

#DoNotTouchMyClothes: O protesto de mulheres afegãs na mídia social contra o

Talibã

#DoNotTouchMyClothes: The protest of afghan women on social media against the Taliban

#DoNotTouchMyClothes: La protesta de las mujeres afganas en las redes sociales contra los

Talibanes

Recebido: 11/11/2025 | Revisado: 20/11/2025 | Aceitado: 21/11/2025 | Publicado: 23/11/2025

Sandra Morgana Soares Carvalho

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1208-0303>

Universidade Federal do Piauí, Brasil

E-mail: contatomorganacarvalho@gmail.com

Fabírcia Karla de Oliveira Santos Pereira

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1725-9513>

Universidade Federal do Piauí, Brasil

E-mail: fabriaciakarlaa@gmail.com

Francisco Laerte Juvêncio Magalhães

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9154-1253>

Universidade Federal do Piauí, Brasil

E-mail: flaerte@msn.com

Resumo

Este estudo objetiva analisar os discursos produzidos por mulheres afegãs em um contexto socialmente situado e compartilhado com os pesquisadores. Busca-se compreender quem são essas mulheres a partir da construção e circulação de seus enunciados nas redes sociais, bem como discutir o papel do vestuário como forma de protesto político em suas publicações. Deste modo, compreender o contexto sócio-histórico dos discursos produzidos pelas mulheres afegãs, a partir do compartilhamento das hashtags *#DoNotTouchMyClothes* e *#AfghanistanCulture* e a formação destes discursos em ambiente digital, enfatizando o uso do vestuário como forma de resistência e protesto político. Orientam a análise autores como Cristiane Dias (2018), Eni P. Orlandi (2005, 2006, 2015), Aline Bocchi (2017), dentre outros que nos auxiliam a desenvolver a percepção analítica dos textos sob nossa observação. Percebemos durante a realização do trabalho a necessidade de refletir a respeito de quem são os sujeitos com poder de fala nos discursos aqui analisados. Os referidos textos foram produzidos por mulheres afegãs que não mais vivem no Afeganistão. Destacamos também a universalização de um discurso que parte do individual, buscando gerar identificação.

Palavras-chave: Análise do Discurso, *#DoNotTouchMyClothes*, Indumentária.

Abstract

This study aims to analyze the discourses produced by Afghan women within a socially situated context shared with the researchers. It seeks to understand who these women are based on the construction and circulation of their statements on social media, as well as to discuss the role of clothing as a form of political protest in their publications. In this sense, we aim to understand the socio-historical context of the discourses produced by Afghan women through the sharing of the hashtags *#DoNotTouchMyClothes* and *#AfghanistanCulture*, and the formation of these discourses within the digital environment, emphasizing the use of clothing as a form of resistance and political protest. The analysis is guided by authors such as Cristiane Dias (2018), Eni P. Orlandi (2005, 2006, 2015), and Aline Bocchi (2017), among others, who help develop the analytical perception of the texts under our observation. During the course of this study, we recognized the need to reflect on who holds the power of speech within the discourses analyzed here. The texts in question were produced by Afghan women who no longer live in Afghanistan. We also highlight the universalization of a discourse that originates from the individual experience, seeking to generate identification.

Keywords: Discourse Analysis; *#DoNotTouchMyClothes*; Clothing.

Resumen

Este estudio tiene como objetivo analizar los discursos producidos por mujeres afganas en un contexto socialmente situado y compartido con los investigadores. Se busca comprender quiénes son estas mujeres a partir de la construcción y circulación de sus enunciados en las redes sociales, así como discutir el papel de la vestimenta como forma de protesta política en sus publicaciones. De este modo, buscamos comprender el contexto sociohistórico de los discursos

producidos por mulheres afeganas a partir do uso e da difusão de los hashtags *#DoNotTouchMyClothes* y *#AfghanistanCulture*, así como la formación de estos discursos en el entorno digital, enfatizando el uso del vestuario como forma de resistencia y protesta política. El análisis se orienta por autoras como Cristiane Dias (2018), Eni P. Orlandi (2005, 2006, 2015) y Aline Bocchi (2017), entre otras, quienes nos ayudan a desarrollar una percepción analítica de los textos bajo nuestra observación. Durante la realización del trabajo, se evidenció la necesidad de reflexionar acerca de quiénes son los sujetos que poseen el poder de la palabra en los discursos aquí analizados. Los textos mencionados fueron producidos por mujeres afeganas que ya no viven en Afganistán. Destacamos también la universalización de un discurso que parte de lo individual y busca generar identificación.

Palabras clave: Análisis del discurso; *#DoNotTouchMyClothes*; Indumentária.

1. Introdução

Este artigo foi produzido como parte de nossa pesquisa relativa às questões de gênero no percurso de nossos estudos no Mestrado em Comunicação e consiste em uma análise dos textos vinculados a hashtag *#DoNotTouchMyClothes* como forma de protesto às normas de vestimentas impostas pelo Talibã as mulheres afegãs. Os objetivos deste trabalho são analisar os discursos produzidos por mulheres afegãs no universo de referência compartilhado por elas e, ao mesmo tempo, por nós, como analistas, portanto, num contexto claramente situado. Entender quem são estas mulheres, a partir dos modos que os discursos foram construídos e circularam nas redes sociais. Além de discorrer sobre a importância do vestuário nos discursos publicados nas redes sociais como forma de protesto político, por essas mulheres.

Tendo como evento discursivo a retomada de controle do grupo fundamentalista Talibã, no Afeganistão, em agosto de 2021, após vinte anos de ocupação do território afegão por tropas americanas, e após o protesto pró-Talibã que aconteceu na universidade de Cabul, que defendia um novo código de vestimenta imposto pelo grupo fundamentalista. Analisaremos postagens publicadas em setembro de 2021 na rede social X¹, com as hashtag *#DoNotTouchMyClothes*, acompanhadas de outras hashtags como, *#AfghanistanCulture* e *#AfghanWoman*.

A hashtag faz parte de uma campanha online de mulheres afegãs criada pela pesquisadora Dra. Bahar Jalali após o referido protesto. Com o intuito de mostrar “a verdadeira face do Afeganistão”, cuja intenção seria resgatar e divulgar as roupas tradicionais das mulheres afegãs. “Eu queria informar ao mundo que os trajes vistos na mídia (referindo-se aos usados por mulheres no comício pró-Talibã) não são a nossa cultura, não são a nossa identidade”, disse a pesquisadora.² Em seu perfil na rede social Twitter a historiadora pede que outras mulheres compartilhem suas fotos utilizando a hashtag *#DoNotTouchMyClothes*.

Essas manifestações midiáticas convocam as mulheres afegãs a uma forma de protesto digital, um compartilhamento de imagens de seus trajes tradicionais juntamente de textos onde falavam sobre sua cultura e identidade. Buscam, portanto, através das redes sociais dar visibilidade a causa das mulheres afegãs, em meio a retomada do poder do Talibã em Cabul. Sendo assim, a indumentária feminina é usada nas redes sociais como “armas” de protestos contra as leis impostas pelo grupo extremista.

Relacionando a moda em contextos políticos, a autora Diana Crane (2006) desconstrói a ideia de moda como futilidade para inseri-la como uma vitrine de comportamentos sociais, desta forma, ela faz uma reflexão profunda sobre as mudanças das sociedades ao longo dos séculos e a influência que essas mudanças causaram não só na vestimenta, mas aos hábitos da população, e como algumas peças de roupas foram usadas por jovens como forma de contestação a modelos de políticas vigentes em determinadas épocas, assim ela relaciona a sociologia, a antropologia e a história, perante as transformações do vestuário.

Crane (2006), em seu livro, traz momentos da história em que o vestuário foi utilizado como forma de protesto, indo na

¹ Rede social denominada *twitter* até 23 de julho de 2023.

² Disponível em: <https://www.bbc.com/internacional-58556502>.

contramão do pensamento vigente. Por exemplo, a existência de um estilo que surgiu na metade do século XIX, no qual a autora nomeia de “alternativo”, o estilo era composto por itens que na época em questão, pertencia apenas ao vestuário masculino, como coletes, camisas, paletós, dentre outros, menos as calças compridas. As calças, se fossem usadas por mulheres, eram consideradas como um desafio simbólico ao sistema, uma desobediência a ordem social.

As calças não faziam parte desse estilo alternativo, provavelmente porque, se usadas por mulheres, constituiriam um desafio simbólico mais forte ao sistema do que a maioria delas estava preparada para fazer. As mulheres cujo comportamento era considerado uma desobediência à ordem social eram às vezes desenhadas por escritores satíricos e cartunistas usando calças. (Crane, 2006, p. 200).

Com o tempo, a calça passou a ser usada por mulheres, como um confronto, uma reforma do vestuário proposta por movimentos feministas, que justificavam o uso da calça no vestuário feminino, como um ato de independência feminina, além de trazer mais conforto e segurança às mulheres. A introdução dessa peça ao vestuário feminino não foi bem aceita, em grande parte pelos homens, que reagem com agressividade ao presenciarem mulheres vestidas de calça. “As mulheres que o usavam atraíam grandes multidões, geralmente agressivas e formadas por homens. O grau de assédio era tal que a maioria delas parou de usá-lo em público poucos meses depois de seu lançamento” (Crane, 2006, p. 229). Esse exemplo nos permite observar como as roupas, ao longo da história, foram utilizadas como estratégia de controle, uma maneira de homens e governos terem poder sobre as mulheres.

2. Metodologia

Realizou-se uma pesquisa qualitativa realizando a Análise do Discurso dos enunciados (Pereira et al., 2008; Pêcheux, 2017) da escola francesa que considera o contexto sócio ambiental na análise. Compreendendo-se o vestuário para além de apenas cobrir o corpo, mas a roupa historicamente, sendo utilizada como uma forma de recurso ideológico, contra o sistema que estabelece a indumentária como uma forma de controle social. Para que fosse possível alcançar os objetivos utilizamos a Análise de Discurso, que consiste nos estudos sobre os discursos produzidos, neste texto em ambiente digital, onde os sujeitos utilizam as redes sociais como ponto de conexão. Utilizamos autores como Cristiane Dias (2018) que aborda em seus textos uma análise do discurso digital, falando sobre o sujeito, o político, a memória e o espaço. Eni P. Orlandi (2006; 2015) em seus estudos sobre a Análise do Discurso, aborda a escrita e a interpretação, dentre outros autores que contribuíram com as análises e a fundamentação teórica.

O processo analítico consistiu em coleta e sistematização dos enunciados: seleção de publicações contendo as hashtags estudadas, observando repetição de sentidos, marcas identitárias e articulações entre texto e imagem. Análise das condições de produção: identificação das circunstâncias históricas, políticas e sociais que atravessam os discursos, especialmente no contexto pós-retomada do regime talibã em 2021. Interpretação discursiva: descrição e interpretação dos gestos de resistência, das estratégias de construção de identidade e das disputas simbólicas presentes nos discursos.

3. Resultados e Discussão

3.1 Indumentária Feminina Como Resistência: uma análise do discurso do protesto #DoNotTouchMyClothes

Acerca da indumentária e a moda, onde seu uso pode refletir ideologias e posicionamentos políticos e resistência. Eni Orlandi em seu texto A Flor da Pele, referindo-se aos estudos de Kaës sobre a importância da vestimenta no grupo nos diz que a indumentária não apenas é uma sobre-pele, se apresentando como envelope individual do corpo e da psique, mas que “é também uma pele social, uma pele emblema, um signo de distinção para os de fora do grupo e uma marca de pertencimento a um conjunto” (2006, p. 24).

É nesse sentido que Barnard (2003) afirma que a moda e o vestuário podem ser compreendidos, como fenômenos culturais, sendo artefatos, práticas e instituições que fazem parte das crenças, valores ideias e experiências de uma sociedade, e, portanto, podem ser compreendidas como meios pelos quais os indivíduos comunicam não apenas sentimentos e humores, mas também valores e crenças de grupos sociais ao qual fazem parte.

Para Lipovetsky (2006), através de uma extensa pesquisa histórica podem ser percebidos os efeitos fascinantes da moda, assim como o seu poder na vida social. O autor afirma que a moda é uma forma específica da mudança social, ela não está ligada a um objeto determinado, ela é um dispositivo social, caracterizado por uma temporalidade e reviravoltas, com isso podendo afetar esferas diversas da vida coletiva. Ele afirma que a moda ao longo da história da humanidade sempre agiu como um signo, seja por diferenciação e identificação, assim, comportando-se como testemunha do poder dos homens.

A moda atua como comunicação a partir do momento que é usada para representar identidade individual e de grupos na sociedade, ou seja, quando está inserida em um contexto cultural, portanto, pode ser considerada como modo de expressão e resistência (Blumer, 1969).

Em vista disso, entende-se a moda e a indumentária como elementos que não apenas refletem a posição e a identidade de um grupo social e as pessoas que o compõem, mas como parte essencial desse grupo social. Podendo a moda e a indumentária, serem utilizadas como armas de ataque e defesa, favoráveis ou de oposição às ideologias. Como cercas ou pontes (Barnard, 2003).³

Os discursos aqui estudados constroem-se no contexto das mídias sociais, no espaço digital, pondo em circulação imagens e textos, além do compartilhamento destes e das hashtags. Através dessas atividades adquire-se significado político, busca-se, portanto, uma revolução através da evidenciação dos trajes ditos como o real, e tradicionais do Afeganistão. Reconhecemos que tais discursos ocupam o espaço digital de maneira política, uma vez que buscam modificar por meio da circulação pública de suas falas novos sentidos sobre a mulher afegã, sua cultura, suas roupas - ditas tradicionais - reorganizando identificações historicamente estabelecidas.

Além disso, considera-se o contexto sócio-histórico que faz o discurso enunciável. Segundo Orlandi (2015), “não basta trabalhar apenas com o real da língua, mas é necessário, e definidor de seu campo, trabalhar com o real da história”, onde o texto deve ser considerado uma unidade de sentido em relação à situação.

Em 2001 o grupo extremista Talibã foi derrubado pelos Estados Unidos após os atentatos as duas torres gêmeas. O autor dos atentatos, Osama Bin Laden, residia no Afeganistão. O grupo Talibã surgiu em 1994, durante a Guerra Civil Afegã e após o fim da União Soviética. O Talibã esteve no poder por cinco anos, de 1996 até 2001. Neste período foram impostas leis islâmicas estritas ao povo, as mulheres deveriam cobrir-se da cabeça aos pés, não sendo permitido que elas frequentassem escolas ou trabalhassem fora de suas casas e eram proibidas de viajarem sozinhas. Além disso, conteúdos como TV e músicas, e feriados não islâmicos eram proibidos. Durante 20 anos o grupo esteve fora do poder, até a retirada das forças armadas americanas do país em 2021.

As análises a seguir partem das informações mencionadas até aqui, em que as proibições do Talibã feitas anteriormente e que foram retomadas em 2021 com o grupo assumindo novamente o poder no país, atacavam as mulheres, não apenas no que diz respeito a estudo e trabalho, mas também através de imposições indumentárias em que estas precisavam estar totalmente cobertas, neste ato o grupo extremista não apenas silenciava, mas invisibilizava as mulheres afegãs, ao mesmo tempo que retirava sua identidade individual as tornando um grupo unívoco de mulheres trajando vestes iguais.

A seguir, a Figura 1 ilustra uma imagem compartilhada pela Dra. Bahar Jalali. Inicia-se, portanto, a Análise de discurso

³ DOUGLAS; ISHERWOOD. 1977. The world of goods.

com a postagem da Dra. Bahar Jalali em sua página pessoal no site X, no dia 12 de setembro de 2021.

Figura 1 - Our Message to Taliban.



Fonte: [Twitter.com/](https://twitter.com/RoxanaBahar1)

A legenda da postagem diz: “Essa é a #CulturaAfegã em minha casa em Cabul e nossa mensagem para o Talibã é #NãoToqueEmMeusVestidos. Esse é o traje tradicional do Afeganistão e parte da identidade afegã”.⁴ Temos a princípio uma afirmação sobre a cultura afegã, depois uma localização do espaço, apesar do protesto ser feito em ambiente virtual, e a apresentação do traje como tradicional do Afeganistão e como sendo parte componente da identidade afegã. Os motivos da criação e circulação das hashtags criadas pela Dra. Bahar Jalili em seu perfil no X, devido à retomada do Talibã ao governo do Afeganistão, as medidas foram anunciadas pelo grupo extremista, uma delas dizia respeito ao retorno das normas de vestimenta para as mulheres.

Cristiane Dias, em seu livro *Análise do Discurso Digital* (2018), nos fala sobre as mudanças tecnológicas que vêm ocorrendo, principalmente no âmbito digital, estão modificando as instituições, as organizações, também a política e a forma como as lutas políticas se dão, como as mobilizações dos sujeitos acontecem. As redes sociais estariam permitindo a construção de um corpo político unificado, apesar de ser através das máquinas. Portanto, proporciona novos modos de enunciação da condição feminina, envolvendo o corpo, neste caso aquilo que o reveste. A luta política, através do uso de palavras e imagens, busca, através da exibição de suas vestimentas tradicionais, utilizá-las como armas almejando igualdade, respeito e integridade e liberdade para utilizar seus vestidos coloridos.

Assim, é preciso termos em mente que para a Análise do Discurso é importante a maneira como a realidade, que Orlandi (2005, p. 44) conceitua como sendo a “produção imaginária e construção discursiva”, se constitui nos sentidos que o sujeito pratica ao falar e se significa, assim como o seu próprio mundo. O sujeito da postagem, portanto, se significa na historicidade a qual está inscrito. Desta maneira não basta apenas trabalhar com o real da língua, mas com o real da história. Quem é o sujeito da postagem? E qual o contexto histórico que está inserido? A Dra. Bahar Jalali em seu perfil no X identifica-se como historiadora, fundadora do primeiro programa de estudos sobre gênero no Afeganistão e fundadora da campanha que aqui

⁴ Tradução das autoras.

mencionamos, #DoNotToucheMyClothes e #AfghanistanCulture.

Ainda citando Orlandi (2009, p. 46) em seu livro *Análise do Discurso, princípios e procedimentos*, ela destaca a ideologia não apenas como constituinte do sujeito, mas como condição para a formação dos sujeitos e dos sentidos, onde “o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia para que se produza o dizer”. É possível, portanto, notar os pontos de atravessamento do sujeito, mulher, afegã e fundadora do primeiro grupo de pesquisa sobre gênero. É interessante notarmos o espaço que o sujeito ocupa e as ideologias que o constituem tornando possível a materialidade do discurso. Nesse sentido destacamos também como o político torna-se não apenas participante do discurso político, mas faz-se presente em todo discurso.

Orlandi (2012) ao citar Pêcheux (1975), nos diz que:

"Não há sujeito, e nem sentido, que não seja dividido, não há forma de estar no discurso sem constituir-se em uma posição-sujeito e, portanto, inscrever-se em uma ou outra formação discursiva que, por sua vez, é a projeção da ideologia no dizer. As relações de poder são simbolizadas e isso é político". (Orlandi, 2012. p. 55).

As mulheres afegãs através de seu protesto político, no espaço digital, lutam pela liberdade de utilizarem seus trajes tradicionais, colocando-se contra uma forma de governo autoritária, buscam, portanto, se emancipar da imagem da mulher reprimida por um regime autoritário imposto por um grupo radical, o Talibã. As mulheres que participam deste protesto digital almejam mostrar, o que segundo elas, é a verdadeira face do Afeganistão e terem a liberdade de elas mesmas escolherem os seus trajes. Tais acontecimentos, portanto, desencadeiam novos sentidos a significações históricas. Assim, esses discursos circulam e são formulados em determinadas condições de produção que estão relacionadas à condição de enunciação e seu contexto sócio-histórico.

A Dra. Bahar Jalali inicia o protesto digital, a autora menciona sua casa em Cabul, no entanto deve-se ressaltar que no momento da postagem ela não estava no Afeganistão, portanto, não vivencia a retomada do grupo extremista de perto, o que também a possibilita realizar seu protesto online. Outro aspecto a ser pensado sobre seu discurso é sua afirmação “esse é o traje tradicional do Afeganistão”, assim de maneira não dita afirmando que o traje ao qual são associadas as mulheres afegãs pela mídia, conhecido como burca, não faz parte da tradição afegã. Logo depois acrescenta, “e parte da identidade Afegã”, a palavra “parte” nos diz que a identidade afegã também não é por completo a roupa que ela utiliza na fotografia.

Para os países ocidentais a imagem de mulheres afegãs utilizando burca tornou-se uma imagem emblemática, sendo praticamente desconhecida das massas, atualmente, qualquer outro traje que caracterize as mulheres afegãs, no passado ou atualmente. Assim, mesmo que de forma negativa, questionamos, a burca que as mulheres afegãs são obrigadas a vestir, historicamente não se constitui parte da identidade afegã, sua origem não faz parte das tradições mais antigas do povo afegão, embora esteja atrelada a episódios violentos, e as mulheres afegãs a rejeitem?

Ao pensar moda e indumentária como comunicação, podem ser entendidas como fenômenos culturais, a cultura entendida como um sistema de significados, as formas pelas quais as experiências, valores e crenças de uma sociedade se comunicam através de práticas, artefatos e instituições. Neste contexto, a moda e a indumentária, e mais precisamente, a burca, pode não refletir a ideia de tradição para a autora do discurso, porém não pode negar-se que a moda e a indumentária são formas em que a ordem social pode ser experimentada, explorada, comunicada e reproduzida. Sendo assim, o uso da burca, embora não seja tradicionalmente um costume afegão, ela identifica uma ordem social, valores, crença, mesmo que imposta por quem está no poder, num período histórico e em suas experiências. Ressalte-se que este aspecto identitário da indumentária não diminui as questões políticas levantadas pelos discursos, apenas o posiciona histórica, política e socialmente. (Barnard, 2003).

No espaço digital os discursos produzidos partem de uma individualidade e tornam-se o discurso de um determinado grupo, “nossa mensagem ao Talibã” diz a Dra. Bahar Jalali. Aline Bocchi (2017), nos traz acerca dos testemunhos produzidos

em espaço digital, que estes geram uma solidariedade a um grupo que se reconhece pela voz, aqui o grupo das mulheres afegãs, a testemunha busca o olhar e cumplicidade de quem vê, revelando sua intimidade. Esse movimento discursivo faz com que outros indivíduos se relacionem, se reconheçam e façam esse discurso circular, mesmo que em forma de comentários.

Figura 2 - Dementor Outfits.



Fonte: Twitter.com/

Na imagem acima vemos Peymana Assad utilizando o que seria um tradicional vestido Afegão, na legenda da imagem está escrito, “*This is Afghan culture. My traditional dress #AfeganWoman. Thank you to Dr @RoxanaBahar for the inspiration. Our culture attire is not the dementor outfits the Taliban have woman wearing*”⁵. A postagem faz relação entre as vestimentas de um personagem fantástico pertencente ao universo de Harry Potter, o dementador, com a burca preta.

Peymana Assad, Figura 2, agradece a Dra. Bahar Jalali pela inspiração, é interessante observarmos a forma como o discurso circula nas redes sociais, gerando retorno a esse discurso inicial, conforme Dias (2018) é através da circulação que esse discurso é sustentado no ambiente digital, onde há a possibilidade de respostas e viralização desse texto, e isso inclui as imagens. Ao se identificar com a causa Paymana Assad decidiu então compartilhar seu texto e fotografia, ela responde a postagem da Dra. É importante notarmos que ela não utiliza a hashtag #DoNotTouchMyClothes, mas sim #AfeganWoman. Ela põe em circulação uma outra hashtag que também a identifica como uma mulher afegã.

Desta forma, o modo como os dizeres circulam no contexto digital tem como consequência um retorno acerca da

⁵ “Essa é a cultura afegã. Meu vestido tradicional #MulherAfegã. Obrigada Dr. @RoxanaBahar (Dra. Bahar Jalali, criadora da hashtag #DoNotTouchMyClothes) pela inspiração. Nossa cultura não é a roupa do dementador que o Taliban quer que as mulheres usem”.

constituição do sentido. Peymana Assad, uma mulher afegã que se conecta virtualmente à campanha criada pela Dra. Bahar Jalali. O que queremos destacar é a referência a um elemento da cultura ocidental, o dementador, personagem da ficção literária Harry Potter, escrito pela inglesa J. K. Rowling. Peymana Assad é atravessada por este elemento ocidental, uma vez que com o advento da reprodutibilidade técnica que facilita a circulação de imagens. E também por ela não viver em seu país natal, mas na Inglaterra, o que traz um novo sentido a sua menção ao dementador uma vez que este compõe a literatura inglesa, cultura do país onde hoje vive.

É interessante pensarmos na escolha do termo “dementador” ao se mencionar um tipo de vestimenta que possui seu próprio nome, “burca”. Qual os sentidos do uso da palavra “dementador”? Ora, os dementadores são guardas da prisão de Azkaban no mundo fantástico criado por J. K. Rowling, e mais que isso possuem sentido negativo uma vez que estes seres chamados de dementadores, além da semelhança visual com as mulheres que usam a burca, já que fazem uso de uma espécie de bata preta que cobre todo o corpo, se alimenta de bons sentimentos como a esperança, felicidade, desejo de sobrevivência deixando suas vítimas sem elas. Veja que Peymana Assad afirma que, “nossa cultura não é a roupa do dementador que o Talibã quer que as mulheres usem”.

O que nos leva a questão do imaginário, que faz parte do funcionamento da linguagem, o que Orlandi (2006, p. 42) nos diz que “ele não brota do nada: assenta-se no modo como as relações sociais se inscrevem na história e são regidas, em uma sociedade como a nossa, por relações do poder”. Os dementadores citados acima constituem previamente um imaginário de algo ruim e negativo, parte de uma cultura a qual a autora da postagem tem acesso por não viver em seu país natal. A memória discursiva evoca sentidos produzidos sócio-historicamente sobre as mulheres afegãs, o discurso busca aproximar o imaginário construído, em parte pela mídia, sobre as mulheres afegãs usarem a burca a um personagem fantástico que possui o corpo coberto por uma vestimenta preta.

Na postagem o sujeito significa então a obrigatoriedade do uso da burca imposta pelo talibã às mulheres fazendo uso de uma memória negativa através da menção de um ser presente em histórias fantásticas populares, e que constitui a cultura de massa. Outro aspecto importante é pensarmos, para quem se destina essas postagens? As autoras são mulheres afegãs que vivem fora de seu país natal, a linguagem utilizada em suas postagens não é o persa, idioma oficial do Afeganistão. Mas o inglês é utilizado, mesmo quando a mensagem é direcionada ao grupo Talibã: “Nossa mensagem ao Talibã #NãoToqueEmMeusVestidos”. Pondera-se, portanto, a busca por uma visibilidade internacional às mulheres afegãs.

Figura 3 - Proudly wearing.



Fonte: [Twitter.com/](https://twitter.com/)

De acordo com Eni Orlandi, é na opacidade de um texto que o analista do discurso encontrará a presença do político, do simbólico e do ideológico. Na legenda da imagem Fátima Kakkar diz: “*Proudly wearing in our traditional, colourful, vibrant Afghan clothes*”, “Vestindo com orgulho nossas tradicionais, coloridas e vibrantes roupas afegãs”.⁶ Segundo Pêcheux (apud NECKEL, 2015), “não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia”. O sujeito é intrínseco ao discurso, Fátima Kakkar é uma mulher afegã, médica pediátrica e atualmente vive em Montreal, Canadá. Percebamos os lugares de surgimento do discurso e seus sujeitos, até aqui as postagens analisadas pertencem a mulheres, independentes no que diz respeito a seus trabalhos e estudos, e não vivem mais no Afeganistão.

É preciso, portanto, ressaltar quem detém o poder de fala, quem está autorizado a falar por todas as mulheres afegãs, falando sobre suas dores e lutas e denunciando sua busca por autonomia para escolher suas próprias vestimentas. Segundo Bocchi (apud Haroche, 1992), nas sociedades ocidentais e contemporâneas “a forma de existência do sujeito é a do sujeito jurídico, do sujeito de direito, aquele que encontra-se submetido ao Estado, por intermédio do Direito e das leis escritas”. Percebemos que os discursos aqui apresentados nascem a partir de sujeitos que apesar de terem suas origens no país Afeganistão, não vivem mais no seu país de origem, mas trabalham e moram em lugares outros e que possuem tal liberdade para expor seus pensamentos. (Bocchi, 2017, p. 63).

Na legenda de Fátima Kakkar têm-se a fala de quem detém o conhecimento de como é viver em uma sociedade ditatorial, e que poder usar roupas coloridas que remetem a sua cultura, a indumentária tradicional de sua cultura, é motivo de orgulho, e uma forma de resistência às imposições do Talibã. Nesta perspectiva, a legenda da postagem de Fátima possui efeito ideológico, de modo que “as palavras, as expressões, proposições adquirem seu sentido em referência às posições dos que as empregam, isto é, em referência às formações ideológicas nas quais essas posições se inscrevem” (Orlandi, 2006, p. 17).

Assim, seu discurso comunica que as vestes impostas pelo Talibã são contrárias às vestes tradicionais afegãs, não são

⁶ Tradução dos Autores.

coloridas e nem vibrantes. Neste sentido, como aborda Orlandi, o político é simbolizado nas relações de poder, e está presente em todo discurso, é a projeção da ideologia do dizer. “Não há sujeito, nem sentido, que não seja dividido, não há forma de estar no discurso sem constituir-se em uma posição-sujeito” (Orlandi, 2012, p.55).

As roupas na publicação, são citadas como uma forma de discurso de pertencimento e reconhecimento da cultura do Afeganistão, entre as mulheres afegãs. Dentro desta discussão em relação à vestimenta, Orlandi (2006) cita os estudos feitos por Kaës para trazer uma reflexão sobre o indivíduo e a sociedade, em que ressalta a vestimenta como uma pele social.

A vestimenta se apresenta assim não somente como um sobre-pele contendo envelope individual corporal e psíquico, ela é também uma pele social, uma pele emblema, um signo de distinção para os de fora do grupo e uma marca de pertencimento a um conjunto. (Orlandi, 2006, p. 24).

Segundo Bocchi (2017), é por meio da interpelação ideológica, processo onde o sujeito se reconhece, que a formação discursiva dá sentido a esta prática militante política, por meio de pronomes que universalizam, produzindo uma direção na significação do discurso. Para Pêcheux (2009), o recurso ao interdiscurso pode ser entendido como princípio de funcionamento da discursividade, onde por meio de sua formulação “nossos trajes”, “nossa tradição”, e o uso das hashtags que caracterizam e as identificam como mulheres afegãs, incluindo assim quem fala e, também, quem é espectador, é que gera cumplicidade, identificação e faz com que outras mulheres se reconheçam nos discursos. Assim, assegurando a coesão, sem possibilidades para a contradição.

Pêcheux diz (1990, p. 56), conforme citado por Orlandi (2012, p. 57) “que o discurso é um efeito das filiações sócio-históricas de identificação e, ao mesmo tempo, um trabalho de deslocamento do espaço”. Ora, logo o discurso reproduz um acontecimento, sendo aquilo que ele significa. As postagens aqui apresentadas constituem como acontecimento, uma vez que, o acontecimento que ele produz, sua historicidade, através do seu recorte, produz memória, interdiscurso. Assim, um acontecimento não cessa de produzir sentido. Elas retratam uma realidade vivida pelas mulheres afegãs, onde por meio dos seus discursos, elas buscam evidenciar, através, portanto da memória do sujeito que ao mostrar, dizer, ou significar como coloca Orlandi (2012) é que ele se insere na história. Neste contexto, as postagens analisadas atuam também como memória, pois são discursos que produzem sentidos e significações.

4. Conclusão

No ambiente digital os discursos circulam através do engajamento, por meio das curtidas, dos comentários, hashtags e compartilhamentos, quanto mais engajamento uma postagem possui, o algoritmo da rede social notará que é um assunto relevante e o fará chegar em mais indivíduos que possuem perfis que utilizem e participem deste mesmo espaço digital. Essa dinâmica muda os meios com que os discursos chegam até as pessoas e como estes podem significar. Uma vez que um comentário em uma postagem pode ser em concordância ou discordância. Quando há concordância, o sujeito não apenas dá valor de relevância ou veracidade ao que é dito, como também pode reforçar o discurso. Como se percebe no comentário que Peymana Assad fez na postagem da Dra. Bahar Jalali, além de dar suporte ao que é dito, ela inclui uma nova hashtag, *#afeganWoman*, e acrescenta um novo significado ao debate associando a burca ao personagem ficcional, dementador.

Durante o desenvolvimento deste trabalho dois pontos são importantes para pensarmos: o primeiro é a utilização do termo “nós/nosso/nossa” partindo de uma individualidade e gerando um sentido de grupo, identificando não apenas a si mesmo, mas a todas as mulheres afegãs. Bocchi (2017), ao tratar sobre esse movimento de coesão em seu texto, é produzida como efeito imaginário, onde por meio do que universaliza, diferenciando as diferenças caracterizando como todas as mulheres afegãs. Buscando, desse modo, gerar uma identidade nacional, modificando a imagem das mulheres afegãs que são associadas ao uso da burca.

O segundo ponto destaca o poder para falar em nome de todas as mulheres afegãs, dizendo qual sua real tradição e quais os trajes refletem a verdadeira cultura afegã. Quem detém o poder de escrever ou reescrever a história das mulheres afegãs. As mulheres cujas postagens foram analisadas estão fora de seu país de origem, ou seja, longe dos conflitos e suas consequências diretas, são mulheres financeiramente estabelecidas e não falam na língua de seu país, mas em uma língua estrangeira, o inglês.

Considera-se também que a moda e a indumentária são práticas discursivas, constitutivas tanto de maneira convencional como criativa e produzem significados. Nas postagens analisadas, é perceptível que o vestir das roupas tradicionais afegãs e o compartilhamento das imagens, no caso desta análise, se tornam atitudes políticas, onde a indumentária atua como discurso a partir do momento que é usada para representar identidade individual e de grupo em uma sociedade.

Destaca-se como é importante compreender como a identidade nacional de um povo é historicamente constituída, e o discurso como produto e produtor da sua historicidade. E a moda atua como reflexo das práticas sociais e políticas dos grupos e indivíduos.

Referências

- Barnard, M. (2003). *Moda e Comunicação*. Editora Rocco.
- Bocchi, A. (2017). O funcionamento discursivo de testemunhos de violência no parto: Movimentos de sentido entre o jurídico e o equívoco. In, *Mulheres em Discurso: gênero, linguagem e ideologia*. Editora Pontes.
- Blumer, H. (1969). Fashion: from class differentiation to collective selection. *The Sociological Quarterly*. 10(3), 275-91. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1533-8525.1969.tb01292.x/pdf>.
- Crane, D. (2006). *A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas*. Editora Senac.
- Dias, C. (2018). *Análise Do Discurso Digital: Sujeito, Espaço, Memória e Arquivo*. Editora Pontes.
- Mariani, B. (2006). *A escrita e os escritos: reflexões em análise do discurso e psicanálise*. São Carlos: Claraluz.
- Orlandi, E. P. (2006a). À flor da pele: indivíduo e sociedade. In, *A Escrita e os escritos: reflexões em análise do discurso e psicanálise*. São Carlos: Claraluz. 21-30.
- Orlandi, E. P. & Lagazzi-Rodrigues, S. (2006b). *Discurso e textualidade*. Campinas: Pontes.
- Orlandi, E. P. (2012a). *Análise do Discurso, princípios e procedimentos*. Editora Pontes.
- Orlandi, E. P. (2012b). *Discurso em análise: sujeito, sentido, ideologia*. Campinas: Pontes, 150-68.
- Orlandi, E. P. (2015a). *A Escrita da Análise de Discurso*. In, *Discurso e Texto: formulação e circulação dos sentidos*. Editora Pontes. 19-29.
- Orlandi, E. P. (2015b). *Análise do Discurso e Interpretação*. In: *Discurso e Texto: formulação e circulação dos sentidos*. Editora Pontes. 31-57.
- Pêcheux, M. (1990). Delimitações, inversões, deslocamentos. *Caderno de Estudos Linguísticos*. (19), 7-24. Campinas: IEL/UNICAMP, 1990.
- Pêcheux, M. (2017). *Análise do discurso*. Editora Pontes.
- Pereira, A. S. et al. (2018). *Metodologia da pesquisa científica*. [free ebook]. Santa Maria. Editora da UFSM.