado anteriormente, a questões das mulheres era tratada como secundárias em movimentos políticos, incluindo os de resistência negra, a lente racializada era desvalorizada dentro do movimento feminista por conta da crença equívoca de que a condição de mulher unia a todas nas mesmas relações opressivas. Mulheres racializadas tentavam refutar tal crença há séculos, com manifestações impactantes como a de Sojourner Truth que, em 1851, marcou uma convenção de direitos das mulheres perguntando publicamente: “E eu não sou uma mulher?”.

É no final da década de 1980 e começo de 1990, no entanto, que começa a se utilizar de uma ferramenta metodológica que se tornaria de grande relevância para a disseminação do estudo inclusivo das opressões de raça e gênero, o desenvolvimento do conceito de interseccionalidade. Kimberlé Crenshaw (2002), considerada referência no tema, propõe estender o entendimento de como as opressões se relacionam, destacando a importância da lente de gênero na análise dos direitos humanos, mas alertando para a necessidade de ir além, levando em consideração que fatores como classe, raça, cor, etnia, religião, origem nacional e orientação sexual, são “‘diferenças que fazem diferença’ na forma como vários grupos de mulheres vivenciam a discriminação” (Crenshaw, 2002, p. 173).

Na academia, a perspectiva pós-estruturalista de gênero começa a ser difundida, questionando noções clássicas de sujeito, identidade e identificação. Os teóricos queer<sup>2</sup>, dentre os mais representativos a autora Judith Butler, compartilham de uma perspectiva de oposição e contestação, não apenas à heteronormatividade socialmente imposta, mas na verdade a qualquer tipo de normalização – especialmente no campo da sexualidade – incluindo a política de identidade homossexual dominante (Louro, 2001).

---

<sup>2</sup> Originalmente, "queer" era usado como um termo pejorativo e ofensivo para se referir a pessoas não conformes com as normas heteronormativas de sexualidade e gênero. No entanto, a partir da década de 1980, ativistas LGBTQ+ começaram a se apropriar da palavra e a ressignificá-la. A partir desse movimento de ressignificação, a expressão "queer" passou a ser usada para desafiar e reconhecer as diversas experiências de sexualidade e identidade de gênero fora das normas tradicionais.

Na América Latina, não por acaso, a terceira onda coincidiu com a redemocratização de países que haviam passado por ditaduras militares. Com esta mudança política, diversos grupos feministas, com pautas igualmente variadas, começam a se organizar e pressionar órgãos públicos por mudanças. No Brasil, no final da década de 1980 ocorre um esforço nacional para a adição dos direitos das mulheres na nova constituição, resultando na produção da Constituição de 1988 que, ao menos na teoria, é uma das maiores garantidoras de direitos das mulheres (Pinto, 2010, p. 17).

No entanto, como mostra Prá (2014) “se na Constituição de 1988 a cidadania é formalmente assegurada às brasileiras e aos brasileiros, na prática segue reservada à elite desta sociedade” (p. 7). A autora sinaliza como tanto o governo de transição da ditadura quanto seus sucessores pouco fizeram em questões de políticas públicas para as mulheres, o que resultou numa mudança do papel de fornecedor de políticas sociais para as mãos das Organizações Não-Governamentais (Alvarez, 2000; Matos, 2014). A década de 1990 ficou marcada então pela pressão de movimentos feministas no âmbito nacional e internacional, que resultaram em, dentre outros frutos, na criação em 2002 da Secretaria de Estados dos Direitos da Mulher e na promulgação da Lei Maria da Penha em 2006. Vale destacar que esta última ocorreu somente após a condenação do Estado brasileiro na Comissão Interamericana de Direitos Humanos da Organização dos Estados Americanos em 2001 por negligência e omissão em relação à violência doméstica (Nações Unidas Brasil, 2021).

### 3.3.4 Quarta onda? – a massificação do feminismo?

Assim como a própria metáfora das ondas, a definição de um quarto momento no movimento feminista ao redor do mundo causa discordância entre os teóricos e teóricas dos estudos de gênero. Apesar de alguns definirem este como terceiro momento (Alvarez, 2014), é possível identificar algumas características comuns nas diversas análises sobre a situação recente do feminismo ao redor do mundo. Dentre estas, estão o maior tratamento da interseccionalidade, a possibilidade de um feminismo transnacional e a popularização do feminismo autônomo (Perez e Ricoldi, 2019; Matos, 2014). Todas essas características são decorrência de um fenômeno cuja grandiosidade do impacto é unânime: as mídias sociais e a internet.

O termo ‘ciberfeminismo’ foi cunhado em 1991, no “Manifesto Ciberfeminista” do grupo artístico australiano VNS Matrix. O trabalho, que desafiava a hegemonia masculina nas TICs, vinha como uma homenagem e continuação a um dos primeiro e mais importantes textos do tema, o Manifesto Ciborgue, de Donna Haraway, publicado em 1985 (Lemos, 2009; Natansohn, Brunet e Paz, 2011). Apesar de não utilizar o termo em si, Haraway se tornou uma referência no que mais tarde se chamaria de ciberfeminismo ao “sugerir uma análise do feminismo sob a ótica das novas tecnologias, incluindo os meios de comunicação, propondo a organização em rede e apropriação dessas tecnologias como forma de ativismo político” (Lemos, 2009, p. 41).

Fernandez e Wilding (2002, APUD Natansohn, Brunet e Paz, 2011) sugerem duas fases do ciberfeminismo; um ‘velho’ onde as TICs eram vistas como uma *solução* contra o controle patriarcal, e um ‘novo’, mais crítico e refutador do período anterior. Indo ao encontro deste último, Natansohn, Brunet e Paz apontam como a relação de dominação se perpetua no espaço virtual, já que “as relações de poder não são externas ao desenvolvimento tecnológico (2011, p. 2). As autoras conceituam:

Ciberfeminismo é a terminologia usada para designar a parte do movimento feminista que se compromete com questões como identidade e direitos da mulher dentro do âmbito do ciberespaço. O movimento conjectura sobre as mulheres e suas relações com computador, a Internet e, num spectrum mais amplo, as tecnologias de informação e comunicação (TICs). (2011, p. 6)

Apesar de parecer intuitivo – ciberfeminismo é o ativismo feminista realizado no ciberespaço – as características do fenômeno vão além da simples transposição do movimento já existente para o formato virtual. Como já mencionado, tanto o aprofundamento de alguns fenômenos sociais já existentes quanto o surgimento de novos desafios e acontecimentos são características da difusão da internet em nossas vidas.

Para Youngs (2007), as potencialidades do ciberfeminismo estão relacionadas especialmente a três áreas: 1) a quebra da dualidade público/privado – uma continuidade do processo já realizado pela mídia de massa –; 2) a criação de espaços seguros que permitam um ‘despertar da consciência’ e 3) o alcance internacional. Sobre a primeira área, considerada talvez a mais importante para a autora, esta destaca a já tratada desigualdade de gênero atrelada ao binário público/privado; apesar da presença e atuação em ambas esferas, o patriarcado continua a relacionar mulheres predominantemente ao espaço privado, ocultando substancialmente a

importância dos diversos papéis que realizam. Isso influencia não só as percepções sociais sobre os papéis femininos na comunidade, mas também as percepções pessoais sobre si mesmas, o que está relacionada a segunda área destacada por Youngs.

Assim, ao encararmos o espaço online como uma expansão da esfera pública tradicional, podemos perceber a importância da cada vez maior atuação feminina e feminista nas redes, já que estas contribuem para a quebra das limitações de gênero do mundo geoespacial público/privado. Além disso, esta atuação é geralmente feita através da construção de comunidades online, o que permite a criação de espaços seguros “(...) longe do olhar patriarcal disciplinar onde as mulheres poderiam explorar abertamente os significados de suas vidas e validá-los e criticá-los” (Youngs, 2007, p.1).

Fonseca e Cardoso (2018) também observam isto ao analisar o conteúdo de duas comunidades feministas no Facebook e constatam que o compartilhamento de experiências vividas por mulheres nestes espaços consolida duas importantes questões: o “estabelecimento do protagonismo” – onde aquelas que compartilham ocorridos podem fazê-lo sem medo de serem culpabilizadas – e a construção de um “apoio virtual”, por meio do qual as vítimas podem encontrar solidariedade e lutar contra o assédio passado e presente. Podemos ver como estas observações se relacionam à segunda área destacada por Youngs (2007); não só o compartilhamento das próprias histórias e as respostas de apoio podem levar ao despertar da consciência da pessoa como uma vítima, desprovida de culpa, como a leitura de casos em comum idealmente deve levar à conscientização de um problema estrutural, muito maior que casos específicos.

Na terceira área destacada por Youngs, a autora fala do potencial internacional da internet para mulheres especialmente a partir de dois sentidos: como estas se identificam ou deixam de se identificar umas com as outras internacionalmente e como influenciam as relações internacionais. Sobre o primeiro sentido, podemos inferir que os limites geográficos que dificultam a relação e a solidariedade entre mulheres são diminuídos com a internet, mas é importante lembrar que não existe uma experiência completamente comum entre mulheres de todos os países, sobre o que discutirei novamente mais à frente. Já sobre o segundo, Youngs fala sobre como a arena internacional está mais acessível do que nunca, permitindo que

mulheres não só compartilhem suas histórias (como já mencionado), mas também trabalhem juntas por mudanças políticas<sup>3</sup> ou mesmo criem oportunidades e negócios.

Vale aqui revisitar a discussão já trazida sobre mobilização social transnacional, já que o movimento feminista, em sua essência, busca mobilizar pessoas para diminuir as disparidades de gênero. As características do processo de transnacionalização dos movimentos sociais descritas por Della Porta e Tarrow – difusão, internacionalização, externalização e ação coletiva transnacional – são igualmente cabíveis no movimento feminista e não só certamente serão observadas na campanha HeForShe, como já podem ser identificadas em diversos casos de protestos que tomam proporções internacionais.

Prudence Chamberlain (2017) afirma que, embora não se possa considerar as mídias sociais como o centro do feminismo de quarta onda, estas transformaram a disseminação, a participação e o escopo por conta da velocidade que proporcionam. A partir de alguns exemplos recentes, Chamberlain (assim como Youngs, 2007) fala do potencial massivo que ganha o lema “o pessoal é político”, já que casos particulares são compartilhados, escalando rapidamente e ganhando apoio internacional. Analisando o caso da Marcha Internacional das Vadias, esta característica se manifesta, já que o começo do movimento pode ser atribuído a uma fala machista de um policial no Canadá, que numa palestra sobre segurança no campus universitário teria dito que estudantes não deveriam se vestir como vadias se não quisessem ser vítimas de assédio (Chamberlain, 2017; BBC, 2011).

Além da difusão internacional, a autora argumenta que o caso citado é ainda mais representativo da quarta onda feminista por demonstrar as maneiras como a violência de gênero continua acontecendo, especialmente pela cultura do estupro. Chamberlain destaca como as feministas procuram uma mudança muito além da legislativa, principalmente cultural. Por causa da perpetuação do assédio e do estupro, apesar da existência de várias leis que os proíbem, uma forte característica do movimento é a incredulidade; “Se já existem leis para prevenir o estupro, mas o estupro ainda está acontecendo, então é a falta de financiamento, a falta de acesso e a atitude social generalizada que precisa ser desafiada. A Marcha das Vadias nasceu da raiva, indignação e descrença” (Chamberlain, 2017, p. 115).

---

<sup>3</sup> Como por exemplo a “Maré Verde” que se alastra pelo continente sul-americano reivindicando mudanças legislativas quanto ao direito ao aborto.

Apesar de se reapropriar do termo tradicionalmente ofensivo para desafiar a cultura do estupro e ao mesmo tempo celebrar a autonomia sexual feminina, a autora nota como a Marcha das Vadias foi considerada problemática por muitas pessoas, especialmente por feministas negras que apontaram como o termo é utilizado de forma diferenciada no caso de mulheres racializadas. Atrelado a isso está o debate contemporâneo no Brasil da representação da sexualidade feminina nas mídias, que nota que enquanto mulheres brancas podem ver nisso uma emancipação da sua sexualidade, mulheres negras são tradicionalmente fetichizadas e ainda mais objetificadas. A partir das repercussões negativas do movimento, Chamberlain constata que algumas formas de ativismo podem não funcionar universalmente.

Relacionado a essas diferentes ramificações do movimento, Henry-White (2015) traz a distinção dos termos ‘feminismo global’ e ‘feminismo transnacional’, em que o primeiro envolveria a ideia de uma experiência comum diante da hegemonia masculina, discriminação de gênero e violência sexual. Já o último procura trazer atenção para a variedade de situações em que se encontram as mulheres de diferentes culturas e situações econômicas, procurando diminuir a brecha entre o feminismo ocidental e outros tipos de feminismos, legitimando as lutas historicamente invisibilizadas de mulheres não-ocidentais.

### **3.4 Feminismo latino-americano**

A América Latina, embora tenha experimentado avanços significativos em direção à igualdade de gênero nas últimas décadas, ainda enfrenta desafios profundos nessa área, além da ameaça de regresso em direitos já conquistados. A desigualdade na região é multifacetada, envolvendo desigualdades econômicas, acesso limitado à justiça e uma epidemia de violência contra as mulheres. Na América Latina, e especialmente no Brasil, a interseccionalidade é uma questão crucial ao se discutir a desigualdade de gênero, como veremos a seguir. Mulheres indígenas, negras, trans ou que fazem parte da classe trabalhadora muitas vezes enfrentam múltiplas formas de discriminação e violência.

De acordo com a diretora do PNUD, a região é a mais violenta do mundo contra as mulheres fora de contextos de conflito. O cenário brasileiro é particularmente preocupante. O termo "feminicídio" foi legalmente reconhecido no Brasil em 2015, enfatizando crimes em que mulheres são mortas devido à sua condição de gênero, ressaltando assim a gravidade da violência de gênero no país. Dados do Atlas da Violência revelam que em 2018 uma mulher foi

morta a cada duas horas no país, sendo que em grande parte dos casos, o agressor é um parceiro ou ex-parceiro íntimo. Além disso, apesar de uma diminuição geral nos homicídios de mulheres na década de 2011-2021, enquanto a taxa de homicídios de mulheres não-negras caiu em 2,8% entre 2020 e 2021, a de mulheres negras *aumentou* 0,5% (Cerqueira e Bueno, 2020 e 2023). Isso reflete uma sobreposição preocupante entre racismo e misoginia. A violência de gênero na região, dessa forma, não pode ser compreendida sem levar em conta outras formas de preconceito e discriminação. Por exemplo, mulheres LGBTQ+ podem enfrentar discriminação não apenas por seu gênero, mas também por sua orientação sexual ou identidade de gênero.

Apesar dos avanços na América Latina, por exemplo, no acesso à educação - que em alguns países mostra até mesmo uma inversão com maiores níveis de mulheres ingressas em níveis de ensino cada vez mais altos -, persiste a desigualdade de renda e de salários entre os gêneros, de maneira ainda mais agravada para mulheres negras e indígenas, e com lacunas ainda maiores quanto maiores os níveis de instrução (CEPAL, 2019) (ver ANEXO 1). No Brasil, mulheres recebem três quartos do que homens recebem. Além de fatores como segregação ocupacional e discriminação salarial influenciando esta estatística, está a maior presença do gênero em ocupações de carga horária reduzida, derivada da necessidade de conciliar o trabalho pago com responsabilidades desproporcionais de cuidados não remunerados (IBGE, 2018).

Em 2016, no Brasil, as mulheres destinaram aproximadamente 73% mais tempo do que os homens aos cuidados de pessoas e/ou afazeres domésticos, totalizando 18,1 horas em comparação com as 10,5 horas dos homens (IBGE, 2018). Nancy Fraser (2016), renomada filósofa e teórica social, argumenta que as mulheres foram historicamente relegadas ao domínio da reprodução social - isto é, ao trabalho não remunerado e frequentemente não reconhecido de cuidar dos membros da família, manter a casa e garantir a continuidade da vida social e cultural. Essencial para o funcionamento da sociedade, este tipo de esforço é desvalorizado em comparação com o trabalho remunerado no domínio da produção econômica. Fraser defende não apenas o reconhecimento do trabalho não remunerado, mas também a reconfiguração das estruturas econômicas e sociais que tornam esse trabalho invisível e não remunerado, argumentando que a valorização do trabalho deve ir além das normas capitalistas tradicionais e reconhecer o valor intrínseco do trabalho reprodutivo e de cuidado. Dentro disso, novamente há uma intersecção com raça e etnia. Mulheres brancas e com condições econômicas conseguem contratar outras mulheres para cuidar dos seus filhos para que possam se dedicar ao mercado de

trabalho, enquanto mulheres negras têm que negligenciar suas próprias crianças para cuidar das dos outros. A falta de acesso à educação reprodutiva e ao aborto estão fortemente relacionadas a essa “estrutura de desvantagem” (CEPAL, 2006 APUD Lamas, 2007), fundada em um “círculo vicioso de maternidade precoce, quantidade de filhos, falta de educação e menor capacitação profissional (que) reforça a pobreza, a desigualdade e a marginalização” (Lamas, 2007, p. 135).

Descritas algumas das faces das opressões que afligem mulheres latinoamericanas, é interessante olharmos para as estratégias de amenização dessas desigualdades. Uma delas, com status de *buzzword*<sup>4</sup> no debate sobre gênero, é ‘empoderamento feminino’. Marinho e Gonçalves (2016) falam sobre como esse termo tem diversas conceituações, e é “muitas vezes utilizado de forma maleável, de acordo com a necessidade e o corpo ideológico de cada grupo social que dele se apropria” (Vasconcelos, 2003 APUD Marinho e Gonçalves, 2016, p. 81). As autoras pontuam que as discussões sobre os diferentes sentidos do termo ‘empoderamento’ frequentemente ressaltam a importância de considerar não apenas a perspectiva individual, mas buscar também mudanças estruturais. Carvalho (2004, APUD Marinho e Gonçalves, 2016), por exemplo, divide o empoderamento (utilizado no termo ‘*empowerment*’, em inglês) em psicológico e comunitário, onde aquele que não se empenha em modificar estruturas sociais, mas sim em criar um sentimento de controle a respeito da própria vida, seria uma ilusão e contrário do verdadeiro empoderamento, o coletivo. Assim, ao levar em consideração a disparidade de poder e controle que diferentes grupos têm em nossa sociedade, o *empowerment* comunitário procuraria a reorganização desse arranjo, ou seja, a redistribuição do poder.

Também relacionado a relações de poder, Fraser (1995, 2000) desenvolve um quadro analítico que distingue duas formas principais de injustiça: falso reconhecimento e má distribuição. A partir desta distinção, ela conceitua as políticas de reconhecimento e redistribuição. As políticas de reconhecimento focam nas injustiças derivadas da falta de reconhecimento cultural e que surgem quando certos grupos são desvalorizados, estigmatizados ou discriminados com base em sua identidade cultural ou social. Estas injustiças, segundo Fraser, frequentemente vão além da discriminação individual, estendendo-se a padrões culturais e institucionalizados que marginalizam certos grupos. Portanto, as políticas de reconhecimento buscam corrigir essas distorções, valorizando e reconhecendo as identidades e culturas de

---

<sup>4</sup> Palavra ou expressão ‘na moda’ em um determinado momento ou contexto.

grupos historicamente marginalizados. Exemplos disso incluem medidas como a ação afirmativa, políticas de direitos linguísticos para minorias e reconhecimento legal de diversas identidades de gênero.

Por outro lado, as políticas de redistribuição lidam com injustiças econômicas e materiais, que se manifestam quando os recursos e oportunidades econômicas não são compartilhados de maneira equitativa entre diferentes grupos da sociedade. Fraser observa que muitas dessas más distribuições podem ser atribuídas a estruturas econômicas injustas que favorecem determinados grupos em detrimento de outros. Assim, políticas de redistribuição visam corrigir essas desigualdades, assegurando uma distribuição mais justa de recursos e oportunidades. Exemplos dessas políticas incluem a implementação de impostos progressivos, programas de assistência social e acesso universal à educação e saúde.

Contudo, Fraser ressalta a importância de perceber que as injustiças de reconhecimento e redistribuição frequentemente se entrelaçam, e que, portanto, devem ser enfrentadas com uma abordagem dual. Discriminações, como as raciais, podem simultaneamente gerar estigmatização cultural e restrições econômicas. Assim, abordar apenas uma das dimensões da injustiça sem considerar a outra seria insuficiente. As contribuições de Fraser oferecem uma estrutura holística para compreender e enfrentar múltiplas facetas da injustiça em sociedades contemporâneas.

Sobre as estratégias de empoderamento analisadas por Marinho e Gonçalves (2016), as autoras primeiro pontuam aquelas ancoradas no incremento da renda feminina, por conta da sua frequência, ou seja, estratégias que buscam “o empoderamento das mulheres por meio de sua inclusão nos processos produtivos” (p. 86). Entretanto, Marín e Okali (2008 APUD Marinho e Gonçalves, 2016) destacam que essa inclusão acarreta um aumento na carga de trabalho das mulheres, uma vez que elas ainda mantêm a responsabilidade pelo trabalho doméstico. Além disso, Chablé et al. (2007 APUD Marinho e Gonçalves, 2016) observaram que a renda gerada para mulheres participantes de projetos de microcrédito era utilizada em benefício quase exclusivo da unidade doméstica, fato que pode indicar a perpetuação do papel da mulher no âmbito reprodutivo.

Assim, Marinho e Gonçalves ressaltam: “parece importante suspeitar de práticas voltadas para grupos vulneráveis —como é o caso de mulheres pobres— que não se dediquem a propósitos outros que não o mero repasse de renda. A geração de renda, o microcrédito e os

incentivos financeiros, desconectados da reflexão sobre as formas de dominação de gênero, podem deixar esses grupos ainda mais distantes de efetivas mudanças nas relações de gênero, conformando-os a papéis de subordinação” (Marinho e Gonçalves, 2016, p. 87).

Estendendo a análise, as autoras pontuam que, das iniciativas observadas, aquelas que estimularam uma reflexão sobre os papéis de gênero e foram reconhecidas como empoderadoras foram as que levaram em conta os ambientes nos quais as mulheres estão inseridas, incluindo uma análise sobre o seu papel nas esferas reprodutiva e doméstica. Portanto, com base nas obras que analisam, Marinho e Gonçalves afirmam que estratégias derivadas da aproximação com a *realidade local* e a compreensão do empoderamento associado à questão de gênero parecem apontar para uma maior eficácia nas iniciativas de empoderamento das mulheres. “Para que o empoderamento seja possível, não há fórmulas prontas e o processo será tanto mais efetivo quanto mais se valorizar a história pessoal. Portanto, a aproximação e a valorização das singularidades, e não a *universalidade*, parecem abrir a possibilidade real de promover mudanças pessoais e sociais” (2016, p. 89, grifo meu).

## 4. ANÁLISE

### 4.1 Metodologia

A metodologia deste trabalho se dividiu nas seguintes etapas: em primeiro momento foram identificados os principais atores sociais/políticos ligados à campanha, focando nos membros do Comitê Nacional Impulsor Brasil ElesPorElas (HeForShe), e seguindo a técnica da bola de neve, onde a partir da conversa com um dos atores, solicitei indicações e auxílio para contato com outros. A ideia original era selecionar ao todo 6 pessoas para a etapa das entrevistas (dois de cada setor da sociedade, a saber, do Estado, do Mercado e da Sociedade Civil), mas após reavaliação e possibilidade de expansão, pude realizar ao todo 9 entrevistas, sendo estas então divididas conforme a própria classificação da ONU Mulheres. Descrevo-as a seguir, incluindo seus respectivos nomes fictícios: Leonardo e José da Sociedade Civil (representantes de uma mesma ONG parceira do HeForShe), Priscila e Geraldo, representando universidades, Carlos como “homem público”, Suzana, representando uma empresa, Mariana do governo e Ana Clara e Beatriz que previamente participaram do planejamento e execução da campanha como parte da própria ONU Mulheres Brasil. A única categoria daquelas destacadas pela ONU Mulheres em seu site que não dispôs de representatividade nessa pesquisa é “mídia”.

É importante destacar que papel dos entrevistados nessa pesquisa é tratá-los como fontes legítimas sobre a campanha ElesPorElas e investigar suas percepções sobre o funcionamento dela no Brasil, tomando em consideração que esses trazem dados objetivos (como datas, números e ações que ocorreram) mas também subjetivos (como suas opiniões pessoais).

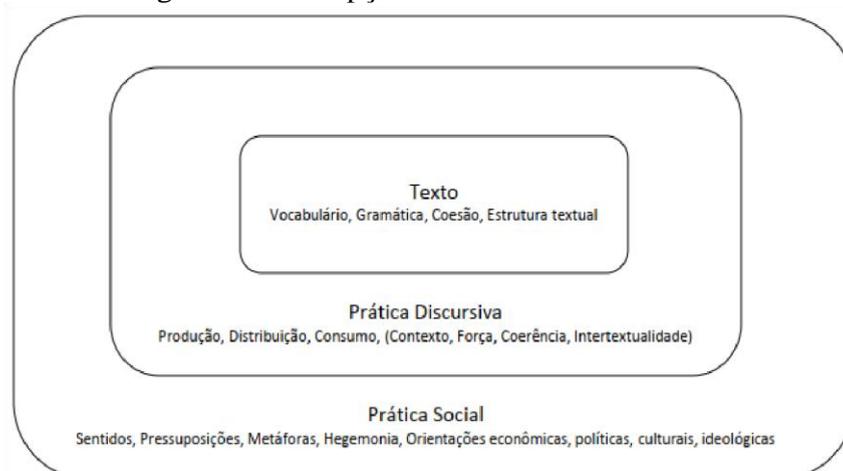
Após feitas as entrevistas, selecionei para compor o corpus da análise: informações sobre a campanha e notícias disponíveis ao realizar as buscas relacionadas a “HeForShe” e a “ElesPorElas” no site da ONU Mulheres Brasil, a notícia relacionada ao Brasil no site global da HeForShe, os documentos de orientação originais (na sua tradução em português) e atualizados (na sua maioria, somente disponíveis em inglês) e as menções ao Brasil nos 5 relatórios anuais lançados pela campanha. Assim, o corpus total se resume a:

- 9 entrevistas
- site ONU Mulheres
- 66 notícias do site ONU Mulheres Brasil
- 1 notícia do site HeForShe
- 11 documentos, sendo 6 mais antigos e 5 atualizados
- recortes de 5 relatórios (2016, 2017, 2018, 2019 e 2021)

Com o corpus selecionado, parti para a codificação dos materiais utilizando a ferramenta de análise Nvivo, software de análise de dados qualitativos. Sendo uma plataforma para organizar, analisar e visualizar dados textuais, áudio, vídeo e imagens, o NVivo permite explorar padrões e identificar temas emergentes.

Em termos de metodologia elencada para uma investigação com olhar para a mudança social opto pela Análise Crítica do Discurso - ACD (Fairclough, 2016), partindo da tridimensionalidade do texto, prática discursiva e prática social, ilustrada na Figura 1. Esta abordagem parte da premissa do discurso como prática social, e não como atividade individual, implicando isto nas ideias de que este é “uma forma em que as pessoas podem agir sobre o mundo e especialmente sobre os outros, como também um modo de representação” (Fairclough, 2001, p. 91), assim como em contínua relação com as estruturas sociais de poder. A ACD estuda as interações sociais a partir da análise de textos, e oferece como ênfase a mudança social a partir da mudança discursiva, no ponto em que uma implica a outra mutuamente.

Figura 1 - Concepção tridimensional do discurso



Fonte: elaborado por Alves, 2015, p. 94. Adaptado de Fairclough (2016).

Segundo Fairclough (2016, p. 61) a “análise de discurso preocupa-se não apenas com as relações de poder no discurso (...) mas também com a maneira como as relações de poder e a luta de poder moldam e transformam as práticas discursivas de uma sociedade ou instituição”. Assim, esta análise não é moldada no âmbito individual, mas no social. Ou seja, Fairclough (2016, p. 94) propõe usar o termo “discurso” para designar “o uso de linguagem como forma de prática social”, o que implica tomá-lo como uma forma de ação. O autor reforça indicando que “o discurso é uma prática não apenas de representação do mundo, mas de significação do mundo, constituindo e construindo o mundo em significado” (p.95).

Destaco ainda, dentro da teoria de Fairclough (2016), a dimensão da prática social. Dentro desse aspecto, trazemos uma ênfase para os itens ‘ideologia’ e ‘hegemonia’, este último que acarreta também no conceito de ‘luta hegemônica’. Sobre a ideologia, Fairclough parte de três asserções:

Primeiro, a asserção de que ela [a ideologia] tem existência material nas práticas das instituições, que abre o caminho para investigar as práticas discursivas como formas materiais de ideologia. Segundo, a asserção de que a ideologia 'interpela os sujeitos', que conduz à concepção de que um dos mais significativos 'efeitos ideológicos' que os linguistas ignoram no discurso (segundo Althusser, 1971: 161, n. 16), é a constituição dos sujeitos. Terceiro, a asserção de que os 'aparelhos ideológicos de estado' (instituições tais como a educação ou a mídia) são ambos locais e marcos delimitadores na luta de classe, que apontam para a luta no discurso e subjacente a ele como foco para uma análise de discurso orientada ideologicamente. (Fairclough, 2016, p. 121-122)

Fairclough esclarece que as pessoas não têm consciência das dimensões ideológicas das próprias práticas, podendo estas ser mais ou menos naturalizadas. O autor defende sua posição dialética de que os indivíduos “são posicionados ideologicamente, mas são também capazes de agir criativamente no sentido de realizar suas próprias conexões entre as diversas práticas e ideologias a que são expostos e de reestruturar as práticas e as estruturas posicionadoras” (Fairclough, 2016, p. 126). Assim, defende que o discurso é ideológico na medida em que integra significações que participam do mantimento ou reestruturação das relações de poder.

Estas relações de poder sustentam o conceito de hegemonia, sendo esta a “liderança tanto quanto dominação nos domínios econômico, político, cultural e ideológico de uma sociedade” (Fairclough, 2016, p. 127). A hegemonia mostra-se também foco de uma resposta quase intrínseca a si: a luta hegemônica. Promovendo a articulação e a rearticulação de ordens de discurso diferentes das hegemônicas, a luta hegemônica é composta principalmente por instituições da sociedade civil (tais como educação, sindicatos, família) - com possíveis desigualdades entre diferentes níveis e domínios.

O conceito de hegemonia nos auxilia nessa tarefa [de análise do discurso], fornecendo para o discurso tanto uma matriz - uma forma de analisar a prática social a qual pertence o discurso em termos de relações de poder, isto é, se essas relações de poder reproduzem, reestruturam ou desafiam as hegemônias existentes — como um modelo — uma forma de analisar a própria prática discursiva como um modo de luta hegemônica, que reproduz, reestrutura ou desafia as ordens de discurso existentes. (Fairclough, 2016, p. 131)

Partindo da consciência de uma hegemonia patriarcal, a ACD se mostra ideal para auxiliar na análise de campanhas de conscientização para igualdade de gênero, como a realizada pela HeForShe pela ONU Mulheres, ampliando seu olhar para além do texto – mas também do discurso e do contexto – e promovendo reflexões sobre a realidade social produzida.

## **4.2 Análise da campanha**

### 4.2.1 HeForShe Global

A HeForShe foi lançada mundialmente em 20 de setembro de 2014 na 69ª sessão da Assembleia Geral da ONU e ganhou grande visibilidade com a viralização do discurso da Embaixadora da Boa Vontade Emma Watson. O discurso protagonizado pela atriz britânica intérprete da personagem Hermione na série de filmes Harry Potter gerou em três dias o compromisso de 100 mil homens e foi declarado pelo Twitter como um dos momentos mais catalisadores de 2014 (HEFORSHE, 2017).

Como veremos a seguir, a HeForShe (ElesPorElas) passou por algumas mudanças desde sua estreia em 2014. Nos documentos originais de orientação, traduzidos para o português e compartilhados no site da ONU Mulheres em 2015, o grande objetivo da campanha era “difundir a conscientização e iniciar a ação sobre a responsabilidade que homens e meninos têm para a eliminação de todas as formas de discriminação contra as mulheres e da violência contra mulheres e meninas” (ONU Mulheres, 2015), com a meta de atingir o compromisso de 1 bilhão de homens até setembro do mesmo ano. Considerando que isso representaria aproximadamente um quarto da população masculina mundial da época, a própria ONU declara este objetivo como “ambicioso”.

De início, não é absolutamente claro em que consiste o “compromisso” mencionado. Atualmente não mais disponível, o movimento contava com um API<sup>5</sup> de Compromissos ElesPorElas, uma interface online com mapa georreferenciado que permitiria a visualização em tempo real da quantidade de registros (Figura 2). Em junho de 2018, quando analisei o site na minha monografia (Kauer, 2018), as adesões eram feitas requerendo nome, email, país e gênero – este dando as opções ‘ele’, ‘ela’ e um campo aberto escrito ‘você decide’ – e então pedindo ao compromissado que confirmasse selecionando “eu sou ElesPorElas” (Figura 3). Além disso,

---

<sup>5</sup>Application Programming Interface ou Interface de Programação de Aplicação

o site exibia a contagem teoricamente em tempo real do número de ações para a igualdade de gênero, que em maio de 2018 de fato ultrapassava 1,3 bilhão. No entanto, como destaquei já naquele trabalho, “ao clicar em ‘veja mais’, percebe-se que este número se refere a ‘conversas’ e que o número alusivo a assinaturas do compromisso é, na realidade, inferior a 2 milhões” e que “estas conversas, (...) podem ter sido contabilizadas por eventos realizados, menções das redes sociais ou inclusão da hashtag #HeForShe em alguma postagem em rede social. Nenhum indicador garante, no entanto, o conteúdo destas mensagens” (Kauer, 2018, p. 89) (Figura 4).

Figura 2 - API de Compromissos - Mapa



Fonte: Site global HeForShe.org. Acesso em 08.05.2018

Figura 3 - API de Compromissos - Adesões

The screenshot shows the 'Eu sou um entre bilhões...' (I am one of billions...) sign-up page for the #ElesPorElas commitment. The page has a dark background with white text. At the top, it says 'O Compromisso #ElesPorElas'. The main heading is 'Eu sou um entre bilhões...'. Below this, there is a short paragraph explaining the commitment: 'que acreditam que todos nascemos livres e iguais. Eu lutarei contra os preconceitos de gênero, a discriminação e a violência a fim de trazer os benefícios da igualdade de gênero para todos e todas nós.' (who believe that we are all born free and equal. I will fight against gender prejudice, discrimination and violence in order to bring the benefits of gender equality to all of us). The form includes three input fields: 'Nome' (Name), 'Endereço de e-mail' (Email address), and 'Por favor, selecione um país' (Please select a country). Below the fields, there is a question: '#ElesPorElas acredita que o gênero não é binário. Como você gostaria de ser definido?' (ElesPorElas believes that gender is not binary. How would you like to be defined?). There are three radio button options: 'Ele' (He), 'Ela' (She), and 'Você decide' (You decide). A red button labeled 'Eu sou ElesPorElas' is positioned below the options. At the bottom, there is a small note: 'Ao submeter seu endereço de e-mail, você concorda em receber nossas histórias e sugestões de atividades ElesPorElas.' (By submitting your email address, you agree to receive our stories and suggestions of ElesPorElas activities.) The footer includes the UN Women logo and links for 'Recursos' (Resources), 'Envolve-se' (Get involved), and 'Contate-se' (Contact us).

Fonte: Site global HeForShe.org. Acesso em 08.05.2018

Figura 4 - API de Compromissos – 1.3 bilhão de compromissos



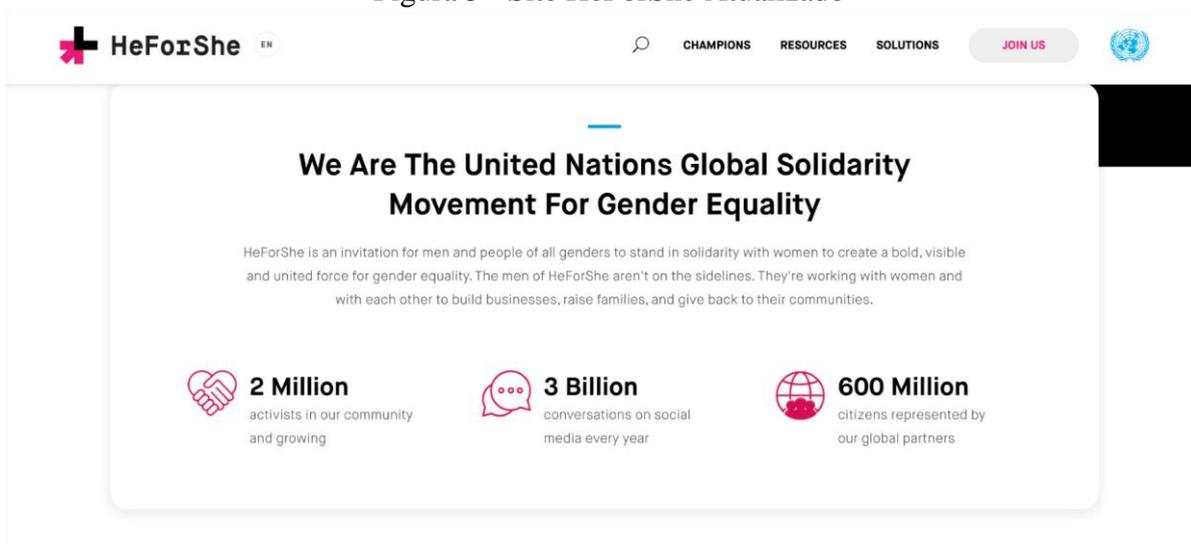
Fonte: Site global HeForShe.org. Acesso em 08.05.2018

Por mais que a própria ONU declarasse o objetivo como ambicioso e talvez tivesse claro que seria impossível de ser atingido, utilizando-o na verdade como horizonte muito mais do que como linha de chegada, não é difícil perceber instâncias em que esta meta utópica confundia e talvez até prejudicava o funcionamento da campanha no Brasil. Como menciona a entrevistada do governo,

(...) algumas iniciativas eram propostas pelo Comitê Nacional, mas eram mais voltadas para ampliação de adesões ao movimento né, (...) fazer eventos e atividades que a gente fosse aumentando o número de adesões. Depois de um certo ponto meio que se entendeu que essa coisa do número de pessoas que aderiram ao HeForShe não refletia no debate na sociedade, o debate estava acontecendo e as pessoas não aderiam pela internet então meio que se relaxou com isso. (Mariana - Governo)

Atualmente a página inicial do site da HeForShe exibe alguns números, como podem ser visto na Figura 5, mas com certeza sem o mesmo foco que possuía no passado. Na verdade, a própria maneira de “juntar-se” ao movimento mudou, já que em vez de realizar o referido compromisso submetendo seu e-mail, o público agora é convidado a manter-se informado via redes sociais digitais, oferecendo-lhe as opções de seguir as contas oficiais da campanha no Instagram, Twitter, Facebook, YouTube e TikTok.

Figura 5 - Site HeForShe Atualizado



Fonte: Site global HeForShe.org. Acesso em 05.10.2023

Outra notável mudança na campanha é o público a quem ela se destina. Em primeiro momento, quando lançada em 2014, a plataforma de compromissos era segmentada apenas para homens e meninos. Em 2016, na “nova fase” da HeForShe, apesar de continuar com o objetivo de “mobilizar homens e meninos”, as assinaturas foram expandidas para “pessoas de todos os gêneros”, no entanto ainda solicitando a autoclassificação nessa categoria, como vimos na Figura 3. Em 2018, com o lançamento dos novos Kits de Ação e do site na configuração atual, a campanha adiciona a meta de mobilizar “pessoas de todos os gêneros” ao seu discurso e diminui ligeiramente o foco intenso da classificação de gênero.

Essas mudanças no texto e na prática discursiva da campanha certamente têm relação com os questionamentos e disputas de sentidos que ocorreram na prática social do movimento após seu lançamento; conversando com alguns dos parceiros da ElesPorElas, pude notar o surgimento de duas grandes questões relacionadas à gênero na campanha: a indagação do papel “deles” e “delas” na campanha e a limitação ao reconhecimento dessas duas únicas identidades de gênero.

Quanto à primeira questão, havia um questionamento tanto do nome (em especial da preposição POR, que segundo José (da sociedade civil) dá a ideia de colocar homens na frente das mulheres) quanto do conceito de chamar homens para lutar por direitos das mulheres. De fato, a própria campanha é lançada destacando que durante muitos anos a luta pelos direitos das mulheres era segmentada a apenas elas e que isso deveria mudar. Como veremos mais adiante,

apesar da aceitação geral da necessidade de envolvimento dos homens, há muita discussão em torno das suas partes no movimento, questionando a validade do papel de protagonista.

A isso, a ONU responde com uma nova fase com o lema “o que compartilhamos é mais importante do que o que nos separa”, afirmando que “não se trata de mulheres ou homens, trata-se da elaboração de uma visão compartilhada de que a igualdade de gênero é uma questão de justiça a benefício de todos os seres humanos” (ONU Mulheres Brasil, 2016).

Apesar de concordar profundamente com essa primeira citação, analiso uma incongruência na prática discursiva da organização; não faz sentido dizer que “não se trata de mulheres e homens” quando o próprio nome da campanha traz enfoque para isso. É necessária, sim, uma visão compartilhada de igualdade de gênero, mas para isso é importante destacar as diferenças e analisar em que instâncias homens e meninos são privilegiados ou prejudicados, para então identificar maneiras de equilibrar a balança nas diversas instâncias sociais. Como aponta Joan Scott (1988, p. 44), a noção política de igualdade de fato depende do reconhecimento de diferenças, pois o que se demanda é que se considere pessoas obviamente distintas como *equivalentes* (e não *idênticas*).

Ao lutar por certos direitos e mudanças sociais, certas estratégias devem ser tomadas para atingir a igualdade, analisando outras importantes categorias primárias que influenciam na desigualdade, como raça e classe social. Creio que é importante sim identificar o papel dos diferentes tipos de indivíduos, incluindo o de protagonista. Como já vimos, o debate da igualdade de gênero tem diversas faces e apesar de claramente afetar mais cruelmente mulheres (na verdade, algumas mulheres mais que outras), também afeta negativamente homens em outras formas. Nesses debates, como de parentalidade, de violência e de afetos, quando o homem é foco, ele deve sim ser protagonista. Em outros debates em que o foco são mulheres, é importante que homens estejam envolvidos, mas sempre com a consciência de que para que mulheres cheguem no seu status é preciso que eles abram mão de seus privilégios, algo que não é fácil e nem naturalmente desejado.

Quanto à questão da binariedade, a ONU faz referência direta a essa crítica nos novos kits de ação para organizações da sociedade civil e para o ambiente de trabalho (não foi possível, no entanto, notar essa resposta tão direta em nenhum outro material do corpus analisado). A campanha declara que apesar de, pelo nome, parecer um movimento binário, “foi criada a partir de uma ideia muito simples: envolver os homens na conversa sobre igualdade de gênero. À

medida que o espectro de gênero e identidade evolui, a HeForShe também evolui; um movimento inclusivo que não está vinculado ou definido pelo gênero, mas sim uma plataforma na qual os indivíduos são capacitados para se tornarem agentes de mudança à sua maneira única para promover a igualdade.”

Como uma pessoa simpatizante da teoria queer, mas também consciente do impacto dessa categoria primária nas vidas das pessoas, com essa citação acredito que a ONU está num bom caminho para lidar com as nuances de promover a igualdade destacando as diferenças. No entanto, questiono até que ponto uma campanha concebida de maneira tão binária e limítrofe ao protagonismo masculino poderá ter futuro.

#### 4.2.2 HeForShe no Brasil

No Brasil, a campanha contou com algumas ações midiáticas já em 2014 durante a Copa do Mundo FIFA, mesmo antes do lançamento mundial oficial, mas teve sua primeira adesão organizacional pela Confederação Nacional dos Municípios somente em maio do ano seguinte. Logo em seguida, o lançamento do site da campanha em português e a criação do Comitê Nacional Impulsor Brasil ElesPorElas (HeForShe) se deram em junho de 2015. De principal função consultiva, segundo a ONU, o Comitê serviria para “avaliar estratégias nacionais de mobilização do público masculino e compromissos institucionais e corporativos” e “atuar para a viabilidade e a implementação das ações no Brasil” e teria vigência durante a realização do movimento (ONU MULHERES BRASIL, 2015). Faziam parte do comitê: representando as entidades governamentais, a Secretaria de Políticas para as Mulheres da Presidência da República (SPM-PR) e a Confederação Nacional dos Municípios (CNM); representando as empresas, Avon, KPMG, Renault e Unilever (empresas privadas) e Correios e Itaipu Binacional (empresas estatais); pela academia, a Universidade de São Paulo (USP) – também uma das dez universidades globais do Impacto 10x10x10 HeForShe –, a Universidade de Brasília (UnB) e a Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ); e representando a sociedade civil, a Articulação de ONGs de Mulheres Negras Brasileiras, a Articulação de Mulheres Brasileiras, o Instituto Papai, a Promundo e a Papo de Homem; representando a categoria de “homens públicos”, o deputado estadual Edegar Pretto, coordenador da Frente Parlamentar de Homens pelo Fim da Violência contra a Mulher; e pela mídia, a GNT-Globosat, a Empresa Brasil de Comunicação (EBC) e a Propeg Comunicação SA.

Segundo o documento de Visão Geral publicado em 2015 pela ONU Mulheres, a campanha teria sido embasada no parágrafo 33 C do Plano Estratégico da ONU Mulheres 2014-2017, que reconhece “o papel essencial dos homens como parceiros na busca pelos direitos das mulheres”. Para a ONU, esse seria um momento histórico e oportuno para a instalação central do empoderamento das mulheres e da igualdade de gênero na agenda global, em luz da revisão dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, das ponderações sobre os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e do vigésimo ano de revisão e avaliação da Declaração e da Plataforma de Ação de Pequim, entre outros.

Ao conversar com meus entrevistados, entendi que o esforço mundial pelo envolvimento dos homens na luta pela igualdade de gênero vem de muito antes; segundo Leonardo e Carlos, a necessidade de envolver o sexo masculino em debates relacionados a gênero, mulheres, prevenção de HIV e gravidez não desejada já vinha desde as primeiras conferências internacionais da ONU nos anos 1970, ganhando maior visibilidade e participação da sociedade civil na Conferência sobre População e Desenvolvimento do Cairo em 1994 e na Conferência Mundial sobre a Mulher de Pequim em 1995.

Leonardo declara que começou a trabalhar com um projeto relacionado à participação masculina em questões de gênero em 1997 e que alguns anos depois, em 2001, ele e seus colegas sentiram a necessidade e a oportunidade de realizar atividades de forma articulada com outras instituições e iniciativas brasileiras, ampliando a lógica de trabalhar em rede. Ele também destaca o que Tarrow (1994, APUD Gohn, 1997) chamaria de oportunidade política:

2001 é o início do processo que a gente chama de ‘mais forte redemocratização do Estado brasileiro’, a partir do processo da eleição do presidente Lula e depois a eleição da presidente Dilma, então não sei se você lembra, mas assim um dos primeiros atos do presidente Lula foi a institucionalização da Secretaria de Política para as Mulheres (Leonardo - Sociedade Civil)

Carlos também realça isso:

A gente passa a primeira década de 2000, e sobretudo nos primeiros governos Lula, com alguns ganhos nesse cenário, da criação da Secretaria de Política das Mulheres, da criação da Secretaria de Promoção da Igualdade Racial, todas com status de ministério, a gente tinha um lançamento do Brasil Sem Homofobia, toda uma política de reconhecimento das identidades é fomentada naquele momento que vai, especificamente em relação às mulheres, produzir a Lei Maria da Penha em 2006 e, na sequência, a instituição, em 2007, do dia 6 de dezembro, como o Dia Nacional de Mobilização dos Homens pelo Fim da Violência Contra as Mulheres (Carlos - Homem Público)

Além das iniciativas governamentais brasileiras, os entrevistados também destacam iniciativas da própria ONU e da sociedade civil que favoreceram a eventual criação em 2014 da HeForShe e seu encontro com um “terreno fértil” no país. Além da White Ribbon Campaign (Campanha do Laço Branco), iniciada no Canadá após um massacre antifeminista em 1989 e adotada no Brasil na década seguinte, é destacada a campanha da ONU, a UNA-SE pelo Fim da Violência contra as Mulheres, lançada em 2008.

(...) eu acho que tudo isso funciona como um certo embrião do que vai ser o HeForShe mais adiante, tem toda uma história prévia, não é que alguém acordou um dia e pensou ‘ah vou fazer uma campanha HeforShe’ (Carlos - Homem Público)

Como parte da UNA-SE pelo Fim da Violência contra as Mulheres, é destacada a iniciativa “Valente não é Violento”, lançado em oito países da América Latina em 2014 com o objetivo de “estimular a mudança de atitudes e comportamentos dos homens, enfatizando a responsabilidade que devem assumir na eliminação da violência contra as mulheres e meninas” (Nascimento e Arruda, 2014). Segundo Ana Clara, essa iniciativa teria uma característica mais educativa, trabalhando em escolas com professores e alunos. Dentro da campanha houve também uma ação intitulada Siga Bem Caminhoneiro, onde um grupo de formadores viajava o Brasil realizando oficinas, peças de teatro e uma pesquisa sobre violência contra as mulheres, instruindo como identificar a violência de gênero e como encaminhar a situação para os serviços de atendimento oficiais.

Desenvolvida concomitantemente à HeForShe, a “Valente não é Violento” se mostra a princípio uma campanha bem adaptada ao público brasileiro, especialmente considerando a iniciativa Siga Bem, que atinge as camadas mais pobres e, portanto, mais amplas da população do país. Como define Carlos, isso expressa uma característica transversal da campanha UNA-SE, e me faz questionar a necessidade da criação da HeForShe. Uma das hipóteses para justificar isso talvez fosse o foco no tema da ‘violência’ da UNA-SE em contraste com os temas teoricamente mais amplos de igualdade de gênero da HeForShe. No entanto, como veremos mais adiante, a própria ElesPorElas – apesar de, de fato, abordar outros temas – também demonstra uma grande concentração no tópico da violência de gênero, certamente pela severidade das suas consequências. Suspeito que a maior diferença entre essas duas campanhas estava no público-alvo e objetivo; enquanto a Valente indica uma característica formativa de

jovens e pessoas de classes sociais mais baixas, a HeForShe – apesar de oficialmente almejar pessoas e organizações de todos os setores e classes – era uma campanha de *visibilidade* que buscava principalmente uma *sensibilização* referente ao tema da igualdade de gênero, especialmente das classes altas.

#### 4.2.2.1 Estratégia dos 3 A's

Além do Kit de Ação, sem público específico definido, no seu lançamento, a campanha disponibilizava documentos de orientações para empresas, governos e universidades. Na atualização em 2018, as orientações incluíam documentos para indivíduos, estudantes universitários, ambiente de trabalho e organizações da sociedade civil. Sobre a estratégia da campanha, é possível encontrar algumas informações no documento Visão Geral, lançado em português em 2015. A partir desse documento, a estratégia seria baseada em “3 A's”: *atenção*, relacionada à “educação, sensibilização e conscientização”; *argumentação*, relacionada ao “impacto através de políticas e planejamento”; e *ação*; relacionada à “captação de recursos e outras ações”. O documento também apresenta o programa-piloto, denominado Impacto 10x10x10, que envolveria 10 empresas, 10 governos e 10 universidades ao redor do mundo, com o objetivo de identificar abordagens para combater a desigualdade de gênero e realizar testes para avaliar a eficácia dessas intervenções em escala global. Dentre as participantes, estava a Universidade de São Paulo (USP), representando a única universidade brasileira e latino-americana.

Dentro das iniciativas da ElesPorElas no Brasil, foi possível identificar uma maior quantidade no primeiro aspecto da estratégia (ATENÇÃO). Como alguns entrevistados pontuam, foi uma campanha principalmente midiática e de visibilidade e sensibilização ao tema da igualdade de gênero. A exemplo, algumas ações podem ser analisadas abaixo, como os 9 depoimentos de celebridades brasileiras, amplamente compartilhados em 2016 não só nas mídias da campanha, mas também no canal de TV a cabo do grupo Globosat GNT através de vídeos gravados com os mesmos depoimentos relatados das imagens. Além disso, grande parte da campanha se concentrava em produzir posts online e cartazes físicos com mensagens, como por exemplo a sub-campanha online #CarnavalElesPorElas e a campanha física Fim da Linha Para Violência Contra a Mulher, em parceria com a Trensurb, a Empresa de Trens Urbanos de Porto Alegre S.A. Havia também o forte incentivo para que os simpatizantes da campanha

(incluindo celebridades) postassem fotos segurando cartazes que evidenciassem o nome da campanha.

Figura 6 - Depoimento Celebridade



Fonte: Página do Facebook ElesPorElas – HeForShe Brasil. Acesso em 23.10.2023

Figura 7 - Carnaval ElesPorElas



Fonte: Página do Facebook ElesPorElas – HeForShe Brasil. Acesso em 23.10.2023

Figura 8 - Fim da Linha Para Violência Contra a Mulher



Fonte: Site da ONU Mulheres Brasil. Acesso em 23.10.2023

Figura 9 - #ElesPorElas



Fonte: Site da ONU Mulheres Brasil. Acesso em 23.10.2023

Outro tipo de iniciativa voltada para trazer atenção ao tema da igualdade de gênero eram eventos de engajamento, como a Corrida ElesPorElas, no Rio de Janeiro - RJ e a Caça aos Livros #ElesPorElas, realizada no metrô de São Paulo - SP. É possível identificar um foco de tais ações nas cidades mais desenvolvidas economicamente no Brasil, em especial São Paulo, central para os *stakeholders*.

Figura 10 - Corrida ElesPorElas



Fonte: Página do Facebook ElesPorElas – HeForShe Brasil. Acesso em 23.10.2023

Figura 11 - Caça aos livros



Fonte: Página do Facebook ElesPorElas – HeForShe Brasil. Acesso em 23.10.2023

Dentro do segundo aspecto da estratégia (ARGUMENTAÇÃO), ainda é possível identificar algumas iniciativas, mesmo que em menor número do que aquelas relacionadas à primeira. Conversando com os entrevistados, percebi que uma das primeiras iniciativas desenvolvidas eram sempre palestras e rodas de debate. Alguns exemplos abaixo são os diálogos #ElesPorElas, promovidos em São Paulo - SP, e a exibição e roda de conversa sobre o filme *O Silêncio dos Homens*, em Porto Alegre - RS. Mais adiante, a ONU publicou o kit Barbearia ElesPorElas, adaptado do original em inglês, e após uma pesquisa em conjunto com a Papo de Homem, foi lançado o documentário *Precisamos Falar com os Homens*, mencionado por Ana Clara como uma das ações mais importantes da campanha.

Figura 12 - Diálogos ElesPorElas

**DIÁLOGOS**  
**#ElesPorElas**

Masculinidades pela  
igualdade de gênero

O movimento **ElesPorElas**  
está completando **4 anos.**  
*Venha comemorar com a gente!*

27 de setembro de 2018  
Das 14h às 17h30

Auditório da Serasa Experian  
(Alameda dos Quinimuras, 187)  
São Paulo/SP

RSVP  
[http://bit.ly/ElesPorElas\\_Dialogos](http://bit.ly/ElesPorElas_Dialogos)

**REALIZAÇÃO:**  
COMITÊ NACIONAL  
IMPULSOR ELESPORELAS -  
HEFORSHE BRASIL

**APOIO INSTITUCIONAL:**  
HeForShe  
ONU  
MULHERES  
serasa  
experian.

Fonte: Página do Facebook ElesPorElas – HeForShe Brasil. Acesso em 23.10.2023

Figura 13 - O Silêncio dos Homens

**O SILÊNCIO  
DOS  
HOMENS**

EXIBIÇÃO DO FILME E RODA DE CONVERSA  
02/12 - 17h - TRT4 - Auditório Ruy Cirne Lima  
Av. Praia de Belas, 1432 - Prédio III  
PORTO ALEGRE

COMITÊ GAÚCHO  
ElesPorElas  
**HeForShe**  
Movimento de Solidariedade da ONU  
Mulheres pela Igualdade de Gênero

Fonte: Página do Facebook ElesPorElas – HeForShe Brasil. Acesso em 23.10.2023

Por fim, dentro do terceiro aspecto da estratégia (AÇÃO), que envolveria “captação de recursos e outros”, identifique iniciativas mais escassas. Além da já mencionada pesquisa

*Precisamos Falar com os Homens*, que procurava levantar dados sobre as percepções e perfis dos brasileiros sobre relações de gênero no Brasil, destaco o mapeamento e ampliação do acesso aos serviços de atendimento à vítima de violência doméstica feitos pela USP e pelo Governo do RS durante a pandemia da COVID-19. Atrelado ao último, foi desenvolvida a iniciativa da “Máscara Roxa”, onde mulheres em situação de violência doméstica eram convidadas a solicitar uma “máscara roxa” em uma das farmácias cadastradas como código para denúncia do ocorrido. A partir de então, os funcionários dos estabelecimentos, treinados pelo Comitê Gaúcho ElesPorElas, solicitavam dados para a vítima e passavam o caso para a polícia civil.

Figura 14 - Campanha da Máscara Roxa



Fonte: Trensurb.gov.br. Acesso em 23.10.2023

#### 4.2.2.2 Público-alvo

Para tentar entender melhor a estratégia não explícita da HeForShe no Brasil, questionei aos entrevistados qual era o público-alvo da campanha, ao que recebi diferentes respostas: enquanto a segunda entrevistada da ONU Mulheres disse que a campanha havia sido desenhada para todos os setores da sociedade, a primeira participante reconhece que a prática da

ElesPorElas no Brasil acabou trazendo maior foco para empresas e indivíduos de classes mais altas:

(...) o público não era desenhado para isso, mas como era para setor privado, tinha esse aspecto midiático e tal, acabou ficando uma classe social mais alta também. E eu vejo também (...) os homens brancos e cis se engajando mais com essa campanha e pouco se falava sobre essa masculinidade plural (...) (Ana Clara - ONU Mulheres)

Outros entrevistados também trouxeram o foco às empresas no desenvolvimento do movimento no Brasil, mas ampliando para os dirigentes de instituições (privadas e públicas), constatando uma estratégia conhecida como *top-down*, ou seja, que buscava mobilizar a gerência das instituições para promover mudanças que afetariam todos os colaboradores.

tinha uma lógica de envolver instituições, não era só uma campanha, o foco não era popular, sabe, tipo, não era a população; a população era secundária, digamos assim, e que é importante porque fortalecendo as instituições a gente conseguiria fortalecer as organizações (Leonardo - Sociedade Civil)

dentro da Universidade (a HeForShe) teve um caminho importante que foi de sensibilizar os dirigentes, como eu falei lá no começo isso também é um denominador comum entre as Universidades que as colegas representantes diziam quanto mais você vai olhar para os conselhos de gestão mais alto, mais você vai ver homens e brancos (...) então houve a necessidade de sensibilizar os dirigentes – que são pessoas que ocupam os cargos mais altos dentro da universidade (e que) em sua grande maioria são homens – para a questão da violência de gênero até mesmo para criação das comissões de Direitos Humanos (Priscila - Universidade)

O que que era o HeForShe, assim muito francamente na minha opinião, ela era uma forma da alta liderança se comprometer com o tema, ela era muito mais isso do que qualquer outra coisa. (...) eu acho que do ponto de vista da alta liderança estar comprometida, ela talvez seja uma das (iniciativa) mais importantes, porque (...) você fazer um evento para eles e eles irem lá e se comprometer eu acho que ele é fundamental (Suzana - Empresa)

Mesmo ampliando para abranger instituições públicas, é possível notar uma lógica capitalista por detrás da campanha. Como relata Priscila, participante da universidade, o papel e forma de participação desejada da universidade pública brasileira não eram claros, pois funcionavam numa lógica norte-americana em que investimento privado é mais conhecido, o que entra em conflito com a lógica brasileira de financiamento público. A entrevistada relata a indecisão quanto ao impacto da verba do mercado na autonomia e liberdade das ações da universidade.

#### 4.2.2.3 Interdiscursividade

Outra estratégia de comunicação não-declarada, já identificada na minha monografia em 2018, é a interdiscursividade, ou seja, “como um tipo de discurso é constituído por meio de uma combinação de elementos de ordens do discurso” (Fairclough, 2016, p. 158). Além da menção ao preconceito com pessoas gordas, velhas e LGBT, é muito frequente a referência às questões raciais. A interseccionalidade (Crenshaw, 2002) é um conceito muito presente no debate público brasileiro e, desta forma, não surpreende seu acionamento em cinco dos nove depoimentos de celebridades e em diversas outras iniciativas da campanha, como pontuado pelos entrevistados. Considerando o último censo brasileiro de 2022 que identifica mais da metade da população como negra ou parda (IBGE, 2023) e todos os dados já mencionados que comprovam como pessoas negras são especialmente prejudicadas pelo machismo, avalio esta como uma estratégia bem adaptada ao público brasileiro.

Já em relação à interdiscursividade com questões de orientação sexual, como menciona Carlos, muitas vezes o discurso demonstrava certa heteronormatividade, focando em “casais heterossexuais, casados numa relação estável”. De fato, no corpus selecionado para esse estudo, não foram observadas iniciativas voltadas para o público LGBTQIA+.

#### 4.2.2.4 Legitimidade

Outro tema que surgiu durante as entrevistas foi a legitimidade que o apoio da ONU trazia às ações. Quatro dos entrevistados mencionam a importância do nome da Organização das Nações Unidas e da ONU Mulheres na opinião pública.

Como é uma campanha de comunicação, (...) na verdade eu acho que ela funcionava pra gente como um fortalecimento das ações que a gente fazia, ou seja, como se dissesse, “tem o aval da ONU” (...). (Leonardo - Sociedade Civil)

(...) ter o apoio e o aval da ONU mulheres e do HeForShe trouxe um peso importante para essa agenda dentro da universidade. (...) O órgão em si, sem dúvida traz o peso da ONU mulheres e do HeForShe para dentro das instituições (Priscila - Universidade)

As entrevistas revelam não somente a atenção que a vinculação ao nome ONU traz às iniciativas, mas também as oportunidades criadas;

(...) por conta do nome ONU Mulheres, eles conseguem inserções que a maioria das instituições não consegue, por exemplo, o (instituição da sociedade civil), a gente tentou várias vezes levar algumas campanhas da gente para espaço midiáticos como a

Globo, Record, SBT e eles não deram espaço nesses locais, e eles (ONU) conseguiram espaço no GNT; essa aproximação da ONU Mulheres com a GNT, em especial, eu acho que (...) muitos frutos vieram, programas dentro da GNT, por exemplo, que refletem uma questão da violência contra mulher a partir dessa provocação. (...) eu acho que esse é o grande ganho da campanha (...). (José - Sociedade Civil)

De fato, a questão do nome é de tal importância que Geraldo faz questão de demonstrar seu descontentamento com a falta de recursos financeiros disponibilizados, alegando que “o aval da ONU” seria uma das únicas contribuições que a instituição teria oferecido às iniciativas adotadas

Uma das pessoas (...) disse assim “ué quer dizer que a ONU (...) entra como uma chancela, quer dizer que a gente tá pagando na verdade uma chancela, um carimbo só para o nome ONU aparecer? E a ONU entra ‘de bonita no pedaço’, entra assim ‘eu entro, eu digo tudo que eu quero e vocês fazem do jeito que eu quero?’” (...) Realmente, a ONU é órgão mundial, sabe, e tem o nome dela, é só que eu não esperei que fosse assim “eu vou emprestar meu nome”, eu não esperei que fosse dessa forma, “eu vou dar a vocês o meu nome para vocês usarem, aí tem que ser do jeito que eu quero”. Eu achei que teria um pouco mais de apoio. (Geraldo - Universidade)

Esses relatos demonstram claramente as observações feitas por della Porta e Tarrow (2005) sobre o processo de transnacionalização de um movimento social; a partir das entrevistas podemos identificar que, em troca da associação voluntária e acesso à população local, o principal benefício oferecido por parte da ONU Mulheres às organizações locais, além dos materiais simbólicos, era o reconhecimento da sua legitimidade. Talvez a insatisfação de Geraldo tivesse origem não num processo anômalo em casos de movimentos sociais transnacionais, mas na falta de clarificação das relações ONU-Parceiros desde o princípio. Algumas incongruências na comunicação da campanha de fato são observadas, como já venho mencionando e adentrarei no subcapítulo mais à frente, e apesar de acreditar que algumas são equívocos naturais, outras avalio como parte da estratégia da Organização.

#### 4.2.2.5 Papeis de gênero

Como explicitado em um dos objetivos específicos deste trabalho, a fim de compreender como a campanha HeForShe promove a igualdade de gênero no Brasil, busquei investigar quais os sentidos atribuídos ao papel do homem no movimento. O documento da visão geral da campanha lançado em 2015 já explicita que “primeiramente e acima de tudo, homens e meninos podem prevenir a violência contra mulheres e meninas estando conscientes sobre suas próprias

atitudes, valores e comportamentos em relação às mulheres” e que “em segundo lugar, homens e meninos podem ser proativos e ‘intervir’ quando testemunharem discriminação ou violência por outros homens”. Ou seja, a campanha roga para que homens não sejam autores de violência e que intervenham em situações de desigualdade.

Com a investigação de outros materiais e das entrevistas, o papel dos homens vai se mostrando mais amplo: no mais recente Kit de Ação para Organizações da Sociedade Civil (apenas disponível em inglês), a campanha fala em “mensagens-chave para engajar homens e meninos na igualdade de gênero”. É interessante destacar aqui que de nove pontos, apenas um menciona diretamente ‘mulheres’, apontando a importância de organizações de defesa dos direitos das mulheres ao garantir a responsabilização ao serem especialistas em questões relativas à violência contra as mulheres. Isso não quer dizer que os outros tópicos não digam respeito a mulheres, já que outros pontos vindicam pela instigação masculina contra “o abuso de poder e de ideias que justificam a dominação social dos homens”.

Este apontamento é significativo por mostrar mais uma mudança na prática discursiva da campanha; se no começo, os documentos davam maior atenção às consequências diretas da desigualdade de gênero nas vidas femininas, nos documentos atualizados a prática textual procura destacar as origens da desigualdade nas expectativas e significados associados à masculinidade. A campanha passa a solicitar que homens se engajem na discussão principalmente *com outros homens*, destacando atos de violência como uma escolha que homens fazem, mas que não os resume a isso, e evitando uma linguagem de responsabilidade ou de “culpa coletiva” através de generalizações como “todos os homens”. Por fim, destaco o tópico que afirma que homens devem “compreender que o papel mais importante que podemos desempenhar é o de catalisadores: catalisadores para que outros homens, outras organizações e instituições se envolvam; e catalisadores para homens e meninos repensem seus pressupostos sobre quem são como homens”.

O documento “Barbearia ElesPorElas” consolida essa estratégia, já que se concentra no diálogo de homens para homens, e solicita que mesmo quando o grupo de discussão for misto, com a presença de mulheres além de homens, ainda se ofereça “a oportunidade de discussões de homens para homens para garantir um diálogo produtivo sobre o que os homens podem fazer para ajudar a alcançar a igualdade de gênero”. Novamente este documento destaca as consequências negativas que estereótipos de gênero têm na sociedade, e pela primeira vez desde

o lançamento da campanha enfatiza a necessidade de homens terem “consciência do próprio poder e privilégios” e estarem abertos “para uma crítica construtiva (uma cultura de reflexão e diálogo)”.

É muito interessante que a palavra ‘privilégio’ seja tão pouco encontrada no corpus selecionado. Se dentro do debate feminista, este é um conceito central ao falar de desigualdade de gênero não só para destacar a opressão que mulheres sofrem, mas também as vantagens que são dadas aos homens em diversas situações sociais e profissionais pelo simples fato de serem homens, o fato de esse debate se mostrar de certa forma ausente na campanha demonstra uma escolha estratégica para não desengajar homens. Como observado no foco do público-alvo ser a alta-gerência de instituições, na sua maioria homens, brancos e heterossexuais, é possível supor que estes detenham privilégios dentro do sistema patriarcal vigente. Portanto, a campanha procura de forma não-declarada utilizar destes privilégios para promover a igualdade de gênero.

Por fim, outro tópico abordado pela campanha foi o papel do homem dentro da esfera doméstica, incluindo o de pai presente. As entrevistadas do governo e da ONU mencionam ações da HeForShe relacionadas à paternidade ativa, como rodas de conversas, ‘pedalada dos pais com os filhos’ e campanhas de compartilhamento de fotos. Incluída nessa última categoria está a campanha lançada durante a pandemia da COVID-19, a #ElesPorElasEmCasa, incentivando os homens a mostrar sua participação nas tarefas domésticas assumidas durante a quarentena, a campanha convidava a compartilhar fotos em redes sociais utilizando a hashtag.

Figura 15 - #ElesPorElasEmCasa



**Auxiliar  
crianças e  
adolescentes  
em atividades  
escolares é  
tarefa de  
homem.**

Mande uma foto in box e  
apareça nas redes sociais  
**#ElesPorElas**, mostrando  
que trabalho doméstico você  
assumiu na quarentena.

**#ElesPorElasEmCasa**

**HeForShe**  
Eles por Elas. E por todos e todas nós.

**ONU MULHERES**

Fonte: Site da ONU Mulheres Brasil. Acesso em 23.10.2023

Segundo a ONU Mulheres, a campanha digital #ElesPorElasEmCasa possuía dois focos principais; o primeiro incluiria uma série de postagens nas redes sociais do movimento, mostrando homens realizando tarefas domésticas e cuidando da família, visando inspirar o público brasileiro. Já o segundo foco envolveria a tradução do "Guia #HeForSheDesdeCasa", um documento desenvolvido pela ONU Mulheres México e o Instituto Nacional da Mulher daquele país que aborda a promoção de masculinidades positivas e a criação de espaços colaborativos e saudáveis voltados para a igualdade de gênero. O objetivo da iniciativa seria instruir os homens sobre como prevenir a violência contra mulheres e meninas, enfrentar as crescentes desigualdades de gênero exacerbadas pela COVID-19 no ambiente doméstico e familiar e manejar suas emoções durante a pandemia. Apesar de não ter sido possível localizar o documento em si plenamente traduzido, pude verificar duas postagens nas redes sociais brasileiras provenientes das informações do guia mexicano, trazendo mensagens de cuidado, diálogo e não-violência.

Figura 16 - #ElesPorElasEmCasa Material Adaptado



Fonte: Site da ONU Mulheres Brasil. Acesso em 23.10.2023

Figura 17 - #ElesPorElasEmCasa Material Adaptado 2



Fonte: Site da ONU Mulheres Brasil. Acesso em 23.10.2023

Já sobre a primeira abordagem, foi possível verificar quatro fotos com depoimentos enviados pelo público e compartilhados nas redes sociais da ElesPorElas - HeForShe,

disponíveis no Anexo 2. Todas essas postagens mostram homens realizando tarefas básicas de limpeza; dois lavando louça, um passando roupa e um varrendo a sala. Entre os depoimentos que acompanham as imagens, destaco o que diz: “...tenho lavado vasilhas quase todo dia e limpado a garagem também. Foi bom porque meu filho de 17 anos está *aceitando* bem melhor lavar também” (grifo meu). Este depoimento indica não só o papel de compartilhar as tarefas de limpeza do homem esposo, mas também do homem filho, e ao mesmo tempo o papel do pai de servir de exemplo.

Retomando Nancy Fraser (2016, 2023), o trabalho não-remunerado de cuidado é não somente essencial para a reprodução social – ou seja, o mantimento da sociedade e da humanidade – mas também indispensável e, paradoxalmente, amplamente desvalorizado dentro do sistema capitalista. Essa contradição entre reprodução social e produção econômica, que Fraser aponta como inerente ao capitalismo, é a causa da atual “Crise do Cuidado”, ou seja, a falta de estruturas sociais suficientes para plenamente cuidar de crianças, idosos, pessoas com deficiência, doentes e da própria sociedade. Para a autora, essa crise está associada a uma crise maior e geral, com aspectos econômicos, ecológicos e políticos.

A própria campanha da HeForShe discorre sobre o desequilíbrio da divisão das tarefas domésticas, de limpeza e de cuidados, destacando que mulheres realizam três vezes mais cuidados não remunerados no lar do que homens e salientando como a pandemia da COVID exacerbou a Crise do Cuidado. Como forma de buscar o balanceamento, a campanha opta então por um reforço positivo, enaltecendo homens que aceitem realizar tarefas domésticas, mesmo que mínimas dentro do universo de atividades domésticas não remuneradas.

As disputas de sentidos associados ao papel do homem na HeForShe se refletem nas entrevistas com os participantes da campanha: enquanto parece haver um consenso de que esta não buscava que homens *substituísem* mulheres na luta pela igualdade de gênero, tanto o discurso interno quanto pressões externas causavam desentendimento às estratégias que deviam ser tomadas. Para Leonardo, da sociedade civil, o fundamento da campanha estava em homens *também* se situarem a partir de uma crítica ao modelo machista e patriarcal da sociedade, o que foi descontinuado após o início da campanha por transformações que ocorreram dentro do movimento feminista ao longo do tempo, como o argumento do ‘lugar de fala’. Já Mariana, do governo, reforça o já identificado papel dos homens de falar com outros homens. Para Beatriz, da ONU Mulheres, a campanha tinha o objetivo de “conscientizar sobre o patriarcado e o

machismo e como os homens têm um papel extremamente relevante nessa mudança”, especialmente homens em posições de poder, para que estes abrissem mão da masculinidade tóxica e a vissem como passível de ser positiva.

Já Geraldo, da universidade, que relatou em geral uma experiência negativa com o movimento, destacou que após um encontro presencial com a equipe da ONU Mulheres, concluiu que o HeForshe “não é coisa de homem é coisa de mulher”, ao que seus colegas de equipe responderam que “quando a gente lê é o que tá escrito no HeForShe, tem que mostrar ações deles apoiando a igualdade de gênero, não pode ser mulher não, tem que ser homem”. Esses relatos refletem um desafio já abordado neste trabalho e que é recorrente nos diversos desenvolvimentos da campanha; o da diferenciação entre homens e mulheres ao mesmo tempo que se busca promover sua igualdade.

O papel da mulher na campanha não é menos heterogêneo. Como já analisado na minha monografia (Kauer, 2018), no documento Visão Geral lançado no início da campanha a palavra “mulheres” aparece poucas vezes como sujeito da oração, demonstrando uma certa “relação vertical, em que os homens concedem os benefícios para as mulheres” (KAUER, 2018, p. 78). Já no Kit de Ação atualizado em 2018 o texto faz referência direta à questão, respondendo à pergunta “qual o papel das mulheres na HeForShe?” da seguinte forma:

Todos têm um papel no movimento HeForShe; cada voz conta; cada ação fará a diferença. A conquista da igualdade de gênero requer uma abordagem inclusiva que reconheça o papel crucial dos homens e das mulheres como parceiros na elaboração e implementação de uma visão partilhada da igualdade de gênero que beneficiará toda a humanidade. A igualdade de gênero tem sido frequentemente feita para mulheres por mulheres; no entanto, todos os gêneros têm um papel a desempenhar e o HeForShe mobiliza ativamente este “novo” grupo demográfico para reenergizar o movimento das mulheres e acelerar o progresso rumo à conquista da igualdade de gênero (Tradução minha)

Apesar de utilizar expressões relativamente vagas, o texto acima evidencia um argumento que pode ser também observado em outros materiais; o papel do homem e da mulher no movimento como *parceiros*.

A análise do papel da mulher na campanha HeForShe no Brasil revela representações do feminino que fazem referência tanto a elementos tradicionais (mãe, esposa, dona de casa, etc.) quanto a aspirações de independência e empoderamento feminino. Em primeiro lugar, a mulher da campanha é frequentemente retratada como cisgênero e heterossexual, o que pode limitar a diversidade de experiências e identidades de gênero necessárias para o verdadeiro

empoderamento feminino (Marinho e Gonçalves, 2016). Isso é destacado por Carlos, que observa a recorrência do apelo ao casal tradicional, contradizendo os esforços de desconstrução desses estereótipos de gênero.

(...) me parece sempre que o apelo dessa coisa de casal – casal casado, numa relação afetivo sexual estável etc e tal – aparecia mais recorrentemente, e aí talvez tenha sido isso, pelas estratégias de comunicação utilizadas naquele momento, que é uma coisa que a gente tentava desconstruir (Carlos - Homem Público)

Por outro lado, a mulher representada na campanha é descrita como independente e dona das próprias decisões, refletindo aspirações de autonomia e liberdade feminina. No entanto, essa independência muitas vezes é enquadrada dentro dos limites do sistema capitalista, como observado por Geraldo, que associa a felicidade da mulher à sua independência financeira. Essa narrativa sugere uma reprodução dos papéis tradicionais de gênero, nos quais a independência financeira é valorizada, mas dentro das estruturas sociais existentes.

depois eu entro com uma palestra sobre felicidade da mulher mostrando que a felicidade só é conseguida quando ela tem dinheiro porque ela vai romper o laço de pedir dinheiro ao marido para fazer as unhas, pedir dinheiro ao pai para comprar um vestido (Geraldo - Universidade)

Assim, a representação da mulher na campanha HeForShe no Brasil parece refletir uma ambivalência entre a desconstrução de estereótipos de gênero e a reprodução de papéis tradicionais, tal qual apontado pelo trabalho de Henry-White (2015). Enquanto a busca pela independência e empoderamento feminino é celebrada, ainda há uma tendência a enquadrar essas conquistas dentro das normas sociais existentes.

#### 4.2.2.6 Violência

Como visto na revisão bibliográfica, a América Latina é considerada uma das regiões mais violentas do mundo. Além disso, é considerada a pior região fora de uma zona de guerra para ser mulher. Não surpreendentemente, o tema da violência aparece com frequência no discurso da HeForShe no Brasil, sendo uma das palavras mais citadas em todos os textos analisados neste trabalho.

Como falado no item anterior, para a campanha, a primeira função do homem no combate à desigualdade de gênero é não cometer violência contra mulheres e meninas. A definição de violência, no entanto, não é única, como a própria HeForShe declara em alguns

momentos; apesar de não dissertar sobre isso nos documentos de 2015, no documento “Barbearia ElesPorElas” de 2017, o texto instrui ao mediador a convidar os participantes a pensar sobre diferentes formas de violência em relacionamentos íntimos e então dialogar sobre as seguintes tipologias: VIOLÊNCIA EMOCIONAL (Violência manifestada por insultos, humilhações, ameaças, controle, falta de carinho etc. As consequências para homens e mulheres podem ser baixa autoestima, desconfiança e insegurança emocional.); VIOLÊNCIA FÍSICA (Violência expressa por socos, chutes, empurrões e outros atos que podem provocar lesões, colocando em perigo a saúde de um homem ou de uma mulher.); ASSÉDIO SEXUAL (Inclui propostas indecentes, observações sexuais verbais, palavras obscenas e pressão para ter relações sexuais sem consentimento da outra parte); ABUSO SEXUAL (Refere-se a qualquer tipo de contato físico [sexual] íntimo entre adultos e entre um adulto e uma criança [no caso de abuso sexual infantil]); ESTUPRO (Imposição da prática sexual por ameaça ou violência física).

O documento também segue na linha de não desumanizar os autores de violência ao trazer a raiz da violência ao sistema em que homens são criados “para oprimir suas emoções, levando a raiva a se tornar a única emoção que podem expressar sem afetar sua masculinidade”.

Diversas foram as iniciativas identificadas dentro da HeForShe Brasil que tem foco no combate à violência contra a mulher, como o mapeamento de serviços de denúncia da violência doméstica durante a COVID e campanhas midiáticas contra o assédio sexual no carnaval, nas universidades, no transporte público, nos estádios de futebol, em bares, restaurantes, casas noturnas, hotéis e outros estabelecimentos comerciais. Segundo Mariana, do governo, uma das ações, a campanha da Máscara Roxa atendeu mais de 80 mulheres através das farmácias e resultou em duas prisões em flagrante. Segundo Leonardo, o tema da violência não seria o foco do movimento pela equidade de gênero, mas sim a sua base. De fato, apesar da variedade de temas abordados no discurso da HeForShe Brasil, este se mostra predominante. A grande atenção ao tema da violência combinada com pluralidade de espaços onde as ações eram veiculadas condiz com a realidade brasileira.

#### 4.2.2.7 Empoderamento

Apesar de não tão intensas quanto as iniciativas para deter a violência contra a mulher, também foram identificadas algumas ações que prezassem pelo empoderamento feminino.

Segundo Geraldo, apesar da alta direção da ONU Mulheres da época priorizar pessoalmente o empoderamento econômico como forma de combate à desigualdade de gênero, essa filosofia não se traduzia nas ações da organização. De fato, poucas foram as ações identificadas que promovessem o aumento da renda de mulheres, porém destaco a iniciativa trazida por Priscila da universidade que relatou projetos que envolvessem mulheres nas áreas STEM (Science, Technology, Engineering and Mathematics), que, segundo ela “são áreas que tem uma possibilidade de carreira salarial mais alta”.

Retomando o conceito de empoderamento em que este considera não apenas a perspectiva individual, analiso que ao promover atividades como caça aos livros e rodas de conversas com mulheres, a campanha estava de fato buscando o empoderamento feminino coletivo, já que almejava mudanças estruturais. No entanto, este de fato se mostra em segundo plano, o que é coerente considerando que público-alvo *não* eram mulheres. Na verdade, o horizonte ético da campanha era sim a igualdade de gênero, mas não especificamente o empoderamento feminino, mesmo que um geralmente venha atrelado ao outro.

#### 4.2.2.8 Contexto Político

A análise das entrevistas revela um profundo impacto do contexto político brasileiro na trajetória da campanha HeForShe e na luta pela igualdade de gênero. A teoria de Tarrow (1994) sobre o papel do contexto político nos movimentos sociais encontra eco nos depoimentos dos entrevistados, que destacam a influência dos presidentes Lula e Bolsonaro. O período inicial da HeForShe no Brasil, marcado por intensa promoção e engajamento, sucedeu uma fase de avanços significativos nas políticas de gênero durante os governos de Lula e até de Dilma, incluindo a criação de órgãos específicos e leis de combate à violência.

(...) são vários elementos que juntam aí um governo que tem a perspectiva de uma secretaria especial de política das mulheres, um governo que promove um debate sobre uma lei que promove o enfrentamento à violência; quem lê a Lei Maria da Penha vai perceber que não é sobre violência - tem a ver com a atividade de educação, tem a ver com a campanha de comunicação. Então, vale a pena entender se esse caldeirão, vamos dizer assim, em que essas discussões aconteciam (Leonardo - Sociedade Civil)

No entanto, com a ascensão de Bolsonaro ao poder, observa-se um declínio tanto na mobilização da campanha quanto na agenda de igualdade de gênero, refletindo um contexto político hostil às pautas feministas.

Quando você olha o que tá acontecendo, as manifestações (anti-democráticas) que estão acontecendo no Brasil nesse momento (...), elas são quase 100% de homens, não é por acaso, a campanha do Governo (de Bolsonaro) foi baseada, entre outras coisas, no armamento da população e em discursos sexistas homofóbicos, racistas, patriarcais, então o machismo estrutura as falas (Leonardo - Sociedade Civil)

(...) quando a gente tem um discurso público nos quatro últimos anos tão desqualificadores em relação às mulheres, então a mulher como a fraquejada, olha só, “tive quatro filhos, mas eu tive uma fraquejada e nasceu uma mulher”<sup>6</sup> (Carlos - Homem Público)

A correlação entre o cenário político e os rumos da HeForShe é evidenciada pela queda no apoio e recursos das organizações da sociedade civil durante o governo Bolsonaro, conforme mencionado por um dos entrevistados. A retórica sexista, homofóbica e patriarcal adotada pelo governo contribui para a perpetuação da desigualdade de gênero e para a redução do espaço para iniciativas que promovam a equidade. O aumento dos índices de feminicídio, relacionado ao aumento do acesso às armas de fogo (DORIETTO, 2023), e a falta de ações efetivas do governo em relação a essa questão ilustram os desafios enfrentados pelas organizações que buscam avançar na agenda de gênero em um contexto político desfavorável.

(...) quando o governo é aberto para esse tipo de pauta, então você consegue avançar mais, então assim, não é à toa que há 5 anos foram diminuindo as ações, nós tivemos quatro anos de um governo muito sofrível em relação às pautas da questão da violência contra a mulher (...) não é à toa que atualmente ainda que o número de feminicídio tenha crescido; tem a ver com a pandemia também, mas tem a ver com a falta de ações efetivas dessa gestão pública que deveria estar atuando em relação a isso (José - Sociedade Civil)

Toda a agência da ONU, qualquer uma delas, na verdade, elas trabalham em consonância com os governos locais. Qual é a consonância possível dentro daquele governo (?) (Carlos - Homem Público)

Apesar das adversidades, há uma nota de esperança entre os entrevistados com a possibilidade de mudança com a eleição de Lula em 2022. A perspectiva de um governo mais receptivo às pautas de gênero renova as expectativas de avanço na luta pela igualdade. No entanto, fica claro que o sucesso e a sustentabilidade de iniciativas como a HeForShe no Brasil

---

<sup>6</sup> Referência ao vídeo de Jair Bolsonaro de 2017 em que ele diz que após ter quatro filhos homens, deu uma “fraquejada” e por isso teve uma filha mulher.

estão intrinsecamente ligados ao contexto político e às políticas governamentais que promovem ou dificultam a igualdade de gênero.

#### 4.2.2.9 Visibilidade

A análise da visibilidade da campanha HeForShe no Brasil revela a importância da já mencionada legitimidade conferida pela ONU e o engajamento de celebridades na promoção da igualdade de gênero. A adesão de figuras públicas, tanto internacionais quanto nacionais, como Emma Watson e personalidades brasileiras, como Camila Pitanga, Rodrigo Hilbert e Bruno Gagliasso, conferiu reconhecimento à iniciativa e ampliou seu alcance. O depoimento de um entrevistado destaca como a participação de celebridades, com sua influência midiática e social, contribuiu para atrair adeptos à campanha, aumentando sua visibilidade e impacto.

Você começa a ver uma certa visibilidade pública e um certo convite de celebridades, sobretudo (...) pessoas que se imaginava que poderiam angariar mais adeptos e adesões à campanha pela sua trajetória artística, midiática, política etc (Carlos - Homem Público)

Acho que também ajudava de alguma maneira a visibilizar coisas que já existiam aqui no Brasil, como a própria Lei Maria da Penha. (Carlos - Homem Público)

Além disso, a HeForShe se beneficiou da reputação da ONU Mulheres, integrando-se a um programa mais amplo de igualdade de gênero. Isso não apenas conferiu credibilidade à iniciativa, mas também fortaleceu a pauta dos direitos das mulheres no contexto nacional e internacional. A associação com uma organização de renome como a ONU Mulheres proporcionou uma plataforma sólida para a divulgação das ações da campanha, como evidenciado pelo testemunho de uma representante da ONU Mulheres.

A HeForShe tem visibilidade, mas quem tinha mesmo visibilidade era a ONU mulheres (...) o programa era parte de um programa maior de igualdade para as mulheres então eu acho que como a pauta (dos direitos das mulheres) estava muito acesa, (...) e em vários países, isso teve força na esteira (Ana Clara - ONU Mulheres)

As campanhas sem dúvida (foram as ações mais importantes), que dão visibilidade e poder trazer esse tema essa agenda para dentro da Universidade, sem dúvida ter o apoio e o aval da ONU mulheres e do HeForShe trouxe um peso importante para essa agenda dentro da universidade (Priscila - Universidade)

A identificação do público com ícones e figuras admiradas desempenhou um papel crucial na disseminação da mensagem e na mobilização de esforços para a promoção da

igualdade de gênero. A forte marca associada à campanha, especialmente através da participação de Emma Watson, foi capaz de atrair atenção e apoio de diversos setores da sociedade, demonstrando o poder da visibilidade e da influência das celebridades na agenda de gênero.

Eu acho que no caso do HeForShe sempre é muito importante quando você traz ícones tanto nacionais ou internacionais para dizer, para falar sobre o tema. Porque tem (...) a questão de “se fulano faz eu também quero, se fulano dá conta também faço” né, então esse negócio de olhar para (alguém) que você admira e falar “também vou fazer” (Suzana - Empresa)

a HeForShe claramente com a Emma Watson (...) a marca dela foi muito forte e aí a gente percebeu que ela tinha chamado atenção de diferentes setores, então empresas, governos, sociedade civil... ela tinha fãs, ela é uma campanha que tinha fãs (Beatriz - ONU Mulheres)

#### 4.2.2.10 Redes

A análise dos resultados da campanha HeForShe no Brasil destaca o papel das redes sociais na construção e fortalecimento do movimento pela igualdade de gênero. Ecoando na teoria de Tarrow (1994), que enfatiza a importância das redes sociais nos movimentos sociais, os depoimentos dos entrevistados ressaltam como a HeForShe facilitou a formação de redes de colaboração e cooperação entre diferentes atores sociais. Inicialmente, havia expectativas de uma articulação mais formal entre os diversos atores envolvidos, porém, conforme evidenciado por Leonardo, a campanha se transformou em um espaço de diálogo e troca, permitindo uma maior disseminação das iniciativas.

As expectativas principais eram articulação e rede. No primeiro momento houve uma certa frustração porque era uma multiplicidade muito grande de atores, então ficava difícil estabelecer também parcerias como comitê da mesma forma, sabe, porque eram interesses muito diferentes e a gente, como sociedade civil ficava com muita dificuldade de (...) se pensar naquele espaço (...) aí a expectativa baixou e mudou na verdade ela passou a ser um ponto de encontro e não mais de articulação. (...) Então a HeForShe se transformou não no espaço que a gente ia construir necessariamente juntos, mas no espaço de diálogo, de troca, (...) eu poderia fazer uma parceria com o Pró-Mundo e uma parceria com a Avon e fazer uma ação, mas eu não conseguiria fazer o comitê como um todo (...) então acaba que a HeForShe tem esse potencial de capilarização (Leonardo - Sociedade Civil)

O trabalho em rede promovido pela HeForShe é destacado por diversos entrevistados como um aspecto fundamental para o sucesso das ações. A colaboração entre diferentes setores, incluindo o judiciário, o governo, as empresas e a sociedade civil, demonstra como a campanha

conseguiu estabelecer parcerias estratégicas e aproveitar os recursos e habilidades de cada um dos envolvidos. Essa abordagem colaborativa e inclusiva contribuiu para ampliar o impacto das iniciativas e para criar uma base mais sólida de apoio.

E foi um trabalho de rede realmente que foi junto com judiciário junto com o próprio Governo do Estado, com a polícia civil, com a brigada<sup>7</sup> né, a gente conseguiu os meios de comunicação deram uma cobertura legal (...) foi um processo muito legal assim de trabalho em rede, que é o que preconiza mesmo o HeForShe dentro do comitê e criando essas redes e criando essas possibilidades de projeto. (Mariana - Governo)

As empresas com os governos e tal, a gente conseguia criar uma força em que todos apoiavam nas nossas iniciativas. Então seja um evento que a gente organizava a gente contava com elementos de todas os membros do comitê, seja uma campanha... Então a gente conseguia trabalhar com eles e ter o apoio deles. (Beatriz - ONU Mulheres)

Além disso, a HeForShe desempenhou um papel crucial como uma plataforma de ativismo transnacional (Sikkink, 2005), como destacado por Priscila. A conexão com redes internacionais e a cooperação com organizações globais, como a ONU Mulheres, permitiram que os ativistas no Brasil se beneficiassem de experiências e recursos globais, fortalecendo suas ações locais e fornecendo respaldo frente a desafios políticos e ataques à política de gênero. A capacidade da HeForShe de atuar como uma ponte entre diferentes atores e de facilitar a troca de conhecimentos e recursos contribuiu significativamente para o avanço da agenda de igualdade de gênero no Brasil.

Eu diria mais recentemente até mesmo essas redes internacionais, não só o HeForShe, (...) foram importantes quando você tem um governo que faz grandes ataques à política de gênero no país e quanto que a gente conseguia se respaldar nessas parcerias internacionais, essas redes internacionais, essas experiências para sustentar o trabalho aqui dentro (são ações importantes). (Priscila - Universidade)

(A HeForShe tinha esse papel) de ponte também, (...) por exemplo, (...) não é fácil conseguir a presença mesmo que online do representante Global do HeForShe por 2 horas e da representante da ONU mulheres para Américas então foi via a coordenação central do projeto Impacto que fica em Nova York que a gente conseguiu esses contatos e essa disponibilidade das pessoas. Então sim, tem esse tem esse papel político, de conexão, de ponte, de rede e de trazer subsídios também, com os próprios documentos que a ONU mulheres produzia (Priscila - Universidade)

#### 4.2.3 Críticas e desafios

---

<sup>7</sup> Denominação da Polícia Militar no estado do Rio Grande do Sul.

#### 4.2.3.1 Recursos

Um dos principais obstáculos mencionados pelos entrevistados foi a escassez de recursos financeiros. Além do destaque de José à diminuição de recursos para o projeto e sua crítica ao sistema ONU, Priscila ressalta a percepção popular equivocada de que a campanha HeForShe recebia financiamento substancial da entidade, decepção que Geraldo também relata:

Foi uma época onde recursos foram cada vez mais diminuindo (...) isso para mim mostra uma falha não da ONU Mulheres, mas do sistema ONU, ainda que muitas vezes eles diminuíssem o recurso de vários lugares, diminuir o recurso das ações das mulheres (...) mostra que existe um machismo institucional (José - Sociedade Civil) (...)

(...) muita gente (...) tem essa ideia de que "nossa, vocês são vinculados à ONU Mulheres, então recebem muito dinheiro". Isso não acontece. (Priscila - Universidade)

(...) primeira surpresa que eu tive (quando) a ONU disse assim "olha, a gente não tem nada a ver com isso não, vocês são os organizadores. Agora quem vai determinar quem vai fazer as palestras somos nós (...) e das 32 pessoas que a ONU mandou convidar (...) eu só tinha quatro passagens (de recurso da universidade), eu consegui mais uma com o sindicato dos professores, (...) mais uma com empresa, seis passagens, faltavam 10. Aí eu disse "eu vou lutar consegui essas 10 passagens" eu vou ver (com) empresas, vou feito (com) um chapéu, um piresinho atrás de uma passagem e na verdade (...) vou fazer até um desabafo: meus colegas achavam aquilo humilhante, da gente não ter nenhum tipo de apoio para fazer o Congresso Brasileiro ElesPorElas (...), mas eu fui de empresa em empresa. (Geraldo - Universidade)

A falta de financiamento público se mostra em outros depoimentos. O embasamento em financiamento privado gera algumas dúvidas quanto a uma possível influência ideológica na realização das ações da campanha e, como destaca Leonardo, reduz a variedade de locais onde estas são promovidas, já que empresas tendem a estar mais ligadas aos grandes centros urbanos, tais como Rio de Janeiro e São Paulo.

O que poderia ter sido diferente era ter recursos mais volumosos na parceria com o Governo Federal para poder, entre outras coisas, interiorizar mais as ações porque elas acabam ficando muito no eixo das capitais dos estados, (...) então isso poderia ter sido mais incrementado, mas o cenário não era favorável para isso. (Leonardo - Sociedade Civil)

(...) toda minha formação é na universidade pública, tem mudado, mas tem um certo ranço ainda em entrar verba do mercado privado dentro das universidades públicas, (quanto ao) direcionamento dessa verba dessas ações, (...) da liberdade, da autonomia que se tem... Acho que isso é uma particularidade bem diferente da realidade norte-americana, não sei se a gente que tem que aprender ou se a gente é que tem que batalhar por mais financiamento público (Priscila - Universidade)

De fato, a importância do processo de captação e gestão de recursos é destacada, bem como da realização de parcerias estratégicas, tal como com a Rede Globo, de alcance nacional.

(...) foi muito importante esse entendimento do próprio comitê de que a gente precisava ter uma forma de gerir recursos. Então eu acho que se a gente tivesse oportunidade de retomar, junto da ONU Mulheres, esse processo de captação e de gestão de recursos para projetos é muito importante e necessário. (Mariana - Governo)

na época ela (a ONU Mulheres Brasil) tinha acho que 15 pessoas, eu era coordenadora e trabalhava com as minhas colegas a gente fazia meio que um *task force*<sup>8</sup>(...) (o escritório) surgiu muito pequeno então não há fôlego pra gente fazer nas ruas do país, então isso tornava as mídias uma (maneira) possível de atingir o Brasil inteiro. (...) A gente sabe que, no Brasil, a [Rede] Globo, ela tem influência que não é comparável em nenhum lugar do mundo, então você poder fazer campanhas em rede nacional no horário nobre da Globo é algo que influencia bastante. (Beatriz - ONU Mulheres)

#### 4.2.3.1 Transnacionalização

A transnacionalização da campanha HeForShe no Brasil apresenta uma série de pontos positivos e negativos, destacando a tentativa de adaptação à cultura brasileira como um elemento-chave. Leonardo ressalta a iniciativa de criar um comitê para dialogar sobre a implementação da campanha no país, evidenciando a busca por uma identidade local dentro do contexto global da HeForShe. Essa adaptação cultural é corroborada por Beatriz, que destaca a liberdade criativa para desenvolver campanhas específicas para a cultura brasileira, como o carnaval, enquanto também incorpora elementos de iniciativas internacionais, como a Semana de Arte.

(...) criaram um comitê com esse objetivo de poder dialogar, mas a ideia central era delas, ou seja, já vinha da ONU internacional, (...) tanto que a campanha foi lançada internacionalmente e quando eles vão desenvolver no Brasil, aí a equipe da ONU mulheres brasileira vai dar a sua cara (Leonardo - Sociedade Civil)

A gente tinha licença criativa de criar campanhas no Brasil sobre a marca da HeForShe, a gente conseguia criar campanhas que são específicas para a cultura do Brasil como carnaval e a gente conseguia também se inspirar em campanhas que aconteceram ao redor do mundo e trazer para o Brasil que foi o caso da Semana de Arte, que não começou no Brasil, foi algo que começou nos Estados Unidos e aí no ano seguinte a gente trouxe (...) e a gente fez ao mesmo tempo, na mesma semana, a caça aos livros, inspirada na Emma Watson deixando livros no metrô. (Beatriz - ONU Mulheres)

---

<sup>8</sup> Força-tarefa.

No entanto, há desafios evidentes na transnacionalização da campanha, incluindo a questão da tradução e padronização dos materiais. Por um lado, a tradução do nome do singular em inglês para o plural em português “ElesPorElas” pode indicar uma atenção à necessidade de empoderamento coletivo e ênfase na multiplicidade de mulheres (Marinho e Gonçalves, 2016). Por outro, o uso intercalado entre a tradução para o português e o original em inglês sugere uma falta de uniformidade. Além disso, a falta de tradução de documentos atualizados aponta para o já identificado declínio de investimento de recursos na campanha e na pauta nos últimos anos no contexto brasileiro. Ana Clara, da ONU Mulheres, destaca as limitações enfrentadas pela equipe na tradução e adaptação rápida dos materiais, ecoando o desafio da escassez de recursos.

a ONU tem diretrizes globais, então muitas vezes a equipe era muito pequena (e) era muito complexo trazer essa tradução, (essa) identificação do tema e tudo muito rápido (Ana Clara – ONU Mulheres)

A análise sobre a adaptação da campanha ao público brasileiro é ambígua, com opiniões divergentes entre os entrevistados. Enquanto alguns exaltam o desenvolvimento da campanha no Brasil, outros manifestam insatisfação com sua inserção na camada mais popular. Essa disparidade reflete uma tentativa de equilibrar a universalidade da mensagem da HeForShe com a necessidade de abordar questões específicas e relevantes para a realidade brasileira, como apontado por José.

Eu acho que uma campanha dessas tem que falar principalmente para a população mais popular e quando ela consegue uma inserção num canal pago ela já mostra que não tá conseguindo essa inserção (José - Sociedade Civil)

Em suma, a transnacionalização da campanha HeForShe no Brasil tem uma valorização da *universalidade*, tal qual vimos na revisão literária crítica sobre os direitos humanos. O foco nas camadas mais ricas, a abordagem superficial de questões como a interseccionalidade e trabalho não-remunerado, a inexistência da pauta do direito reprodutivo e as dificuldades logísticas na tradução e padronização dos materiais evidenciam a necessidade contínua de aprimoramento e ajustes para garantir a eficácia e relevância da campanha no contexto brasileiro.



## 5. CONCLUSÃO

Escolhi estudar a atuação da HeForShe, com um enfoque específico no Brasil, não apenas por ter uma proximidade pessoal com o tema dos estudos de gênero, mas também pela minha curiosidade em compreender uma iniciativa que buscava promover a igualdade de uma maneira que se destaca da maioria, concentrando-se no gênero masculino que geralmente não tem sido contemplado nas políticas públicas de gênero. Após seis anos de investigação, dos quais três foram dedicados ao nível de mestrado, acredito que consegui desenvolver uma compreensão abrangente, valorizar nuances e oferecer uma análise crítica embasada sobre as diversas abordagens para alcançar direitos igualitários. A seguir, apresento minhas principais conclusões em resposta à questão central deste estudo: **Como a HeForShe promove a igualdade de gênero no Brasil?**

Desde o lançamento da campanha no Brasil em 2015, observou-se uma evolução significativa nos discursos empregados pelos seus promotores. Inicialmente centrada no "objetivo ambicioso" de alcançar 1 bilhão de compromissos, a campanha direcionou sua atenção para cumprir esta métrica, com a busca de adesões através do site. No entanto, com o desenvolvimento subsequente e a introdução de novos documentos e um novo site, houve uma mudança notável no discurso empregado pela campanha, que passou a se concentra não apenas nas adesões à campanha, mas também no envolvimento ativo através da participação de eventos e debates e passivo, por meio da conscientização acerca do tema. Enquanto o discurso inicial enfatizava as consequências diretas da desigualdade de gênero nas vidas de meninas e mulheres, os documentos atualizados buscam agora evidenciar as raízes da desigualdade nas expectativas da sociedade patriarcal, do homem como violento ou opressor. Além disso, ocorreu uma modificação textual em relação ao público-alvo da HeForShe, que inicialmente era declaradamente voltada para "homens e meninos", mas que passou a incluir "pessoas de todos os gêneros". Contudo, essa mudança não se reflete de maneira efetiva no discurso nem na prática social da campanha, uma vez que os homens continuam sendo predominantemente o seu público-alvo.

A análise dessas mudanças no desenvolvimento da campanha no Brasil revela que muitas delas são resultado do aprendizado e do engajamento dos parceiros locais. No entanto, é importante destacar que uma lacuna significativa tem persistido devido à ausência de tradução dos materiais atualizados para o português. Essa falta de disponibilidade dos recursos em língua portuguesa tem limitado o alcance e a eficácia das mensagens da campanha, dificultando a participação e compreensão por parte do público brasileiro

Essa mudança textual para incluir "pessoas de todos os gêneros" não conseguiu alterar substancialmente a lógica heteronormativa e binária subjacente à operação da HeForShe. A campanha continuou predominantemente direcionada a homens heterossexuais, mantendo-se dentro de uma estrutura que privilegia este segmento da sociedade. O público-alvo permaneceu concentrado em homens de classes média e alta, bem como na alta gerência de instituições, refletindo uma estratégia *top-down* que visa sensibilizar aqueles que detêm privilégios dentro do sistema patriarcal para a questão da igualdade de gênero. Essa abordagem limitada, embora busque influenciar os líderes e tomadores de decisão, não tem sido capaz de abordar adequadamente as necessidades e perspectivas de uma gama mais ampla de pessoas, incluindo aqueles que enfrentam múltiplas formas de discriminação de gênero e identidade.

Dentro das três frentes estratégicas da campanha - 'atenção', 'argumentação' e 'ação' - destaco a primeira, dedicada à sensibilização e visibilidade, como a mais proeminente em termos de iniciativas. Esta frente é predominantemente midiática, visando amplificar a conscientização inicial sobre a igualdade de gênero. Na frente da 'argumentação', embora ainda existam algumas iniciativas, como rodas de conversa e debates, estas são mais limitadas em comparação à ênfase na 'atenção'. As atividades presenciais nesta frente eram especialmente concentradas nos grandes centros urbanos como Rio de Janeiro e São Paulo, cruciais para stakeholders empresariais. No entanto, a terceira estratégia, 'ação', carece de atividades em comparação com as outras frentes. A falta de recursos dificulta a expansão dessas iniciativas para além dos grandes centros urbanos, limitando assim a capilarização da campanha para outros espaços e comunidades.

Assim como observado por Della Porta e Tarrow (2005), no processo de transnacionalização da campanha há uma relevância da legitimidade associada ao apoio da ONU para as ações empreendidas. Os entrevistados ressaltaram a importância do nome da Organização das Nações Unidas e da ONU Mulheres na opinião pública, observando que essa vinculação conferia peso e reconhecimento às iniciativas. O apoio da ONU era percebido como uma validação e um fortalecimento das ações realizadas, proporcionando acesso a recursos e espaços midiáticos que poderiam ser difíceis de alcançar de outra forma. No entanto, alguns entrevistados expressaram descontentamento com a falta de recursos financeiros disponibilizados pela ONU, questionando se o apoio se limitava apenas ao prestígio do nome ou se havia um compromisso mais substancial por trás. Esses relatos destacam a dinâmica complexa das relações entre a ONU e as organizações locais, evidenciando a importância da clareza e transparência na comunicação e na colaboração entre as partes envolvidas.

O papel do homem na promoção da igualdade de gênero não é evidente no discurso nem plenamente conhecido entre os envolvidos. No discurso da campanha, os homens são apresentados como capazes de desempenhar uma variedade de papéis, que vão desde serem parceiros ativos na eliminação de barreiras para as mulheres, usuários conscientes de seus privilégios, protagonistas, agentes de mudança ao engajar outros homens na causa, até enfrentarem as barreiras impostas pela desigualdade de gênero em suas próprias vidas. A dicotomia entre desconstruir e reforçar as noções tradicionais de masculinidade, como identificada por Henry-White (2015), também se manifesta nesta pesquisa, destacando a complexidade e a variedade de papéis que os homens podem desempenhar na promoção da igualdade de gênero.

A estratégia de comunicação não-declarada, conhecida como interdiscursividade, que combina elementos de diferentes ordens discursivas, é identificada como uma abordagem recorrente na campanha. Além de abordar o preconceito contra pessoas gordas, idosas e da comunidade LGBTQIA+, há uma mais frequente referência às questões raciais, incorporando o conceito de interseccionalidade. Isso é especialmente significativo considerando que mais da metade da população brasileira é identificada como negra ou parda, de acordo com o último censo. No entanto, em relação à orientação sexual, observo novamente uma tendência à heteronormatividade, com poucas iniciativas direcionadas ao público LGBTQIA+. Ao utilizar a interdiscursividade a campanha adapta suas estratégias de acordo com as características e demandas do público brasileiro, embora ainda haja espaço para uma inclusão mais abrangente.

Apesar de menos intensivas em comparação com as iniciativas voltadas para combater a violência contra a mulher, algumas ações visando o empoderamento feminino foram identificadas. Considerando o conceito de empoderamento, que não se limita apenas à perspectiva individual, é possível analisar que as atividades promovidas pela campanha, como caça aos livros e rodas de conversa com mulheres, buscavam, de fato, o empoderamento feminino coletivo, visando mudanças estruturais. No entanto, essas iniciativas foram escassas, já que o público-alvo da campanha não eram as mulheres.

A desorientação gradual da campanha no Brasil, caracterizada pela diminuição no engajamento, na tradução de materiais e na produção de iniciativas, está intrinsecamente ligada ao contexto político do país. A influência desse contexto na trajetória do movimento é evidente, com um pico de atividade no seu lançamento após os governos Lula e Dilma, quando havia um contexto de oportunidades políticas propícias ao tema da igualdade de gênero em âmbito nacional e internacional (Tarrow, 1994). No entanto, o cenário mudou drasticamente após o golpe contra Dilma Rousseff em 2016 e a subsequente eleição do presidente Jair Bolsonaro em

2018. O discurso da extrema-direita, que frequentemente denuncia uma suposta "ideologia de gênero", tornou-se predominante, criando obstáculos significativos para o desenvolvimento contínuo da HeForShe e minando os esforços de promoção da igualdade de gênero no país.

A escassez de recursos financeiros é destacada pelos entrevistados como um dos principais obstáculos enfrentados pela campanha HeForShe no Brasil. Além de uma diminuição de recursos atribuída a uma influência ideológica do governo em vigor e a um "machismo institucional", o embasamento em financiamento privado revelou a complexidade dos desafios enfrentados pela campanha, destacando a necessidade de uma abordagem mais abrangente e sustentável para garantir seu sucesso e impacto contínuos.

A análise dos resultados da campanha HeForShe no Brasil aponta para a notável visibilidade alcançada pela iniciativa, bem como a criação efetiva de redes de colaboração e cooperação entre diversos atores sociais. A presença e o envolvimento de celebridades, tanto internacionais quanto nacionais, como Emma Watson e personalidades brasileiras, contribuíram significativamente para aumentar o reconhecimento da campanha e ampliar seu alcance. Além disso, como já mencionado, a associação com a ONU Mulheres proporcionou credibilidade à HeForShe, fortalecendo a pauta dos direitos das mulheres tanto nacional quanto internacionalmente. A HeForShe também se destacou como uma plataforma de ativismo transnacional, permitindo que ativistas no Brasil se beneficiassem de recursos globais e experiências compartilhadas, especialmente importante em um contexto político desafiador. A colaboração em rede foi fundamental para o sucesso das ações, possibilitando uma maior disseminação das iniciativas e ampliando seu impacto em diferentes setores da sociedade brasileira.

A adaptação da campanha HeForShe ao público brasileiro apresentou tanto aspectos positivos quanto negativos. Entre os pontos positivos, destacam-se algumas iniciativas que foram efetivamente adaptadas ao contexto brasileiro, como a abordagem da interseccionalidade, as ações durante o Carnaval como um momento de conscientização e a conscientização sobre a violência de gênero. No entanto, foram observados vários pontos negativos. Um deles foi a falta de tradução adequada dos materiais da campanha para o português, o que limitou o acesso e a compreensão das informações por parte da população brasileira. Além disso, houve uma falha em abordar adequadamente a camada mais popular da sociedade, resultando em uma falta de representatividade e engajamento desses grupos. A interseccionalidade foi muitas vezes tratada de forma superficial, sem uma análise aprofundada das interseções entre diferentes formas de discriminação. Outro aspecto tratado de forma rasa foi a exploração do trabalho não-remunerado, que muitas vezes recai sobre mulheres sem devida valorização ou compensação.

Além disso, a pauta dos direitos reprodutivos não foi abordada, deixando de lado uma questão fundamental para a autonomia e o bem-estar das mulheres brasileiras. Essas lacunas na adaptação da campanha ao contexto brasileiro ressaltam a importância de uma abordagem mais sensível e inclusiva, que leve em consideração as diversas realidades e necessidades das mulheres no país.

É importante ressaltar algumas temáticas que não puderam ser desenvolvidos no presente trabalho e podem ser explorados por outros pesquisadores no campo dos direitos humanos. Uma delas foi a análise sobre o papel das redes sociais digitais na disseminação e no engajamento com a campanha HeForShe. As plataformas online têm desempenhado um papel significativo na construção de movimentos sociais contemporâneos, e uma análise mais detalhada sobre como a campanha foi percebida e discutida nesses espaços poderia fornecer insights valiosos sobre seu impacto e alcance. Outro aspecto que poderia ser investigado é a exploração dos significados associados às masculinidades dentro do contexto da campanha HeForShe. Compreender como diferentes concepções de masculinidade foram abordadas e negociadas dentro da iniciativa, com base em uma revisão teórica, poderia enriquecer a compreensão sobre as dinâmicas de gênero.

Além disso, há uma série de estudos potenciais que poderiam ser conduzidos para complementar e expandir a análise existente. Por exemplo, um estudo de recepção envolvendo participantes e não participantes da HeForShe poderia fornecer insights sobre como a campanha foi percebida pelo público em geral e identificar possíveis barreiras ou facilitadores para o envolvimento. Uma análise comparativa entre a HeForShe e outras campanhas internacionais e nacionais de promoção da igualdade de gênero também seria esclarecedora, permitindo-nos entender melhor as estratégias eficazes e as áreas para melhoria. Por exemplo, uma comparação com o movimento #MeToo poderia fornecer um contexto mais amplo sobre as tendências e desafios enfrentados pelos movimentos de igualdade de gênero em diferentes contextos sociais e culturais. Essas direções potenciais de pesquisa têm o potencial de aprofundar não só a compreensão sobre o impacto e a eficácia da campanha HeForShe mas também as maneiras mais apropriadas para a promoção da igualdade de gênero.

## REFERÊNCIAS

ALVAREZ, Sonia E. A “globalização” dos feminismos latino-americanos: tendências dos anos 90 e desafios para o novo milênio. *In: Cultura e Política nos Movimentos Sociais Latino-Americanos: Novas Leituras*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2000, p. 383–426.

ALVAREZ, Sonia E. Para além da sociedade civil: reflexões sobre o campo feminista. *Cadernos Pagu*, n. 43, p. 13–56, 2014. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/cpa/n43/0104-8333-cpa-43-0013.pdf>>. Acesso em: 6 mar. 2021.

ALVAREZ, Sonia E.; DAGNINO, Evelina ; ESCOBAR, Arturo. Introdução: O Cultural e o Político nos Movimentos Sociais Latino-Americanos. *In: Cultura e Política nos Movimentos Sociais Latino-Americanos: Novas Leituras*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2000, p. 15–57.

ALVES, Denise Avancini. **Interesse Público e o Poder da Telenovela: Merchandising Social e Repercussão do Tráfico de Pessoas em Salve Jorge**. Tese, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2015. Disponível em: <[https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id\\_trabalho=4177725](https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=4177725)>. Acesso em: 15 ago. 2023.

ALVES, José Augusto Lindgren. **Os direitos humanos na pós-modernidade**. São Paulo, SP, Brasil: Perspectiva, 2005.

BBC. Harvey Weinstein será indiciado por assédio sexual no Reino Unido; entenda. **G1**, 2022. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/cinema/noticia/2022/06/08/harvey-weinstein-sera-indiciado-por-assedio-sexual-no-reino-unido-entenda.ghtml>>. Acesso em: 26 ago. 2022.

BBC. O que a campanha #MeToo conseguiu mudar de fato? **BBC News Brasil**, 2018. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-44164417>>. Acesso em: 26 ago. 2022.

BBC. “SlutWalk” marches sparked by Toronto officer’s remarks. **BBC News**, 2011. Disponível em: <<https://www.bbc.com/news/world-us-canada-13320785>>. Acesso em: 29 ago. 2022.

BOBBIO, Norberto. **A Era dos Direitos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

CARDOSO, Jéssica ; GUIMARÃES, Luísa. **Aborto é legal ou descriminalizado em 6 países da América do Sul**. Poder360. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/internacional/aborto-e-legal-ou-descriminalizado-em-6-paises-da-america-do-sul/>>. Acesso em: 1 set. 2022.

CARNEIRO, Sueli. Enegrecer o Feminismo: A Situação da Mulher Negra na América Latina a partir de uma perspectiva de gênero. **Portal Geledés**, 2011. Disponível em: <<https://www.geledes.org.br/enegrecer-o-feminismo-situacao-da-mulher-negra-na-america-latina-partir-de-uma-perspectiva-de-genero/>>. Acesso em: 15 ago. 2023.

CBS. More than 12M “Me Too” Facebook posts, comments, reactions in 24 hours. **Cbsnews.com**, 2017. Disponível em: <<https://www.cbsnews.com/news/metoo-more-than-12-million-facebook-posts-comments-reactions-24-hours/>>. Acesso em: 26 ago. 2022.

CBS. University of California releases details on 113 employee sexual misconduct cases. **Cbsnews.com**, 2017. Disponível em: <<https://www.cbsnews.com/news/university-of-california-staff-faculty-sexual-misconduct-harassment-cases/>>. Acesso em: 26 ago. 2022.

CENTER FOR REPRODUCTIVE RIGHTS. **The World's Abortion Laws**. Center for Reproductive Rights. Disponível em: <<https://reproductiverights.org/maps/worlds-abortion-laws/>>. Acesso em: 26 jun. 2023.

CEPAL - COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE. **La autonomía de las mujeres en escenarios económicos cambiantes**. [s.l.]: CEPAL, 2019. Disponível em: <<https://www.cepal.org/es/publicaciones/45032-la-autonomia-mujeres-escenarios-economicos-cambiantes>>.

CERQUEIRA, Daniel ; BUENO, Samira (Coord.). **Atlas da violência 2020**. Brasília: Ipea; FBSP, 2020. DOI: <https://dx.doi.org/10.38116/riatlasdaviolencia2020>.

CERQUEIRA, Daniel ; BUENO, Samira (Coord.). **Atlas da violência 2023**. Brasília: Ipea; FBSP, 2023. DOI: <https://dx.doi.org/10.38116/riatlasdaviolencia2023>.

CHAMBERLAIN, Prudence. **The feminist fourth wave: affective temporality**. London: Palgrave Macmillan, 2017.

CORREA, Carla. The #MeToo Moment: For U.S. Gymnasts, Why Did Justice Take So Long? **The New York Times**, 2018. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2018/01/25/us/the-metoo-moment-for-us-gymnasts-olympics-narrative-justice.html>>. Acesso em: 26 ago. 2022.

CRENSHAW, Kimberlé. Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero. **Revista Estudos Feministas**, v. 10, n. 1, p. 171–188, 2002.

DE ALCÂNTARA, Livia Moreira. Ciberativismo e movimentos sociais: mapeando discussões. **Aurora: revista de arte, mídia e política**, v. 8, n. 23, p. 73–97, 2015.

DELLA PORTA, Donatella; TARROW, Sidney. Transnational Processes and Social Activism: An Introduction. In: **Transnational protest and global activism**. [s.l.]: Rowman & Littlefield, 2005.

DORIETTO, Maya. Acesso a armas pode explicar queda de homicídios de mulheres e aumento de feminicídios. **ES HOJE**, 2023. Disponível em: <<https://eshoje.com.br/geral/2023/07/acesso-a-armas-pode-explicar-queda-de-homicidios-de-mulheres-e-aumento-de-feminicidios/>>. Acesso em: 9 mar. 2024.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e Mudança Social**. 2. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2016.

FONSECA, Ingrid Iramaia Alves ; CARDOSO, Fernando Da Silva. Ciberativismo, empoderamento feminino e novas dinâmicas de enfrentamento à violência de gênero contra a mulher. **Revista Eletrônica Direito e Sociedade - REDES**, v. 6, n. 1, p. 133, 2018. Disponível em: <<https://revistas.unilasalle.edu.br/index.php/redes/article/view/4256>>.

FRASER, Nancy. **A Crise do Cuidado vista a fundo** - Outras Palavras, 2023. Disponível em: <<https://outraspalavras.net/feminismos/nancy-fraser-a-crise-do-cuidado-vista-a-fundo/#sdfootnote1anc>>.

FRASER, Nancy. Contradictions of Capital and Care. **New Left Review**, 100, July/August 2016. Disponível em: <<https://newleftreview.org/issues/II100/articles/nancy-fraser-contradictions-of-capital-and-care>>.

FRASER, Nancy. From Redistribution to Recognition? Dilemmas of Justice in a “Post-Socialist” Age. **New Left Review**, 212, July/August 1995. Disponível em: <<https://newleftreview.org/issues/I212/articles/nancy-fraser-from-redistribution-to-recognition-dilemmas-of-justice-in-a-post-socialist-age>>.

FRASER, Nancy. Rethinking Recognition. **New Left Review**, 3, May/June 2000. Disponível em: <<https://newleftreview.org/issues/II3/articles/nancy-fraser-rethinking-recognition>>.

GOHN, Maria da Glória. **Teoria dos Movimentos Sociais: Paradigmas Clássicos e Contemporâneos**. São Paulo: Edições Loyola, 1997.

HARVEY, David. **The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change**. Cambridge: Blackwell, 1990.

HEFORSHE. **Action Kit for Individuals**. [s.l.: s.n.], 2018. Disponível em: <[https://www.heforshe.org/sites/default/files/2018-09/HeForShe\\_Action\\_Kit\\_Individuals.pdf](https://www.heforshe.org/sites/default/files/2018-09/HeForShe_Action_Kit_Individuals.pdf)>. Acesso em: 8 set. 2023.

HEFORSHE. **HeForShe Action Kit Civil Society Organisations**. [s.l.: s.n.], 2020. Disponível em: <<https://www.heforshe.org/sites/default/files/2023-03/Action%20Kit%20for%20civil%20society%20organisations.pdf>>. Acesso em: 8 set.2023.

HEFORSHE. **HeForShe Action Kit Universities**. [s.l.: s.n.], 2017a. Disponível em: <[https://www.heforshe.org/sites/default/files/2023-03/HeForShe\\_ActionKit\\_Students.pdf](https://www.heforshe.org/sites/default/files/2023-03/HeForShe_ActionKit_Students.pdf)>. Acesso em: 8 set. 2023.

HEFORSHE. **HeForShe Action Kit Workplace**. [s.l.: s.n.], 2017b. Disponível em: <[https://www.heforshe.org/sites/default/files/2023-03/HeForShe\\_Workplace.pdf](https://www.heforshe.org/sites/default/files/2023-03/HeForShe_Workplace.pdf)>. Acesso em: 8 set. 2023.

HEFORSHE. **The HeForShe Story**. Youtube, 27/01/2017c. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=2Wm4U7kzKD4&t=20s&ab\\_channel=HeForShe](https://www.youtube.com/watch?v=2Wm4U7kzKD4&t=20s&ab_channel=HeForShe)>. Acesso em: 31 ago. 2023.

HENRIQUES, Márcio Simeone (org. .. **Comunicação e estratégias de mobilização social**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

HENRY-WHITE, Jaime. **Gender equality? : A transnational feminist analysis of the UN HeForShe Campaign as a global “solidarity” movement for men**. Thesis, University of Missouri-Columbia, 2015.

IBGE. **Estatísticas de Gênero - Indicadores sociais das mulheres no Brasil**. 2018. Disponível em: <[https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101551\\_informativo.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101551_informativo.pdf)>.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Panorama do Censo 2022**. Panorama do Censo 2022. Disponível em: <<https://censo2022.ibge.gov.br/panorama/>>. Acesso em: 9 mar. 2024.

KAUER, Carolina. **Mobilização social e comunicação para igualdade de gênero: um estudo da campanha da ONU Mulheres, a ElesPorElas**. Monografia, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2018.

KAUER, Carolina; ALVES, Denise Avancini. Communication Strategies for the Promotion of Gender Equality: A Study on the HeForShe Campaign in Brazil and in Spain. *In*: [s.l.]: **International Association for Media and Communication Research 2019 Conference**, 2019.

KAUER, Carolina; ALVES, Denise Avancini; CARVALHO, Cristiane Mafacioli. Similaridades e Diferenças na Promoção da Igualdade de Gênero: um estudo da campanha HeForShe na América Latina. *In*: **XV Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC)**. [s.l.: s.n.], 2020.

LAMAS, Marta. Género, desarrollo y feminismo en América Latina. **Pensamiento iberoamericano**, n. 0, p. 133–152, 2007. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2872536>>. Acesso em: 22 nov. 2019.

LEMOS, Marina Gazire. **Ciberfeminismo: Novos discursos do feminino em redes eletrônicas**. Dissertação de Mestrado, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo PUC-SP, 2009.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

LOURO, Guacira Lopes. Teoria queer: uma política pós-identitária para a educação. **Revista Estudos Feministas**, v. 9, n. 2, p. 541–553, 2001. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/ref/v9n2/8639.pdf>>.

MARINHO, Paloma Abelin Saldanha ; GONÇALVES, Hebe Signorini. Práticas de empoderamento feminino na América Latina. **Revista de Estudios Sociales**, n. 56, p. 80–90, 2016. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5753514>>.

MATOS, Marlise. A Quarta Onda Feminista e o Campo Crítico-Emancipatório das Diferenças no Brasil: Entre a Destradicionalização Social e o Neoconservadorismo Político. *In*: **38º Encontro Anual da ANPOCS**. Caxambu: [s.n.], 2014, p. 1–28.

MENDES, Kaitlynn; RINGROSE, Jessica ; KELLER, Jessalynn. #MeToo and the promise and pitfalls of challenging rape culture through digital feminist activism. **European Journal of Women's Studies**, v. 25, n. 2, p. 236–246, 2018. Disponível em: <<https://doi.org/10.1177%2F1350506818765318>>. Acesso em: 10 ago. 2022.

MISKOLCI, Richard. A Teoria Queer e a Questão das Diferenças: por uma analítica da normalização. *In*: **Anais do 16º COLE**. Unicamp, Campinas: [s.n.], 2007. Disponível em: <[https://alb.org.br/arquivo-morto/edicoes\\_anteriores/anais16/prog\\_pdf/prog03\\_01.pdf](https://alb.org.br/arquivo-morto/edicoes_anteriores/anais16/prog_pdf/prog03_01.pdf)>. Acesso em: 2 set. 2022.

MOHANTY, Chandra Talpade. **Feminism Without Borders: Decolonizing Theory, Practicing Solidarity**. [s.l.]: Duke University, 2003.

NAÇÕES UNIDAS BRASIL (Org.). **Lei Maria da Penha completa 15 anos promovendo o enfrentamento da violência baseada no gênero | As Nações Unidas no Brasil**. brasil.un.org. Disponível em: <<https://brasil.un.org/pt-br/139554-lei-maria-da-penha-completa-15-anos-promovendo-o-enfrentamento-da-violencia-baseada-no#:~:text=Com%20a%20cria%C3%A7%C3%A3o%20da%20Lei>>. Acesso em: 13 jul. 2022.

NASCIMENTO, Marcos ; ARRUDA, Silvani. **Valente não é violento**. [s.l.: s.n.], 2014. Disponível em: <[https://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2015/07/valente\\_inventario.pdf](https://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2015/07/valente_inventario.pdf)>. Acesso em: 1 set. 2023.

NATANSOHN, Graciela; BRUNET, Karla Schuch ; PAZ, Mónica Dantas. Mulheres na Cultura Digital: perspectivas e desafios. In: **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**. [s.l.: s.n.], 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2011/resumos/R28-1011-1.pdf>>. Acesso em: 15 ago. 2023.

ONU MULHERES. **Movimento ElesPorElas (HeForShe) de Solidariedade da ONU Mulheres pela Igualdade de Gênero - Impactando Empresas**. [s.l.: s.n.], 2015a. Disponível em: <[http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2015/03/ElesPorElas\\_empresas.pdf](http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2015/03/ElesPorElas_empresas.pdf)>. Acesso em: 5 set. 2023.

ONU MULHERES. **Movimento ElesPorElas (HeForShe) de Solidariedade da ONU Mulheres pela Igualdade de Gênero - Impactando Governos**. [s.l.: s.n.], 2015b. Disponível em: <[http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2015/03/ElesPorElas\\_governos.pdf](http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2015/03/ElesPorElas_governos.pdf)>. Acesso em: 5 set. 2023.

ONU MULHERES. **Movimento ElesPorElas (HeForShe) de Solidariedade da ONU Mulheres pela Igualdade de Gênero - Impactando Universidades**. [s.l.: s.n.], 2015c. Disponível em: <[http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2015/03/ElesPorElas\\_universidades.pdf](http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2015/03/ElesPorElas_universidades.pdf)>. Acesso em: 5 set. 2023.

ONU MULHERES. **Movimento ElesPorElas (HeForShe) de Solidariedade da ONU Mulheres pela Igualdade de Gênero - Kit de Ação**. [s.l.: s.n.], 2015d. Disponível em: <[http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2015/03/ElesPorElas\\_kit\\_acao.pdf](http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2015/03/ElesPorElas_kit_acao.pdf)>. Acesso em: 5 set. 2023.

ONU MULHERES. **Movimento ElesPorElas (HeForShe) de Solidariedade da ONU Mulheres pela Igualdade de Gênero - Visão Geral**. [s.l.: s.n.], 2015e. Disponível em: <[http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2015/03/ElesPorElas\\_visao\\_geral.pdf](http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2015/03/ElesPorElas_visao_geral.pdf)>. Acesso em: 5 set. 2023.

ONU MULHERES BRASIL. **Confederação Nacional dos Municípios adere ao movimento ElesPorElas (HeForShe), da ONU Mulheres, durante a XVIII Marcha em Defesa dos Municípios – ONU Mulheres**. onumulheres.org.br. 28/05/2015. Disponível em: <<https://www.onumulheres.org.br/noticias/confederacao-nacional-dos-municipios-adere-ao-movimento-esporelas-heforshe-da-onu-mulheres-durante-a-xviii-marcha-em-defesa-dos-municipios/>>. Acesso em: 31 ago. 2023.

ONU MULHERES BRASIL. **Conferências Mundiais da Mulher – ONU Mulheres**. ONU Mulheres. Disponível em: <<http://www.onumulheres.org.br/planeta5050-2030/conferencias/>>.

ONU MULHERES BRASIL. Novo site do Movimento HeForShe (ElesPorElas) está disponível em Português. **Onumulheres.org.br**, 2016 Disponível em: <<https://www.onumulheres.org.br/noticias/novo-site-do-movimento-heforshe-elesporelas-esta-disponivel-em-portugues/>>. Acesso em: 25 mar. 2024.

ONU MULHERES BRASIL. ONU Mulheres e parceiros criam Comitê Brasil ElesPorElas em apoio a movimento internacional pela igualdade de gênero – ONU Mulheres. **Onumulheres.org.br**, 2015. Disponível em: <<http://www.onumulheres.org.br/noticias/onu-mulheres-e-parceiros-criam-comite-brasil-elesporelas-em-apoio-a-movimento-internacional-pela-igualdade-de-genero/>>. Acesso em: 31 ago. 2023.

PEREZ, Olívia Cristina ; RICOLDI, Arlene Martinez. A Quarta Onda Feminista: interseccional, digital e coletiva. *In: X Congresso Latino-americano de Ciência Política (ALACIP)*. [s.l.: s.n.], 2019. Disponível em: <<https://alacip.org/cong19/25-perez-19.pdf>>. Acesso em: 15 ago. 2023.

PINTO, Céli Regina Jardim. Feminismo, história e poder. **Revista de Sociologia e Política**, v. 18, n. 36, p. 15–23, 2010. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rsocp/a/GW9TMRsYgQNzxNjZNcSBf5r>>. Acesso em: 13 jul. 2022.

PINTO, Céli Regina Jardim. **Uma história do feminismo no Brasil**. São Paulo: Editora Fundação Percecu Abramo, 2003.

PLOU, Dafne Sabanes. Novos cenários, velhas práticas de dominação: a violência contra as mulheres na era digital. *In: Internet em código feminino: teorias e práticas*. Trad. Dérika Virgulino. Buenos Aires: La Crujía, 2013, p. 121–135. Disponível em: <<https://gigaufba.net/internet-em-codigo-feminino/>>. Acesso em: 9 ago. 2022.

PRÁ, Jussara. Políticas Públicas, Feminismos e Cidadania de Gênero. *In: 9º Encontro da ABCP*. Brasília: [s.n.], 2014.

RAMOS, André de Carvalho. **Curso de Direitos Humanos**. São Paulo: Editora Saraiva, 2014.

REYNER, Ivens Reis. **UN WOMEN: A Step Forward in Advancing Gender Equality?** Thesis, MSc in Gender, Development and Globalisation, London School of Economics and Political Science, 2016.

SANTOS, Gustavo Gomes da Costa. **Cidadania e direitos sexuais: um estudo comparativo do reconhecimento legal das uniões entre pessoas do mesmo sexo no Brasil e na África do Sul**. Tese, Doutorado em Ciência Política da Universidade Estadual de Campinas, 2011.

SCOTT, Joan W. Deconstructing Equality-versus-Difference: Or, the Uses of Poststructuralist Theory for Feminism. **Feminist Studies**, v. 14, n. 1, p. 32–50, 1988. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.2307/3177997>>.

SIKKINK, Kathryn. Patterns of Dynamic Multilevel Governance and the Insider-Outsider Coalition. *In: DELLA PORTA, Donatella ; TARROW, Sidney (Orgs.)*. **Transnational Protest and Global Activism**. [s.l.]: Rowman & Littlefield Publishers, 2005, p. 151–173.

SOUZA, Isabela. Três gerações dos direitos humanos: conheça tudo sobre elas. **Politize!**, 2017. Disponível em: <<https://www.politize.com.br/tres-geracoes-dos-direitos-humanos/>>. Acesso em: 13 jul. 2022.

TORO, José Bernardo ; WERNECK, Nísia Maria Duarte. **Mobilização social: um modo de construir a democracia e a participação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

UN WOMEN. **Commission on the Status of Women**. UN Women. Disponível em: <<https://www.unwomen.org/en/csw>>. Acesso em: 1 dez. 2021. a

UN WOMEN. **Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women**. Un.org. Disponível em: <<https://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/>>. Acesso em: 1 dez. 2021. b

UN WOMEN. **Home Page**. HeForShe. Disponível em: <<https://www.heforshe.org/pt-br>>. Acesso em: 15 ago. 2023. c

UN WOMEN. **The Beijing Platform for Action: inspiration then and now**. UN Women | The Beijing Platform for Action Turns 20. Disponível em: <<https://beijing20.unwomen.org/en/about>>. Acesso em: 1 dez. 2021. d

UN WOMEN. **World Conferences on Women**. UN Women. Disponível em: <<https://www.unwomen.org/en/how-we-work/intergovernmental-support/world-conferences-on-women>>.

VASAK, Karel. **The International dimensions of human rights; textbook for the teaching of human rights at university level**. [s.l.]: UNESCO, 1979. Disponível em: <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000038533>>. Acesso em: 15 dez. 2022.

YOUNGS, Gillian. Making the Virtual Real: Feminist Challenges in the Twenty-First Century. **S&F Online**, n. 5.2, 2007. Disponível em: <[https://sfonline.barnard.edu/blogs/youngs\\_01.htm](https://sfonline.barnard.edu/blogs/youngs_01.htm)>. Acesso em: 22 jul. 2022.

ZIRBEL, Ilze. Ondas do Feminismo. **Mulheres na Filosofia**, 2021. Disponível em: <<https://www.blogs.unicamp.br/mulheresnafilosofia/ondas-do-feminismo/>>. Acesso em: set. 30DC.

ZISSIS, Carin; HARRISON, Chase; ORBACH, Jon; *et al.* Explainer: Abortion Rights in Latin America. **AS/COA**, 2022. Disponível em: <<https://www.as-coa.org/articles/explainer-abortion-rights-latin-america#taking-restrictive-steps-nicaragua-and-honduras>>.

**The Montreal Massacre | CBC Archives**. CBC Archives. Disponível em: <[https://web.archive.org/web/20110629023429/http://archives.cbc.ca/society/crime\\_justice/to pics/398-2240/](https://web.archive.org/web/20110629023429/http://archives.cbc.ca/society/crime_justice/to pics/398-2240/)>. Acesso em: 1 set. 2023

## APÊNDICES

### ROTEIRO PARA ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA:

- Agradecer a presença
- Reiterar que toda a conversa é para fins de pesquisa científicos, os participantes não serão identificados, o grande objetivo é aprender como a campanha atua e atuou no Brasil.
- Dados sociodemográficos serão encaminhados para preenchimento
- Explicar como será a entrevista: estilo conversa, entrevistado pode falar livremente, vou fazendo algumas perguntas principalmente em três blocos: quanto ao começo, ao desenvolvimento e a avaliação geral da experiência da parceria
- Solicitar o consentimento da gravação, novamente apenas para fins de estudos e pesquisa, e que não será compartilhada com terceiros.

#### Dados Sociodemográficos:

Idade:

Gênero:

Raça/etnia:

Escolaridade:

Orientação sexual:

### **Começo**

Como **começou** essa parceria?

Quem iniciou o contato, e quando?

Por que sua instituição tinha interesse em fazer essa parceria?

Porque o tópico era interessante para vocês?

Qual o interesse nessa campanha com a ONU, mas especificamente?

Foi feito algum **treinamento**, conversa?

Havia algum **pré-requisito** para fazer parte?

Quais eram as **expectativas** da sua instituição com essa parceria?

A sua organização participou na definição dos **objetivos** e do foco da campanha ou estes já estavam definidos previamente?

Quem era o **público-alvo**?

### **Desenvolvimento**

### **Violência?**

### **Masculinidades?**

Como tem sido essa parceria?

Qual foi o período mais relevante para a parceria de vocês?

Na sua opinião, quais as **ações mais importantes** em parceria com a sua instituição?

Na sua opinião, quais as ações da Campanha HeForShe mais importantes para além da participação da sua instituição?

De onde vinham as propostas das ações? Elas eram pré-definidas pela ONU Mulheres?

Como era feita a **comunicação** com o público-alvo?

Que tipo de **apoio** a ONU Mulheres ofereceu?

Você acha que a campanha estava adaptada a **realidade brasileira**? De que forma?

Se não, o que faltou?

Qual a sua percepção sobre o papel da **internet** nas ações previstas pela ONU Mulheres?

Essa parceria teve **fim**?

### **Avaliação final**

Que tipo de conflito ou diferenças de opiniões aconteceram?

Quais os resultados já percebidos?

Quais os planos para o futuro?

Você acha que o apoio da ONU Mulheres foi bem realizado?

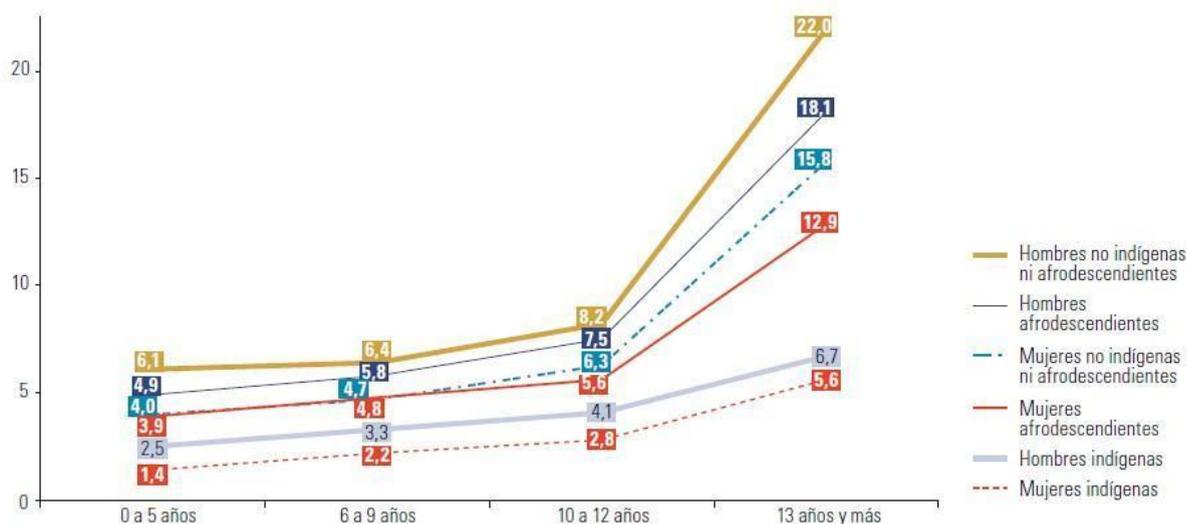
Quais coisas poderiam ter sido diferentes?

Na sua opinião, como a HeForShe deve dar continuidade?

Tem mais algo para adicionar?

## ANEXOS

ANEXO 1 - América Latina (média ponderada de quatro países): renda horária da população empregada com 15 anos ou mais, por anos de escolaridade, gênero e status etno-racial, por volta de 2017 (dólares internacionais).



Fonte: Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL), com base no Banco de Dados de Pesquisa Domiciliar (BADEHOG). a Os países examinados são Brasil, Equador, Peru e Uruguai. b Os cálculos são baseados na taxa de conversão de PPC (Paridade do Poder de Compra) implícita pelo Fundo Monetário Internacional (FMI), que indica a relação entre as moedas locais e o dólar internacional [online]

<https://www.imf.org/external/datamapper/PPPEX@WEO/OEMDC/ADVEC/WEOWORLD> (CEPAL, 2019, p. 41)

## ANEXO 2 – ElesPorElasEmCasa

## #ElesPorElasEmCasa



@BROWNSUGAR1569

“Não basta ser homem, tem que saber passar direitinho, rs.”

**HeForShe**  
Eles por Elas. E por todos e todos nós.

## #ElesPorElasEmCasa



@JOAOBASTISTADASANEAGO

“...tenho lavado vasilhas quase todo dia e limpado a garagem também. Foi bom porque meu filho de 17 anos está aceitando bem melhor lavar também”

**HeForShe**  
Eles por Elas. E por todos e todos nós.

## #ElesPorElasEmCasa



@SIGAMATHEUSXAVIER

“Quando ela faz a comida, a louça é comigo e vice-versa”



## #ElesPorElasEmCasa



@ISISECCARD

“Meu esposo, André, na divisão do trabalho doméstico”

