

# **COMUNICAÇÃO E JUVENTUDES EM MOVIMENTO**

NOVAS TECNOLOGIAS, TERRITÓRIOS  
E DESIGUALDADES

# **GÊNERO/ MULHERES JOVENS**

02

RELATÓRIO DE ESTUDO DE CASO  
POR *Julia Paiva Zanetti*

REALIZAÇÃO:

**ibase.**

IDRC  CRDI

*Agradeço a leitura atenta e contribuições do prof. Leo Name (Departamento de Geografia da Pontifícia Universidade Católica/PUC-Rio), com quem também foi estabelecida uma parceria no estudo sobre a **Marcha das Vadias**. Ele havia iniciado uma pesquisa a respeito das organizadoras da Marcha em 2011, com financiamento da Faperj, e com o qual foi feita a pesquisa quantitativa (questionários) a fim de ter mais informações sobre o perfil dos(as) participantes em 2012.*

<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>4</b>
<b>PERCURSOS METODOLÓGICOS</b>	<b>6</b>
<b>BREVE PERFIL DAS JOVENS ENTREVISTADAS</b>	<b>9</b>
<b>EXPERIÊNCIAS PESQUISADAS E SUA PRESENÇA NA INTERNET</b>	<b>12</b>
COMUNICAÇÃO E CULTURA NA BAIXADA FLUMINENSE	13
ONGS LIDERADAS POR MULHERES VOLTADAS PARA A EDUCAÇÃO E A MOBILIZAÇÃO SOCIAL	16
MARCHAS CONTRA AS VIOLÊNCIAS DE GÊNERO	20
<b>USOS DE ALGUMAS DAS NOVAS TECNOLOGIAS</b>	<b>22</b>
IMAGENS	22
BLOGS	25
RECURSOS PARA TV E RÁDIO WEB	27
<b>EVENTOS QUE AJUDAM A PENSAR O USO DAS NTICS</b>	<b>28</b>
FESTIVAL ROQUE PENSE	29
MARCHA DAS VADIAS	30
MARCHA CONTRA A MÍDIA MACHISTA	35
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>38</b>


JULIA PAIVA ZANETTI é colaboradora do Ibase e mestre em Educação pela Universidade Federal Fluminense (UFF).

## INTRODUÇÃO

O presente relatório refere-se ao estudo de caso sobre as demandas e iniciativas relacionadas às questões das jovens mulheres e de gênero que vêm se utilizando das NTICs – Novas Tecnologias de Informação e Comunicação – para ampliar suas formas de mobilização e ação, e faz parte da pesquisa *Jovens pobres e o uso das NTICs na criação de novas esferas públicas democráticas*, coordenada pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase) e financiada pelo Centro de Pesquisas para o Desenvolvimento (IDRC/Canadá).

A partir de um levantamento preliminar, foram identificadas as seguintes experiências voltadas para a temática, desenvolvidas e/ou frequentadas por jovens de origem popular e que utilizavam as NTICs, especialmente a Internet nas suas ações: rádio web *Donas da Arte e Roque Pense*, que também promove festivais de roque, ambos realizados em Nova Iguaçu, na Baixada Fluminense; TV web e produção de vídeo-documentários da ONG *Estimativa e Marcha das Vadias*. Ao longo do processo, foram incluídos também a *Marcha contra a Mídia Machista*, articulada em alguns dias pelo Facebook, e o *Núcleo de Juventude da ONG Casa da Mulher Trabalhadora* (Camtra), que faz amplo uso da Internet para divulgar e mobilizar para suas pautas e ações. Outra experiência identificada naquele momento foi o *blog das Blogueiras Feministas*, que acompanhamos por um tempo e do qual chegamos a entrevistar uma das participantes, mas foi verificado que, no Rio de Janeiro, o grupo não conta com a participação de nenhum(a) jovem de camada popular.

Diferente dos outros dois casos/temas desta pesquisa, neste não foi possível um recorte territorial, em termos de uma abrangência espacial definida (por bairros ou regiões, por exemplo). O recorte foi apenas temático, visto que as experiências aqui investigadas desenvolvem ações em diversas partes da Região Metropolitana do Rio de Janeiro e, em geral, sem um caráter local. Ainda que mais da metade das entrevistadas morem na Baixada Fluminense, só duas delas têm sua atuação mais voltada para essa região. Uma entrevistada mora no Centro do Rio de Janeiro e as demais em bairros populares da mesma cidade. Assim, cabe registrar que o local de moradia foi o principal critério utilizado para a caracterização da condição social.



O presente relatório inicia recuperando o percurso metodológico que levou à conformação do estudo de caso, às diferentes etapas seguidas para sua realização e a um breve perfil das jovens entrevistadas. Em seguida, são apresentadas a proposta e a presença na Internet das seis diferentes iniciativas, agrupadas em três subgrupos considerando aspectos que as aproximam e as diferenciam umas das outras. Posteriormente, são apresentadas as formas como as NTICs vêm sendo utilizadas, especialmente as imagens, os *blogs* e os recursos para produção de programas de rádio e TV *web*. Por fim, analisa-se de que forma as NTICs têm sido utilizadas pelas iniciativas investigadas na realização de eventos cotidianos e extraordinários.

## PERCURSOS METODOLÓGICOS

Em um levantamento preliminar, realizado a partir da rede de contatos das pesquisadoras, pesquisa virtual, conversas e uma oficina com pessoas que têm relevante inserção nos temas da pesquisa, foram identificadas referências bibliográficas e iniciativas interessantes envolvendo jovens pobres do Rio de Janeiro e o uso das NTICs. Dentre estas, foram encontradas algumas experiências que tinham como pauta as questões de gênero e/ou feministas, que contavam com grande participação juvenil, ainda que em apenas uma das experiências haja a reivindicação desta identidade, e que utilizavam de diferentes formas as diversas ferramentas oferecidas pelas novas tecnologias.

Assim, um dos aspectos que motivou que esta fosse uma das temáticas dos estudos de caso foi a percepção de que algumas ONGs de mulheres que já existiam há vários anos vinham fazendo amplo uso da Internet, e em especial das redes sociais<sup>1</sup>, para divulgar suas atividades e reivindicações. Algumas características da *Marcha das Vadias* também foram importantes, como a sua repercussão na mídia em 2011, com a pauta da culpabilização da mulher pela violência sexual, entre outras, a articulação internacional e boa parte da organização local feita pela Internet, o fato de ter mobilizado principalmente jovens e de estar inspirando outras mobilizações via Internet. Por fim, a identificação de um uso das novas tecnologias para além dos considerados mais comuns, como pautar as questões de gênero em programas de rádio e TV *web*.

Outra questão considerada foi o pouco conhecimento que se tem sobre o perfil das pessoas envolvidas nas recentes manifestações públicas ocorridas ao redor do mundo que fizeram amplo uso das NTICs (seus sujeitos vêm sendo tratados de maneira genérica, como se fosse um grupo homogêneo), e sobre como diferentes segmentos (geracionais, de gênero, raciais etc.) têm utilizado esses recursos. Neste contexto e lembrando que no Brasil a pobreza ainda é predominantemente feminina (e negra), buscou-se visibilizar as iniciativas realizadas por mulheres ou que tenham como pauta as questões de gênero – duas delas articulam estas às questões de pertencimento racial desde a sua concepção, voltando-se assim para o segmento da população brasileira mais vulnerável socialmente de acordo com os dados oficiais produzidos pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Associado a esses aspectos, havia a preocupação com as questões de gênero consideradas na proposta inicial da pesquisa, assim como o acúmulo que parte da equipe já tinha com relação à temática. No entanto, uma das questões a ser investigadas era até que ponto as jovens envolvidas em algumas das ações encontradas seriam de camadas populares, moradoras de favelas ou bairros pobres da cidade.

Delimitado o estudo de caso, iniciou-se o levantamento virtual sobre as experiências previamente mapeadas, realizado a partir dos *sites*, *blogs* e perfis nas redes sociais das instituições, dos grupos e

<sup>1</sup>. Ao falarmos de redes sociais, estamos nos referindo especificamente àquelas que são mediadas por *sites* ou aplicativos da Internet, também chamadas de redes tecnossociais.

sujeitos envolvidos, observando aspectos qualitativos, como características e periodicidade das postagens, e quantitativos, como o número de acessos, amigos(as) ou seguidores(as).

Por causa da agenda das iniciativas pesquisadas e do curto tempo da pesquisa, não foi possível fazer um trabalho de campo presencial em cada uma delas. No entanto, membros da equipe participaram da *Marcha das Vadias*, da *Marcha contra a Mídia Machista* e do *Festival Roque Pense*. Participamos, também, de um encontro das *blogueiras* feministas, de uma edição do programa de rádio *web Donas da Arte* e de um Encontro das Tranceiras, da ONG *Estimativa*.

Foram realizadas ainda nove entrevistas entre fim de junho e início de outubro de 2012, sendo que uma delas foi feita com uma mulher adulta responsável pela ONG *Estimativa*. Cinco delas foram realizadas nas instituições a que as entrevistadas estavam vinculadas, três em espaços públicos (museu, universidade, Sesc) e uma no Ibase. Uma das entrevistas teve de ser interrompida na metade e foi concluída algum tempo depois via Skype. Ao final de cada entrevista, era solicitado o preenchimento de uma ficha por meio da qual foi possível delinear o perfil das entrevistadas, apresentado a seguir. Praticamente todos os contatos foram estabelecidos inicialmente por mensagens privadas do Facebook, por meio do qual apresentávamos a pesquisa e solicitávamos o celular para combinar o melhor dia, horário e local para a entrevista. SMS também foram usados em alguns casos, especialmente para comunicação de atraso ou reagendamento da entrevista. De modo geral, as entrevistadas foram receptivas à proposta da pesquisa, apresentaram-se disponíveis para a realização da entrevista e manifestaram interesse pelos resultados que produziríamos.

Cabe destacar que, conforme o relatado anteriormente, diferentes NTICs foram utilizadas em todas as etapas desta pesquisa, especialmente a Internet, que foi importante fonte de informações e meio de comunicação, por exemplo. Isso faz com que a presente pesquisa não só analise a utilização das NTICs no contexto reivindicatório de vários grupos, como também contribua para o avanço metodológico com relação à utilização destas ferramentas, ainda pouco incorporadas ao cotidiano de pesquisadores(as) em universidades e instituições.

A proposta era entrevistar pessoas que, de alguma forma, pensavam e/ou articulavam as experiências em questão, com exceção da *Marcha das Vadias*, durante a qual, além de uma articuladora, foi entrevistada também uma participante indicada por pessoas da organização por seu perfil socioeconômico. Uma das jovens não foi entrevistada por sua inserção em um grupo específico, mas pelo conjunto da sua atuação, uma vez que além de estar inserida em duas das experiências aqui pesquisadas, coordenadora do *Donas da Arte* e de audiovisual da *Estimativa*, tem trajetória de *rapper* e cineasta independente, utilizando

a popularização das novas tecnologias para produção de vídeodocumentários e, especialmente a Internet, para sua divulgação.

As entrevistas com as jovens foram motivadas pela inserção em um grupo específico, no entanto, todas elas interagiam com pelos menos dois dos grupos pesquisados. Por exemplo, quatro delas estiveram presentes na *Marcha das Vadias* e/ou nas reuniões de organização, duas estavam vinculadas de alguma forma tanto ao *Donas da Arte* como à *Estimativa*, três participaram ativamente da *Marcha contra a Mídia Machista*.

Gostaríamos de ter entrevistado também um jovem integrante do *Coletivo Let's Pense*, uma vez que essa era a única experiência com relevante participação masculina e que ele, além de ser um dos mais jovens, era a pessoa que fazia a parte de comunicação, principalmente visual, do grupo na Internet<sup>2</sup>.

Inicialmente, entrevistamos uma jovem das *Blogueiras Feministas*<sup>3</sup>, que havia sido uma das experiências mapeadas no levantamento preliminar. No entanto, por meio da entrevista, de conversas informais e da participação em um encontro local com algumas(ns) delas(es), foi possível verificar a ausência da participação de jovens pobres. De acordo com a *blogueira* entrevistada, a maior parte das participantes é branca, heterossexual e de classe média, o que, segundo ela, vem sendo problematizado internamente, mesmo em âmbito nacional.

Outra questão foi a permanência ou não da *Marcha das Vadias* nesse estudo de caso também por seu perfil predominantemente de classe média, mas dada a grande participação juvenil, a sua organização ser feita praticamente toda *online* e a repercussão desse evento no movimento feminista, nas redes sociais e na grande mídia, optou-se pela sua inclusão nessa investigação. Essa *Marcha* destaca-se também por estar articulada nacional e internacionalmente via Internet e por ter inspirado ações *online* de outros grupos, como a organização da *Marcha contra a Mídia Machista* e a campanha “Sou jovem e tenho direitos”, do Fórum de Juventudes do Rio de Janeiro.

Ainda no caso da *Marcha das Vadias*, foi realizada também uma pesquisa quantitativa respondida por 102 participantes, com questões relativas ao perfil dos(as) entrevistados(as), o uso das NTICs, participação, percepção de direitos e políticas e agressões, essa última seção respondida só por mulheres e transexuais.

2. Foi feito contato via Facebook. A princípio, ele havia concordado com a entrevista, mas, depois, não tivemos mais retorno.

3. *Blogueiras Feministas* é uma articulação nacional iniciada em 2010, formada por mulheres e homens que não necessariamente têm blogs, que funciona fundamentalmente por meio de uma lista virtual de discussão e tem um blog coletivo, com postagens diárias de textos autorais.



## BREVE PERFIL DAS JOVENS ENTREVISTADAS

Identificadas as experiências a serem pesquisadas, fizemos inicialmente um levantamento dos *sites*, *blogs* e páginas nas redes sociais e, quando possível, participamos de alguma atividade presencial realizada por estas no período. Nesse processo, foram identificadas algumas pessoas que coordenavam ou, de alguma forma, pensavam a experiência em questão, das quais também pesquisamos seus perfis pessoais e *blogs* e que, posteriormente, foram entrevistadas e convidadas a preencher uma breve ficha que nos permitiu delinear um pouco o perfil delas. Para este estudo de caso, foram entrevistadas sete mulheres, aqui consideradas jovens<sup>4</sup>. No quadro a seguir, apresentamos algumas informações obtidas por meio das fichas citada anteriormente.

ENTREV.	IDADE	LOCAL DE MORADIA	ESCOLARIDADE	COR/ RAÇA	ESTADO CIVIL	ORIENTAÇÃO SEXUAL	ESTUDA	TRABALHA
E1	20	Rocha Miranda (Rio de Janeiro)	Ensino médio	Parda	Outro	Bissexual	Não	Sim
E2	20	Sta. Cruz da Serra (Caxias)	Ciências Sociais (cursando)	Parda	Solteira	Bissexual	Sim	Não
E3	28	Centro (Rio de Janeiro)	Direito (pós-graduação)	Branca	Casada	Heterossexual	Sim	Sim
E4	30	Méier (Rio de Janeiro)	Letras e cursando Gestão de RH	Branca	Solteira	Heterossexual	Sim	Sim
E5	32	Comend. Soares (Nova Iguaçu)	Ensino fundamental	Preta	Casada (1 filha)	Heterossexual	Não	Sim
E6	32	Centro (Mesquita)	Ensino médio	Branca	Casada	Heterossexual	Não	Sim
E7	NR	Parada Angélica (Caxias)	Publicidade	Preta	Solteira	Heterossexual	Sim	Sim

4. Embora algumas delas estivessem fora do recorte etário, dos 15 aos 29 anos, reconhecido como juventude pelo Governo brasileiro, essas entrevistadas foram mantidas entre as jovens tendo em vista que sua inserção como militantes iniciou-se nessa recente fase da vida e ainda mantêm certas características geracionais comuns.

A única jovem que não estava trabalhando estava procurando seu primeiro emprego. Três das jovens que trabalhavam tinham sua inserção profissional diretamente relacionada à sua militância, duas trabalhavam em atividades completamente diferentes do seu engajamento e uma trabalhava como produtora cultural e, excepcionalmente, no período em que foi entrevistada, havia recebido uma remuneração pela realização de um evento promovido pelo coletivo de que participava.

Dois afirmaram ter fé, mas não uma religião; duas marcaram a opção “não tem religião (ateu, agnóstico)”; uma assinalou as opções “protestante ou evangélica” e “judaica”; e, por fim, duas se identificaram como evangélicas tanto no questionário como foram as únicas a fazer referências à religião ao longo da entrevista, sendo que uma se converteu depois de já estar engajada no movimento hip-hop, no qual agora faz músicas com temas religiosos, enquanto a outra teve sua primeira experiência de participação em grupos da igreja, mas no período da entrevista dizia-se afastada por falta de tempo.


De acordo com o informado nas entrevistas, uma das jovens disse já ter sido filiada ao Partido dos Trabalhadores (PT) e outra era filiada e militava ativamente no Partido Socialismo e Liberdade (PSol), outras afirmaram estar próximas a pessoas do mesmo partido.

Apenas uma disse usar a Internet mais ou menos, todas as outras afirmaram usar muito. O Facebook foi o único assinalado por todas como uma das redes sociais que acessava no período da entrevista, apenas uma não usava o Youtube, quatro usavam o Twitter. Também foram apontados, ainda que apenas uma vez: Orkut, Google+, LinkedIn, MySpace, Last FM. Mesmo que não tenha sido indicado na ficha do perfil, na entrevista, uma das jovens relatou usar bastante também o Tumblr. No que se referem às ferramentas mais utilizadas para reivindicar direitos, novamente o Facebook foi a única apontada por todas as entrevistadas, seguido do Twitter, que foi citado por mais da metade delas. Outras estratégias apontadas como utilizadas quando envolvidas com alguma causa foram o celular (duas), *e-mail* (três), panfletos e cartazes (cinco).

Pelo relatado nas entrevistas, todas veem o Facebook como uma importante ferramenta, citando como características positivas, por exemplo: a praticidade, o dinamismo, não ter custo e seu uso até mesmo para divulgar ou tomar conhecimento de atualizações em *sites*, portais, *blogs*, Youtube e outras redes sociais.

Os *desktops* de casa e do trabalho são os que mais aparecem quando perguntadas de que locais elas acessavam a Internet normalmente. No entanto, ao indicarem de onde o faziam com mais frequência, metade apontou o computador do trabalho; duas, o *laptop*; uma, o celular; e uma, o computador de casa.

As entrevistadas afirmaram que seu ativismo dentro e fora da Internet fazia parte de uma ação só e todas usavam seus perfis nas redes sociais tanto para questões pessoais como para o ativismo. Sendo que a maior parte delas contribuía ou administrava também os perfis do grupo ou instituição que coordenava ou em que estavam envolvidas profissionalmente, onde algumas relataram que a seleção do que é postado ou não era mais criteriosa.



Apenas a jovem da *Marcha contra a Mídia Machista* declarou não ter militância em grupos organizados para além da *web*, o que atribuía à falta de tempo por causa do trabalho. Contudo, em outro momento, relatou que, eventualmente, ajudava alguma iniciativa, mas se diz independente, por não fazer parte de nenhum coletivo presencial. Portanto, assim como acontece com as outras entrevistadas, pode-se dizer que, em alguma medida, há uma articulação entre as instâncias *on* e *offline* na participação dessa jovem, ainda que em uma proporção diferente das demais.

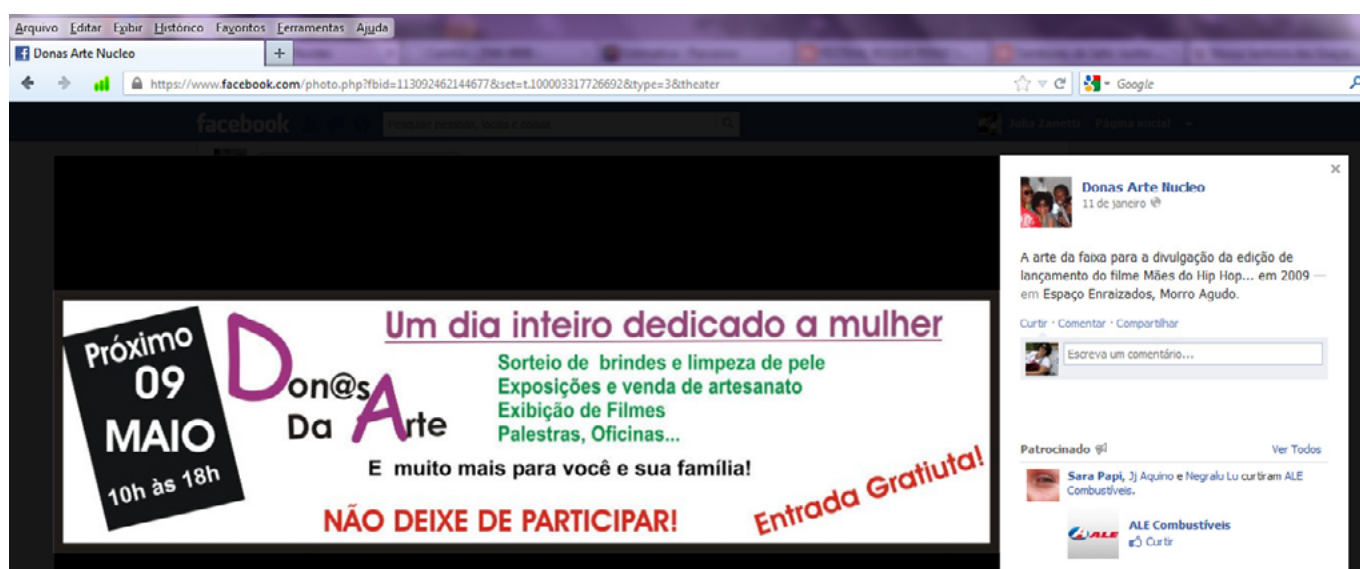
## EXPERIÊNCIAS PESQUISADAS E SUA PRESENÇA NA INTERNET

Neste estudo de caso, foram tomadas como referência seis iniciativas, realizadas na capital e na Baixada Fluminense e com características bastante distintas, por meio das quais é possível entrever três subgrupos: experiências de comunicação e cultura na Baixada Fluminense, ONGs lideradas por mulheres voltadas para a educação e mobilização social e marchas contra as violências de gênero. Tratando-se de uma realidade complexa, a classificação em subgrupos serve apenas para facilitar a apresentação e análise do contexto investigado, e poderia ter sido feita de várias outras formas, por exemplo, considerando-se temáticas mais específicas: *Estimativa* e *Donas da Arte* poderiam estar juntas articulando gênero e raça, assim como *Camtra* e *Let's Pense* com a discussão sobre educação não sexista. Nesta seção, será apresentada uma breve descrição de cada uma delas e sua presença na Internet, seguida de alguns aspectos considerados para a aproximação nos subgrupos citados anteriormente e de características que as distinguem.

As experiências investigadas nesta pesquisa existiam, de alguma forma, antes da participação das jovens entrevistadas. São edições locais de marchas que estavam sendo articuladas nacional e/ou internacionalmente ou ações específicas em organizações criadas por outras pessoas, com exceção da *Estimativa*, na qual as jovens mulheres participam das diferentes ações, sem um recorte identitário específico. Outra exceção é o *Coletivo Let's Pense*, que começa mais recentemente tendo como uma das lideranças uma das jovens entrevistadas.

## COMUNICAÇÃO E CULTURA NA BAIXADA FLUMINENSE

No primeiro subgrupo, encontra-se a experiência do *Donas da Arte* – Núcleo de Mulheres do Movimento Enraizados<sup>5</sup>, que, de acordo com seu perfil no Facebook<sup>6</sup>, tem início em 2008, com o objetivo de visibilizar e valorizar as ações das mulheres, especialmente das negras e periféricas, dentro e fora do movimento hip-hop. Uma das entrevistadas, que é uma das coordenadoras do Núcleo, relata que o *Donas da Arte* iniciou promovendo exposições com as “artes” das mulheres (artesanato, culinária etc.), que não aconteciam havia algum tempo.



Desde 2010, o Núcleo mantém um programa na rádio *web Enraizados*, realizado uma vez por semana, com duas horas de duração, conduzido pelas duas coordenadoras. Elas contam também com a participação da filha pequena de uma delas, que já era apresentada como membro da equipe. Durante o período da pesquisa, o programa de rádio foi suspenso por alguns meses por falta de tempo de uma das coordenadoras, impossibilidade de encontrar outra pessoa para substituí-la e dificuldade da coordenadora que permaneceu em fazer o programa sozinha por causa da sua filha.

O Núcleo não tem um *site* ou *blog* específico nem mesmo no portal do *Enraizados*. Tem apenas o perfil no Facebook, citado anteriormente, que existe desde janeiro de 2011, tem 181 amigos(as) e por meio do qual o programa é divulgado, especialmente no dia em que é produzido e conforme vai chegando o horário: em geral, é apenas com um pequeno texto, sem imagens, postado nos perfis das coordenadoras e de pessoas ou grupos parceiros. Na edição do programa que observamos, as duas apresentadoras ficaram o tempo inteiro conectadas à Internet, cada

5. De acordo com sua página eletrônica, o Movimento Enraizados foi criado em 1999, “com o intuito de colocar em contato pessoas de todo o Brasil que praticassem as artes integradas do hip-hop, divulgando cada artista e promovendo a cultura e a inclusão social através da militância nas periferias das grandes cidades”. Mais informações em [www.enraizados.com.br](http://www.enraizados.com.br).

6. [www.facebook.com/donasarte.nucleo?ref=ts&fref=ts](https://www.facebook.com/donasarte.nucleo?ref=ts&fref=ts)

7. [letsponse.wordpress.com/](http://letsponse.wordpress.com/)

8. [www.facebook.com/pages/Lets-Pense/164245593621694?ref=ts&fref=ts](http://www.facebook.com/pages/Lets-Pense/164245593621694?ref=ts&fref=ts)

9. [twitter.com/letsponse](http://twitter.com/letsponse)

10. [roquepense.blogspot.com.br/](http://roquepense.blogspot.com.br/)

11. [www.facebook.com/roquepensex?ref=ts&fref=ts](http://www.facebook.com/roquepensex?ref=ts&fref=ts)

12. [www.facebook.com/RoquePense](http://www.facebook.com/RoquePense)

13. [www.facebook.com/](http://www.facebook.com/)

14. [twitter.com/RoquePensegroups/279835822071371/?ref=ts&fref=ts](http://twitter.com/RoquePensegroups/279835822071371/?ref=ts&fref=ts)

15. [www.youtube.com/results?search\\_query=festival+roque+pense&oeq=festival+&gs\\_l=youtube.1.0.35i39l-2j0l8.7616.8837.0.10090.9.9.0.0.0.0.478.1594.3j4j-1j0j1.9.0...0.0...1ac.1.TttVZUX2Dbg](http://www.youtube.com/results?search_query=festival+roque+pense&oeq=festival+&gs_l=youtube.1.0.35i39l-2j0l8.7616.8837.0.10090.9.9.0.0.0.0.478.1594.3j4j-1j0j1.9.0...0.0...1ac.1.TttVZUX2Dbg)

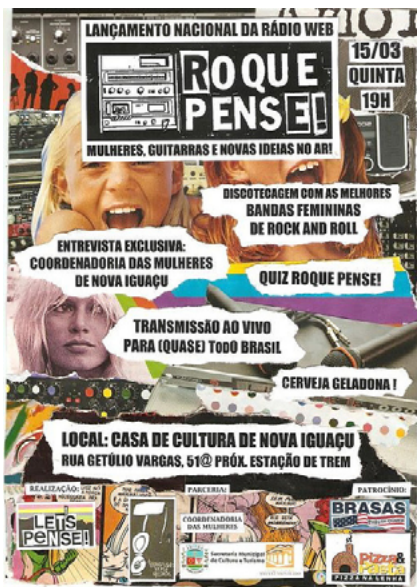
16. Segundo seu perfil no Facebook, o Buraco Carvernoso é “um programa de webTV, feito com equipamentos encontrados em qualquer esquina e muita vontade de discutir a informação, do ponto de vista de quem está de olho nas entrelinhas. Entrevistas com pessoas que tem o que dizer, mas não aonde”.

uma no seu *notebook*, interagindo com os(as) ouvintes que citavam ou saudavam em alguns momentos ao microfone, assim como só era possível fazer por telefone até pouco tempo atrás.

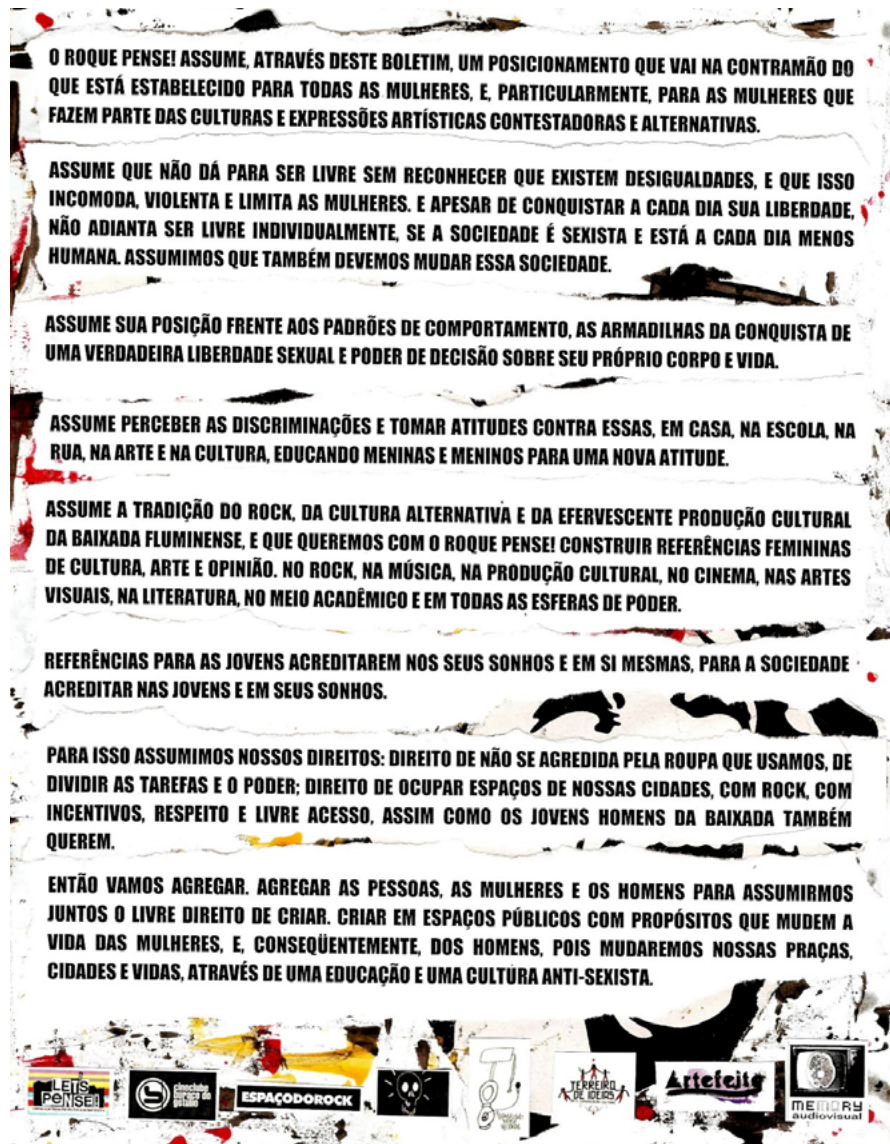
No programa, há também o “Momento Mães do hip-hop”, com dicas para as mulheres do movimento que são mães, e o “Momento Iaiá”, em que se apresenta um pouco da vida de mulheres negras que fizeram história. No dia em que participamos, foi a vez da cantora Daúde, a pedido de uma colaboradora. Entre uma música e outra, além das saudações, as coordenadoras também faziam breves falas sobre a condição da mulher negra. Elas destacam que o Núcleo tem uma proposta de formação das mulheres jovens, mas com todo reconhecimento e reverência às lutas e conquistas daquelas que vieram antes delas.

A outra experiência do primeiro subgrupo é o *Coletivo Let's Pense! – Comunicação Urbana por uma Educação não Sexista*, iniciado em 2011 por um casal que, além de realizar oficinas de *fanzine* a partir da temática, promove, em datas do calendário feminista, eventos de roque. O maior e mais recente foi o *Festival Roque Pense*, realizado de 21 a 24 de junho de 2012, que será mais bem apresentado adiante, e veiculam um programa de rádio *web* com o mesmo nome. O coletivo tem um *blog*<sup>7</sup> que foi atualizado pela última vez em dezembro de 2011, uma comunidade<sup>8</sup> no Facebook que existe desde janeiro de 2011, curtida por pouco mais de 100 pessoas, e um perfil no Twitter<sup>9</sup>, que tem apenas um *tweet* inaugural de outubro de 2011 e três seguidores(as). Por sua vez, em 2012, as páginas vinculadas ao Festival foram usadas intensamente, o *blog*<sup>10</sup>, iniciado em março do mesmo ano, tem mais de 14.300 acessos, com os *links* e as últimas atualizações do Facebook e do Twitter, mas com poucos *posts* após o período do evento. As páginas no Facebook, por sua vez, seguem ativas com agendas das bandas e informações e eventos sobre as questões que o grupo discute. Nessa rede, o Festival tem um perfil<sup>11</sup> com mais de 1.300 amigos(as), uma comunidade<sup>12</sup> com mais de 300 “curtidas” e um grupo fechado<sup>13</sup> com 34 membros. No Twitter<sup>14</sup>, entretanto, o evento tem apenas 27 seguidores(as), mas segue com *posts* informando as atualizações no *blog* e no Facebook. O evento conta ainda com um canal no Youtube<sup>15</sup>, onde há um único vídeo postado pelo próprio perfil, que é a apresentação do Festival (*teaser*), com quase 1.200 exibições, mas há também cerca de 30 vídeos que foram compartilhados de outros perfis, na maioria, com trechos das apresentações das bandas no Festival *postados* pelo responsável pelo Buraco Carvernoso<sup>16</sup>.

O *fanzine* é uma estratégia muito utilizada na realização de oficinas temáticas promovidas pelo grupo para homens e mulheres, assim como é uma característica visual do grupo, mesmo na Internet. Por exemplo, no *blog* há uma seção chamada *Fanzine* e praticamente todos os cartazes virtuais deles têm esse formato. Em preparação ao *Festival Roque Pense*, foi



feita uma oficina na qual se construiu o *Boletim Roque Pense*, tratando de questões sobre equidade de gênero e cultura alternativa, que foi *postado* no *blog* e distribuído impresso nos dias do evento. A seguir, o material de divulgação do lançamento da rádio *web* e o boletim citado.



Além de estarem sediadas em Nova Iguaçu, de serem referências na Baixada Fluminense e contarem com públicos para além dessa região, essas duas experiências têm em comum a inserção em movimentos musicais marcadamente masculinos: o hip-hop e o roque. As entrevistas evidenciam a ausência das mulheres nesses espaços, a parceria estabelecida entre homens e mulheres e os desafios ainda presentes.

17. [estimativa.org.br/home/](http://estimativa.org.br/home/)

18. Segundo o informado no grupo, o programa de TV web Reconhecer aborda as especificidades da mulher negra no contexto social brasileiro.

19. <http://cineminaPontodeVisao.blogspot.com.br/>

20. De acordo com o informado no Facebook, o Cinemina utiliza “a magia cinematográfica para abordar temas peculiares ao universo feminino, além de compartilhar a visão da sétima arte para mulheres, principalmente, negras, oriundas de diversas comunidades”. Por exemplo, em 2008, produziu, em parceria com o Fundo Brasil de Direitos Humanos a série Re-Visão, um projeto audiovisual formado por mulheres, sobretudo na direção, com o propósito de descortinar sonhos, lutas e reflexões do ponto de vista feminino, abordando situações diferentes costuradas pelo tema do racismo institucional.

21. [www.facebook.com/estimativa.associacao?ref=ts&fref=ts](http://www.facebook.com/estimativa.associacao?ref=ts&fref=ts) e [www.facebook.com/ongestimativa?ref=ts&fref=ts](http://www.facebook.com/ongestimativa?ref=ts&fref=ts), respectivamente.

22. [www.facebook.com/pages/Estimativa-Page/222389237812025?ref=ts&fref=ts](http://www.facebook.com/pages/Estimativa-Page/222389237812025?ref=ts&fref=ts)

23. [www.facebook.com/groups/114006335339256/?ref=ts&fref=ts](http://www.facebook.com/groups/114006335339256/?ref=ts&fref=ts)

24. [www.facebook.com/groups/160743517326856/?ref=ts&fref=ts](http://www.facebook.com/groups/160743517326856/?ref=ts&fref=ts)

25. O perfil no Facebook informa que o Mimu-negra (Mostra Internacional da Mulher Negra), que teve sua segunda edição este ano, é “a celebração da resistência da mulher negra na cena teatral brasileira. Celebração e reivindicação de políticas públicas, que valorizem suas histórias, trajetórias, permitindo que produzam, escrevam, atuem e sejam capazes de sobreviver dignamente do ofício de ser artista”. <https://www.facebook.com/mostra.mimunegra?ref=ts&fref=ts>

26. [www.facebook.com/cinemina.projeto?ref=ts&fref=ts](http://www.facebook.com/cinemina.projeto?ref=ts&fref=ts)

27. [www.facebook.com/pages/Cinemina-Pontos-de-Vis%C3%A3o/201364043241090?ref=ts&fref=ts](http://www.facebook.com/pages/Cinemina-Pontos-de-Vis%C3%A3o/201364043241090?ref=ts&fref=ts)

28. [twitter.com/ongestimativa](https://twitter.com/ongestimativa) e [twitter.com/ProgReconhecer](https://twitter.com/ProgReconhecer), respectivamente.

No primeiro caso, a entrevistada relata o incentivo à criação do Núcleo de Mulheres e a sair do lugar apenas de intérprete e passar a criar seus próprios *raps*, o que, no entanto, não diminui o desconforto de ser uma das únicas mulheres no grupo, no qual aumentou a presença feminina nos últimos tempos, mas ainda é predominantemente masculino. No segundo caso, a parceria foi estabelecida desde a constituição do coletivo. De acordo com a entrevistada, são eles que detêm os equipamentos e o conhecimento técnico que permite colocar a rádio *web* no ar. Entretanto, também segundo ela, ainda há constrangimentos, por exemplo, com profissionais da área que têm comportamentos extremamente machistas, assim como a dificuldade de articulação com outros grupos de movimento feminista quando o coletivo é representado pelos homens.

### **ONGs LIDERADAS POR MULHERES VOLTADAS PARA A EDUCAÇÃO E A MOBILIZAÇÃO SOCIAL**

No segundo subgrupo, ONGs de mulheres voltadas para a educação e a mobilização social, estão a *Estimativa* e a *Camtra*. De acordo com a apresentação disponível no seu *site*, a primeira foi fundada em 2005, é liderada por mulheres negras, trabalha pela valorização da história e cultura afrobrasileiras e, entre suas ações, estão a realização de um programa de TV *web* e oficinas de criação de videodocumentários em escolas públicas e comunidades quilombolas, por meio dos quais produzem um discurso afirmativo da cultura negra.

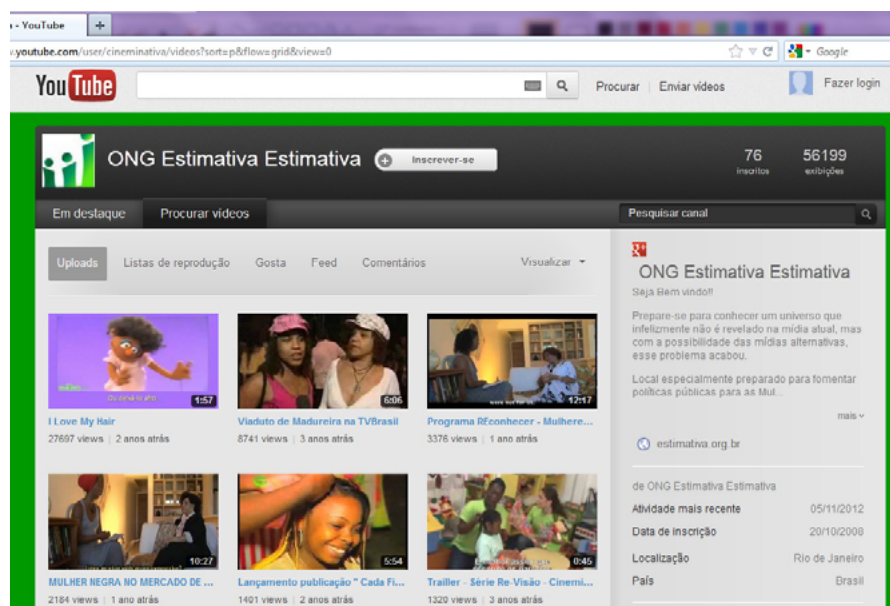
Na Internet, a ONG tem o *site* institucional<sup>17</sup> com as seções: *Início*, *A Estimativa*, *Multimídia* (com galeria de imagens e de vídeos, onde estão disponíveis diferentes episódios do programa *Reconhecer*<sup>18</sup>), *Informativa*, *Parceiros* e *Contatos* e *links* para o Facebook e o Twitter; e o *blog*<sup>19</sup> do Cinemina<sup>20</sup>, iniciado em março de 2011 e no qual a maioria dos *posts* refere-se a fotos das atividades do projeto, acompanhadas de um pequeno texto introdutório.

No Facebook, há com o nome da instituição dois perfis<sup>21</sup>, um iniciado em fevereiro de 2010, que está “lotado”, com mais de 5.200 amigos(as) e quase 1.600 assinaturas, e outro iniciado em agosto do ano seguinte, com mais de 300 amigos(as); uma comunidade<sup>22</sup>, que teve mais de 400 “curtidas”; e um grupo fechado<sup>23</sup> formado por nove pessoas da equipe. Na mesma rede social, desta vez levando os nomes dos seus projetos, o programa *Reconhecer* tem um grupo aberto<sup>24</sup> com mais de 270 membros, os perfis da Mostra Mimu-negra<sup>25</sup>, com quase 5.100 amigos(as), e do Cinemina<sup>26</sup>, com mais de 5.100 amigos(as), e uma comunidade<sup>27</sup>, “curtida” por cerca de 30 pessoas. Já no Twitter existe um perfil institucional e um do programa *Reconhecer*<sup>28</sup>, com cerca de 770 e 15 seguidores(as), respectivamente.



No Orkut existem três perfis com o nome da organização<sup>29</sup>, uma com mais de 900 amigos(as) e cerca de 150 fãs, que, aparentemente, foi atualizado pela última vez em janeiro de 2012; e outra com mais de 700 amigos(as) e 170 fãs, que parece ter sido atualizado pela última vez no fim de 2011; e um terceiro com quase 400 amigos(as) e pouco mais de 80 fãs, que parece pouco utilizado desde 2008, mas que teve um último vídeo postado em agosto de 2011. Ainda no Orkut, a *Estimativa* tem ainda uma comunidade<sup>30</sup> com mais de 500 membros, iniciada em 2005 e que parece não ser utilizada desde setembro de 2011.

A ONG dispõe também de um canal no Youtube<sup>31</sup> com mais de 54 mil exibições dos cerca de 40 vídeos disponíveis. O mais exibido é uma boneca cantando “*I love my hair*” (legendado em português), que foi postado em novembro de 2011 e tem mais de 27.000 exibições; o segundo mais visto inicia com uma matéria da TV Brasil sobre o baile charme do Viaduto de Madureira, por meio do qual fala da valorização da cultura negra e, na sequência, entra uma apresentação de algumas ações da ONG, postado em setembro de 2009 e visto mais de 8.500 vezes; e o terceiro vídeo, produzido pela própria instituição, é o primeiro episódio do programa *Reconhecer*, cujo tema era “*Mulheres negras*” (legendado em inglês), postado em agosto de 2011 e visto por mais de 3.300 pessoas.



29. [www.orkut.com.br/Main#Profile?uid=2895543365089211124](http://www.orkut.com.br/Main#Profile?uid=2895543365089211124), [www.orkut.com.br/Main#Profile?uid=751313198475676252](http://www.orkut.com.br/Main#Profile?uid=751313198475676252) e <http://www.orkut.com.br/Main#Profile.aspx?uid=13584824807838052727>, respectivamente.

30. [www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=5376842](http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=5376842)

31. [www.youtube.com/user/cinemiativa?feature=results\\_main](http://www.youtube.com/user/cinemiativa?feature=results_main)

Além dessas ferramentas, a coordenadora da instituição relata dispor de uma mala-direta com mais de 20 mil *e-mails* cadastrados e encontrar dificuldades para *postar* vídeos no Youtube por causa dos direitos autorais de algumas músicas usadas, o que estava impossibilitando a divulgação de 28 vídeos produzidos em oficinas realizadas em escolas públicas. Como alternativa, elas estavam planejando a realização de um festival para dar visibilidade a essa produção fora da Internet.

Já a *Camtra* foi fundada em 1997 e, de acordo com seu *site*<sup>32</sup>, tem como objetivo ir ao encontro de outras mulheres com a perspectiva de colaborar para o fortalecimento de sua autonomia e despertá-las para a importância de sua participação na construção de uma sociedade mais justa e igualitária. Desde 2000, funciona na instituição um Núcleo de Mulheres Jovens, do qual a jovem entrevistada nesta pesquisa é, desde o início, uma das coordenadoras. Segundo o informado no perfil<sup>33</sup> do Facebook, o Núcleo nasceu a partir da vontade das mulheres jovens que trabalhavam na *Camtra* de transmitir o que aprendiam e, simultaneamente, aprender com outras jovens, por meio de sensibilização e formação permanente, abordando temáticas como saúde sexual e reprodutiva, direitos sociais, violência contra a mulher, raça/etnia, homofobia, educação não sexista, entre outras. Dessa forma, pretende contribuir para a formação de novas lideranças, apostando na renovação e no fortalecimento do movimento feminista.

A ONG tem um *site*<sup>34</sup>, mais voltado para as ações institucionais, onde estão disponíveis suas publicações e videodocumentários para baixar, assim como fotos e vídeos das atividades que realizou ou esteve envolvida, articulações das quais participa e principais parcerias. Segundo a jovem entrevistada, além do *site*, que tem uma atualização menos frequente, por ser feita por profissional de fora da instituição, a *Camtra* tem também um *blog*<sup>35</sup>, cuja atualização é mais dinâmica e é administrado por jovens envolvidas no dia a dia da instituição. De acordo com o informado no “Quem somos”, o *blog Por mim, Por Nós e Pelas Outras* é idealizado e feito pelas colaboradoras da *Camtra* e tem o objetivo de divulgar e colocar em pauta os assuntos acerca da violência sofrida pelas mulheres no Brasil. Apesar do nome do *blog* destacar uma temática específica e haver muitas notícias sobre o assunto, é possível também encontrar *posts* sobre atividades e outros assuntos que fazem parte das pautas defendidas pela *Camtra*.

No Facebook, há dois perfis, um institucional<sup>36</sup> iniciado em janeiro de 2012, com quase 670 amigos(as), e um chamado Núcleo Jovens da *Camtra*, iniciado em setembro de 2011, com 311 amigos(as). Além disso, há o grupo fechado Curso Mulheres Jovens – *Camtra*, que tem quase 60 membros e é voltado especificamente para aquelas que participaram de uma das quatro edições do curso, organizado anualmente, chamado Trocando Ideias – Mulheres Jovens na Defesa de seus Direitos. Segundo a entrevistada, o Facebook tem servido para manter as participantes desses cursos conectadas entre si e com o Núcleo. Ela relata que, na última edição, o evento acabou às 19 horas e, por volta das 22 horas, várias delas já tinham se adicionado e ao Núcleo. Por fim, a instituição tem um perfil no Twitter<sup>37</sup> com pouco mais de 180 seguidores(as), onde são divulgadas ações da instituição e notícias sobre temas afins.

32. [www.camtra.org.br](http://www.camtra.org.br)

33. [www.facebook.com/nucleo.dacamtra?ref=ts&fref=ts](https://www.facebook.com/nucleo.dacamtra?ref=ts&fref=ts)

34. O site oferece links para o blog e para os perfis do Facebook e do Twitter.

35. O blog ([pormimpornosepelasoutras.blogspot.com.br/](http://pormimpornosepelasoutras.blogspot.com.br/)) existe desde abril de 2011 e, até outubro de 2012, teve cerca de 120 visualizações.

36. [www.facebook.com/camtra.cmt?ref=ts&fref=ts](https://www.facebook.com/camtra.cmt?ref=ts&fref=ts)

37. [twitter.com/camtra](https://twitter.com/camtra)



Essas duas experiências se assemelham pela forma como estão constituídas juridicamente, por terem mais tempo de existência, por contarem ou já terem contado com apoio financeiro de pequenos fundos, da cooperação internacional e de programas governamentais, e por terem suas sedes no Centro da cidade do Rio de Janeiro, mas realizarem ações por toda a Região Metropolitana do Rio de Janeiro (e, eventualmente, também em outros municípios).

Na Internet, essas duas ONGs têm em comum a grande quantidade de perfis e grupos nas redes sociais e a percepção desses como meios importantes e sem ou com baixo custo para a divulgação de suas atividades. No caso da *Camtra*, valoriza-se o uso para articular e mobilizar as jovens para suas atividades e pautas, assim como o uso de ferramentas como um formulário de inscrição *online*, com questões que permitem ter um perfil das inscritas para o curso citado. Já para a *Estimativa*, além do uso para mobilização, destaca-se a possibilidade de visibilizar suas ações para outros estados e países, realizar reuniões de equipe, construir coletivamente projetos e editar vídeos a distância. No entanto, de acordo com a coordenadora, para divulgar suas atividades entre o público da instituição, muitas vezes, funciona melhor o “olho no olho”.

Outra característica comum é a proximidade com o mundo adulto, mas que se dá de formas muito diferentes entre elas. Pelo que foi encontrado na Internet e nas entrevistas realizadas com pessoas associadas à *Estimativa*, não há qualquer referência a um recorte juvenil de suas ações. Entretanto, de acordo com o informado pela coordenadora, boa parte das participantes tem a idade de 23 a 41 anos e, dentre essas, algumas se aproximaram quando eram jovens, mas, agora, já são adultas. A mesma entrevistada, no entanto, destaca a importância da

38. De acordo com o episódio *Mulheres Negras* do programa *Reconhecer*, *Candaces* é o nome dado a uma dinastia de rainhas africanas guerreiras que existiu na região hoje conhecida como Etiópia. Elas simbolizam o poder de luta feminino por território, cultura, respeito e prosperidade.

39. Esses valores são compartilhados também pelas integrantes do Núcleo Donas da Arte.

40. Na seção “Eventos que ajudam a pensar o uso das NTICs”, encontram-se mais informações sobre essas marchas, assim como sobre o Festival Roque Pense.

41. [marchadasvadiasrio.blogspot.com.br/](http://marchadasvadiasrio.blogspot.com.br/)

42. O primeiro post é um convite para a Marcha que ocorreria pouco mais de uma semana depois.

43. Nesta seção, encontram-se links para as seguintes páginas do Facebook: a comunidade e o evento da Marcha no Rio e para o grupo da Marcha nacional ([www.facebook.com/groups/273135932706838/](http://www.facebook.com/groups/273135932706838/)) e para o blog nacional ([marchadasvadiasbr.wordpress.com/](http://marchadasvadiasbr.wordpress.com/)).

44. [www.facebook.com/pages/Marcha-das-Vadias-do-RJ/121053424690810](http://www.facebook.com/pages/Marcha-das-Vadias-do-RJ/121053424690810)

45. [www.facebook.com/events/326205267421763/?ref=ts](http://www.facebook.com/events/326205267421763/?ref=ts)

46. [www.facebook.com/groups/291169760990393/?ref=ts&fref=ts](http://www.facebook.com/groups/291169760990393/?ref=ts&fref=ts) e [www.facebook.com/events/167902953345040/](http://www.facebook.com/events/167902953345040/), respectivamente

47. Nesta pesquisa, foi entrevistada a jovem que criou esse evento no Facebook.

valorização das mulheres mais velhas para a instituição que, como é característico de culturas negras, têm as *candaces*<sup>38</sup> e ancestralidades como referência<sup>39</sup>.

Na *Camtra*, ao contrário, há um Núcleo de Juventude constituído que se envolve em todas as ações institucionais, mas também discute e está articulado a movimentos que reivindicam pautas geracionais, por exemplo, o Fórum de Juventudes do Rio de Janeiro e Conselhos/ Conferências de Juventude. Esta é a única experiência pesquisada em que se discute juventude e se organiza a partir dessa identidade, estabelecendo até mesmo um limite etário para participação em algumas das suas atividades.

### **MARCHAS CONTRA AS VIOLÊNCIAS DE GÊNERO<sup>40</sup>**

O último subgrupo refere-se às marchas contra as violências de gênero, onde se inserem a *Marcha das Vadias* e a *Marcha contra a Mídia Machista*. A primeira teve início no Canadá em resposta à declaração de um policial de que as mulheres seriam vítimas de ataques sexuais porque se “vestiam como vagabundas”. A partir desse fato, inúmeras manifestações surgiram em todo o mundo, e em várias cidades brasileiras: no Rio de Janeiro, este ano, foi organizada a segunda edição da Marcha, pautando a questão da violência e do respeito ao corpo feminino que caracteriza o movimento internacional, mas também reivindicando outras questões, como a legalização do aborto e direitos de transexuais, travestis e prostitutas. A organização local da manifestação mantém um *blog*<sup>41</sup>, iniciado no fim de junho de 2011<sup>42</sup>, teve mais de 24 mil visitas e dispõe das seções *Início*, *Cartazes*, *Release*, *Manifesto* e *Facebook*<sup>43</sup>. No Facebook, a comunidade<sup>44</sup> da Marcha local tem quase 3 mil “curtidas” e mantém um fluxo contínuo de *postagens* com notícias, artigos e eventos sobre temas afins, diferente do que acontece com o *blog*, que teve apenas quatro *posts* ao longo de 2012. Para a edição deste ano da manifestação, havia também um evento<sup>45</sup> na mesma rede social, cujas informações estão na seção sobre os eventos.

A *Marcha contra a Mídia Machista*, por sua vez, foi realizada em várias cidades do Brasil para protestar contra a desvalorização e distorção da imagem da mulher em diversas mídias – por exemplo, propagandas que banalizam ou incentivam o estupro, colocam a mulher em situação de submissão ao homem ou usam o corpo feminino para vender seus produtos. Essa manifestação em âmbito local se apresenta na Internet apenas a partir do Facebook<sup>46</sup>. Há um grupo aberto com cerca de 100 membros chamado *Organização da Marcha contra a Mídia Machista RJ* e havia um evento<sup>47</sup> para o dia da manifestação, cujas informações também se encontram na seção sobre os eventos.

As duas marchas começaram a ser mobilizadas pela Internet, especialmente pelo Facebook, sem vínculo formal com qualquer outro movimento social organizado ou instituição governamental, mas contaram também com reuniões e uma ou duas oficinas presenciais. Ambas se caracterizam também por terem sido construídas por indivíduos que se encontraram via rede social, mas não necessariamente se conheciam pessoalmente. Por outro lado, como veremos mais adiante, uma distinção entre elas é o fato de a *Marcha das Vadias* ter sido articulada por um grupo que já tinha uma trajetória militante em outros espaços enquanto a jovem que iniciou a outra marcha no Rio nunca tinha participado ou organizado uma manifestação pública.

É interessante notar também que, a partir dessas marchas, algumas jovens começaram a participar de grupos para além da Internet, por exemplo, duas jovens que conheceram a *Camtra* na *Marcha contra a Mídia Machista* foram a outras atividades da instituição, uma participou de todas as atividades realizadas nas semanas seguintes e outra foi a apenas uma. No período da pesquisa, uma das jovens da *Marcha das Vadias* entrevistada aqui e uma amiga sua, que também esteve na manifestação, participaram da *Marcha contra a Mídia Machista* e passaram a frequentar as atividades da mesma instituição<sup>48</sup>.

48. A partir de sugestão da pesquisadora.

## USOS DE ALGUMAS DAS NOVAS TECNOLOGIAS



49. Essa iniciativa inspirou a campanha "Sou Jovem e tenho direitos", do Fórum de Juventudes do Rio de Janeiro. No período eleitoral de 2012, vários(as) jovens foram fotografados(as) com placas reivindicando algum direito. Essas fotografias circularam amplamente no Facebook e a campanha foi adaptada por jovens do município de Cruz das Almas (BA) e avaliada como uma das ações do Fórum que mais mobilizou jovens.

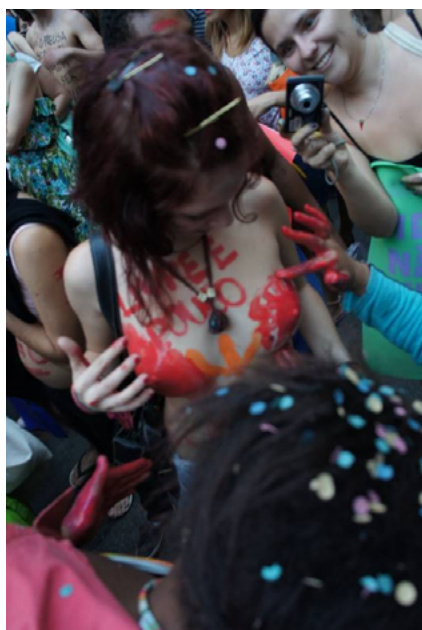
Conforme o apresentado anteriormente e pelas experiências aqui analisadas, a Internet é a nova tecnologia de informação e comunicação mais utilizada, e, neste contexto, destacam-se o Facebook, o YouTube e o Twitter. Porém, outros recursos oferecidos são aproveitados, como o compartilhamento de imagens, os *blogs* e a transmissão de programas de TV e rádio *web*.

### IMAGENS

Mesmo tendo sido pouco citadas pelas entrevistadas, pelo levantamento virtual, é possível observar que um recurso muito utilizado, mesmo na Internet, é a imagem. Apenas a entrevistada vinculada ao *Let's Pense* fez referência direta à sua importância na Internet e é possível perceber uma identidade visual caracterizada pelo formato *fanzine* de muitas das imagens produzidas pelo grupo. Segundo ela, no Facebook, as pessoas se comunicam mais por imagens, então, o grupo de que faz parte tem a preocupação de nunca *postar* nada sem uma imagem, o que é possível constatar também no *blog* do festival. Apesar disso, avalia que tem poucos registros fotográficos dos eventos realizados. Para divulgar o Festival Roque Pense, foi feito também um vídeo (*teaser*). No Youtube, é possível encontrar vários vídeos feitos durante o festival – a maioria feita em parceria com a TV *web Buraco Cavernoso* –, com trechos dos *shows* das diferentes bandas.

A *Marcha das Vadias* também faz amplo uso de imagens. Em 2012, as que parecem mais ter circulado no Rio de Janeiro foram as que faziam parte da campanha "Feminista por quê?", que disponibilizou cerca de 50 fotografias e foi feita pela Marcha de Brasília<sup>49</sup>. A cada dia, eram *postadas* duas fotos com pessoas das mais diversas, com frases como: "Não ensine a mulher a não ser estuprada. Ensine o homem a não estuprar. Isso também é feminismo" e "Como mãe, não educo nem machões nem submissas. Isso também é feminismo". De acordo com o perfil no Facebook da Marcha – Brasília, as duas fotos mais compartilhadas tinham essas frases, com 2.024 e 2.232 compartilhamentos, respectivamente, além das centenas de pessoas que "curtiram". Várias dessas fotos foram publicadas também no perfil do Rio de Janeiro e tiveram mais algumas dezenas de compartilhamentos. No ano anterior, as imagens de grande circulação foram uns dez desenhos feitos pelo cartunista Latuff, disponíveis no *blog* da Marcha Rio, e que também foram impressos em papel e se tornaram cartazes no dia da manifestação.

Além disso, chamava a atenção a quantidade de fotógrafos(as) da mídia comercial e alternativa presentes produzindo imagens no dia da manifestação nos dois anos: inúmeras fotos e também vários vídeos foram disponibilizados e tiveram grande circulação nas redes sociais,



**50.** O item 7 da seção “Segurança” da Declaração de Direitos e Responsabilidades do Facebook informa que: “Você não publicará conteúdo que: contenha discurso de ódio, seja ameaçador ou pornográfico; incite violência; ou contenha nudez ou violência gráfica ou desnecessária.” A questão é quem e como se define o que é pornográfico ou não, por exemplo.

incluindo Flickr e outras voltadas para armazenamento e compartilhamento de imagens e no YouTube, juntamente com aquelas feitas por participantes do evento.

Segundo a articuladora da Marcha entrevistada, em 2011, o evento local foi excluído pelo Facebook uma semana antes da data da manifestação, de acordo com o informado pela rede social, por causa do nome do evento e da quantidade de *span*. A página excluída já contava com mais de 8 mil pessoas, fazendo com que muitos(as) pensassem que a Marcha havia sido cancelada. Logo que o problema foi identificado, uma nova página foi criada para o evento. Posteriormente, nesse mesmo ano e em 2012 houve outros relatos e denúncias na mesma rede social de *postagens* que foram excluídas por causa de imagens de mulheres com seios expostos ou de algumas palavras usadas.

Esse episódio faz pensar sobre em quais situações torna-se legítima, nesses meios, a exibição ou não do corpo da mulher, uma vez que se essas imagens e palavras tivessem fins comerciais e/ou contextos publicitários, provavelmente, não teriam sido censuradas; assim como nos limites impostos por esse tipo ferramenta, que, muitas vezes, pode parecer dar acesso a um espaço totalmente livre, quando possui muitos mecanismos de restrição explícitos<sup>50</sup>. Esses episódios também confirmam a legitimidade das reivindicações da Marcha: nem na Internet a mulher parece ter controle sobre seu próprio corpo, sendo de terceiros a decisão do que se pode mostrar do mesmo e quando.

Na *Marcha contra a Mídia Machista* e ao final da oficina de cartazes, feita na véspera, era possível ver as participantes tirando fotos com celulares ou máquinas digitais e logo as *postando* no Facebook.



Enquanto a oficina era realizada, havia também uma participante fazendo cartazes virtuais de casa e *postando* na mesma rede social para que fossem compartilhados posteriormente pelas demais. A seguir, foto com alguns cartazes de papel e um cartaz virtual, ambos circularam no Facebook, entre a comunidade da manifestação e os perfis das manifestantes.

As atividades realizadas por *Camtra* e *Estimativa* também são registradas em fotografias, que, posteriormente, são publicadas nas redes sociais tanto pelas organizadoras como por algumas participantes.

Cabe registrar que, apesar de amplamente utilizada pelos vários grupos para promover suas ações e pautas, possibilitada pela popularização das máquinas fotográficas digitais e dos celulares com esse recurso, apenas uma das entrevistadas relatou usar a fotografia ou pequenos vídeos para denúncia de violação de direitos e ter conhecimento de alguém das suas redes de contatos mais próximas que faça esse tipo de ação sistematicamente. Essa jovem relata usar muito esse recurso e, até mesmo, ter participado da organização de uma oficina sobre o uso social da fotografia, realizada pelo movimento político-partidário de que faz parte em sua cidade (Duque de Caxias)<sup>51</sup>, em que ensinavam algumas técnicas básicas de fotografia com celular e de como publicar em redes como Facebook e Twitter. Ela cita como exemplo a questão do lixo, que afirma ser um problema crônico da sua cidade, que fotografou e *postou* nas redes sociais.

51. De acordo com o relatado pela entrevistada, esse movimento faz amplo uso das NTICs. Alguns exemplos citados foram o uso de SMS, lembrando os(as) participantes das reuniões, produção de pequenos vídeos para reivindicação de direitos ou sobre datas importantes para a cidade, que eram *postados* no YouTube e no Facebook, e o projeto de fazer *flashmobs* no período eleitoral.



## BLOGS

As duas entrevistadas da *Marcha das Vadias* tinham *blogs*, ambas com atualização irregular e citaram o *blog* *Escreva Lola, Escreva*<sup>52</sup> como uma referência e que, assim como para a *blogueira* feminista entrevistada inicialmente, é um dos primeiros endereços que acessam na Internet. Uma das jovens tinha acabado de iniciar seu *blog*<sup>53</sup> com outra amiga da *Marcha* quando foi entrevistada: o primeiro texto dela, sobre o *funk* da Valesca Popozuda e sua contribuição na luta feminista nos lugares de classes mais pobres, estava circulando bastante na Internet<sup>54</sup>, mas, depois disso, não publicou mais nada<sup>55</sup>.

A outra começou a *blogar* por volta dos 18 anos, tinha 30 quando foi entrevistada. Inicialmente, teve como tema central questões relacionadas à sexualidade, pois percebia que suas amigas não tinham acesso às mesmas informações que ela, principalmente por meio de pesquisas e leituras. Desde setembro de 2008, mantinha o *blog* *Cantinho da Éris*<sup>56</sup>, que já teve mais de 78 mil visitas. Em 2011, aproximou-se das *Blogueiras Feministas* e iniciou outro *blog* com seu nome<sup>57</sup>, mas que não tem o número de acessos visível e nemtem sido atualizado com frequência, segundo ela, por falta de tempo e pela militância de rua. Em 2012, ela tinha *postagens* no *blog* da *Marcha do Rio* e no das *Blogueiras*.

Três das experiências investigadas também utilizavam *blogs*. Conforme citado anteriormente, a *Camtra* tem um *blog* chamado *Por mim, Por Nós e Pelas Outras*, idealizado e feito pelas suas colaboradoras e que se diferencia do *site* institucional especialmente pela possibilidade de atualização mais ágil. O projeto *Cinemina*, da *Estimativa*, também dispõe de um *blog* usado principalmente para compartilhar e divulgar as fotografias de suas ações em escolas públicas estaduais.

O *Coletivo Let's Pense* tem um *blog* com seu nome, mas que foi atualizado pela última vez em dezembro de 2011; e outro do *Festival Roque Pense*<sup>58</sup>, no qual eram divulgados e transmitidos os programas de rádio *web* e vídeos, por meio de ferramentas como o Soundcloud (plataforma *online* de publicação de áudio) e o Ustream (aplicativo que permite gravar e transmitir vídeos *online* em tempo real); todas as informações do festival, desde a abertura de inscrições para as bandas até os agradecimentos posteriores ao evento. Ainda que com poucas *postagens*, seguia ativo nos meses seguintes, divulgando outras ações do coletivo e com dois *posts* em apoio à banda *Pussy Riot*<sup>59</sup>.

Aqui destacamos os *blogs* criados e mantidos pelas entrevistadas para tornar públicas suas ideias e experiências sobre temas variados e compartilhar informações afins e suas experiências e dar visibilidade às suas ações e/ou pautas. Porém, é importante lembrar que, assim como o apontado pelo exemplo do *Escreva Lola, Escreva*, o acesso aos mais variados *blogs* faz parte do cotidiano dos sujeitos pesquisados.

52. Este é o *blog* de Lola Aronovich, 45 anos, professora da Universidade Federal do Ceará, que descreve assim o conteúdo nele publicado: "Neste *bloguinho* não acadêmico falo de feminismo, cinema, literatura, política, mídia, bichinhos de estimação, maridão, combate a preconceitos, chocolate, e o que mais me der na telha". Iniciado pra ser um *blog* de crítica de cinema, Lola tem feito cotidianamente críticas e comentários sobre temas polêmicos e/ou de grande repercussão na mídia. Entre fevereiro de 2008 e outubro de 2012, esse *blog* teve quase 5 milhões de acessos, segundo entrevista dela à revista TPM, é o maior *blog* feminista em termos de número de acessos e mais de 70% das(os) visitantes têm menos de 30 anos. Disponível em <http://revistatpm.uol.com.br/entrevistas/lola-aronovich.html>, acesso em 26/10/12.

53. [atrasdaportablog.blogspot.com.br/](http://atrasdaportablog.blogspot.com.br/)

54. Em cerca de dois meses, o *blog* teve mais de 1.200 acessos, o artigo foi publicado no *site* de um movimento nacional de juventude e compartilhado pela Valesca Popozuda em seu perfil no Facebook.


55. Em encontros informais posteriores, ela disse que estava organizando outro *blog*, mas ainda não estava disponibilizado para o público.

56. [cantinhodaeris.wordpress.com/](http://cantinhodaeris.wordpress.com/)

57. [danimontper.wordpress.com/](http://danimontper.wordpress.com/)

58. Este *blog* foi iniciado em março de 2012 e, desde então, já teve mais de 14 mil acessos.

59. Em 17 de agosto de 2012, essa banda punk foi condenada a dois anos de prisão por "vandalismo motivado por ódio religioso", após realizarem uma performance cantaram sua música "Virgem Maria nos livre de Putin" – no altar da maior catedral ortodoxa de Moscou, na Rússia. Algumas manifestações a respeito ocorreram no Rio de Janeiro, na *Marcha contra a Mídia Machista* havia cartazes em apoio à banda e no perfil do Facebook da *Marcha das Vadias Rio* também havia vários *posts* de apoio.



Pelo verificado nesta investigação, ainda que existam *blogs* pessoais em pleno funcionamento, que se tornam referência e formam opinião, como o da Lola, tantos outros seguem com pouquíssimos acessos e/ou *posts*. Entre as entrevistadas, parece faltar tempo e fôlego para mantê-los atualizados, assim como essas ferramentas parecem ser úteis para os grupos no período da realização de eventos, como aconteceu com a *Marcha das Vadias* e o *Festival Roque Pense*, mas seguem com raros *posts* quando esses passam.

É possível supor que, em virtude da exigência de textos inéditos, que levam tempo para serem produzidos, do predomínio cada vez maior da comunicação via imagens e de um acesso à Internet cada vez mais móvel, os *blogs* estejam sendo substituídos pelo Facebook, que oferece maior interatividade, já agrega uma rede de “amigos(as)”, oferece recursos como “curtir” ou “compartilhar” e permite a convergência de conteúdos de outros portais e redes sociais.

## RECURSOS PARA TV E RÁDIO WEB

Outras NTICs utilizadas são aquelas necessárias para as experiências de TV (*Estimativa*) e rádio *web* (*Donas da Arte* e *Let's Pense*) que exigem recursos específicos, especialmente no que se refere a equipamentos para registro, edição e transmissão dos programas. A *Estimativa* e o *Donas da Arte* contam com uma estrutura institucional em termos de equipamentos obtida por projetos financiados por programas como o Ponto de Cultura<sup>60</sup>. Já o *Let's Pense* é o único que conta principalmente com a colaboração e equipamentos dos(as) seus(suas) participantes para ser realizado, especialmente daqueles de sexo masculino que, de acordo com a entrevistada e apontado anteriormente, também são aqueles que dominam o conhecimento a respeito do uso dessas ferramentas. Aquelas(es) que fazem rádio *web* relatam ter aprendido a usar as ferramentas necessárias na prática, muitas vezes com a ajuda de outras pessoas próximas que já tinham alguma experiência.

A pessoa responsável pela parte de produção audiovisual da *Estimativa* (TV *web* e oficinas de videodocumentário), e entrevistada nesta pesquisa, além de ter cursado uma faculdade de Publicidade, afirma ter realizado cursos específicos na área, nos quais muitas vezes conseguia bolsa de estudos por sua condição financeira, mas também ter aprendido muito na prática. Ela já fazia rádio, é uma das coordenadoras também do *Donas da Arte*, mas, ao fazer um curso de documentário para rádio oferecido pela ONG Viva Rio, a que estava vinculada na época, teve contato com cineastas renomados e percebeu que com videodocumentários sua mensagem poderia chegar mais longe. O primeiro videodocumentário produzido por ela foi realizado com a ajuda dos(as) amigos(as) com quem tinha acabado de concluir uma oficina da audiovisual e com os recursos obtidos em um fundo de apoio a pequenos projetos (Saap/Fase), R\$ 5 mil, que serviram para pagar toda a estrutura (equipamentos, transporte etc.) para produção do documentário, processo que levou cerca de um ano. A partir desse acúmulo, ela tem produzido de forma independente ou vinculada a diferentes ONGs (*Estimativa*, Fundo Brasil de Direitos Humanos, Enraizados), vídeos sobre temas como hip-hop, raça/etnia e gênero.

<sup>60</sup>. De acordo com o site do Ministério da Cultura, os Pontos de Cultura visam estimular iniciativas culturais já existentes da sociedade civil, por meio da realização de convênios celebrados após a realização de chamada pública.

## EVENTOS QUE AJUDAM A PENSAR O USO DAS NTICs

As novas tecnologias já parecem bastante incorporadas ao cotidiano das experiências pesquisadas e às jovens aqui entrevistadas. Todos os grupos usam exaustivamente as redes sociais e seus *sites* e *blogs* para divulgar suas atividades, mesmo aquelas organizadas periodicamente, como as reuniões mensais de formação das jovens da *Camtra* e das *Tranceiras*<sup>61</sup> da *Estimativa* ou semanais, como os programas de rádio do *Donas da Arte*, em geral com um cartaz eletrônico e, com menos frequência, um curto vídeo. Depois das atividades, também é comum encontrar imagens e pequenos comentários e/ou agradecimentos relativos ao que ocorreu. Quando se trata de eventos mais pontuais, também é possível encontrar sua divulgação em perfis e *sites* dos outros grupos pesquisados: a *Marcha das Vadias*, por exemplo, foi amplamente divulgada nas páginas do *Roque Pense* e da *Camtra*.

No período dessa investigação, foi possível observar três eventos pontuais promovidos pelas experiências pesquisadas, dos quais faremos uma descrição mais aprofundada de algumas de suas características. Imaginamos que elas possam colaborar para a compreensão da forma como a Internet tem sido usada para promover eventos.

No caso das marchas, elas têm em comum o fato de serem eventos esporádicos e aparentemente “espontâneos”, ainda que contem com redes pré-existentes para sua realização e sucesso, muitas vezes, realizados por pessoas que não se conhecem (ou pouco se conhecem), mas que se juntam em torno de um tema, praticamente sem outros recursos que não a própria *web*, tendo em vista que não contam com uma estrutura institucional ou financiamento de projetos, ainda que possam contar com algum suporte por parte das organizações ou articulações a que suas militantes também estão vinculadas.

Nesse sentido, é relevante lembrar que a *Marcha das Vadias*, motivada por um episódio ocorrido no Canadá no início de 2011, tomou as ruas de várias cidades ao redor do mundo poucos meses depois; e que no Brasil já tenha havido a segunda edição, que conseguiu articular rapidamente, na Cúpula dos Povos, uma pequena ação direta, mas com repercussão na grande mídia, em resposta à forma como os meios de comunicação exploraram o uso do próprio corpo, no caso, os seios desnudos, para se manifestar na *Marcha das Mulheres*<sup>62</sup>, ocorrida poucos dias antes. Assim como é importante destacar que a *Marcha contra a Mídia Machista* foi organizada nacionalmente em pouco mais de 20 dias e voltou a se movimentar rápida e intensamente no Facebook em outubro de 2012 contra uma propaganda voltada para as mulheres de uma grande loja de roupas. Outra característica comum é que a velocidade e o alcance que essas iniciativas conseguem virtualmente só são possíveis graças à participação de suas militantes em outras redes *on* ou *offline*, especialmente grupos e articulações presenciais vinculados a movimentos como o feminista e LGBT.

61. Segundo o site da *Estimativa*, este é um encontro para troca de informações sobre os mais diversos temas: saúde, educação, cultura afro-brasileira, desenvolvimento sustentável, moda, política e cidadania.

62. Nessa *Marcha*, realizada no início da Cúpula dos Povos, as percussionistas do Grupo *Tambores de Safo* (Fortaleza/CE) tocaram com seios desnudos como forma de protesto, no que foram seguidas por várias outras participantes. Esse episódio acabou se tornando o foco da cobertura midiática da manifestação, com exaustiva exibição de imagens da jovem que foi nomeada como musa do evento e boatos de que ela teria recebido proposta para posar nua para uma revista masculina.

### **FESTIVAL ROQUE PENSE**

De acordo com o *blog*, esse festival se propunha a trazer “rockers de várias partes do Brasil, além de *skatistas*, grafiteiras, cineclubistas e produtoras que aderiram à proposta de uma cultura antissexista, para ecoar para além do efervescente universo do rock e da cultura alternativa na Baixada Fluminense”. O evento ocorreu de 21<sup>63</sup> a 24 de junho, em Nova Iguaçu. A abertura foi na Casa de Cultura e as demais atividades na Praça do Skate, ambos equipamentos públicos do município, e contou com a parceria de outras iniciativas culturais da Baixada Fluminense, como o cineclube *Buraco do Getúlio* e a TV *web Buraco Cavernoso*. Além dos *shows*, a programação incluía bate-papo, roda de ideias, discotecagem, grafite, VJ, estandes de CDs e *fanzines*, sessão de cineclube com filmes dirigidos por mulheres e campeonato feminino de *skate*, por onde a organização calcula que tenham passado cerca de 1.400 pessoas.

No fim de abril, iniciou-se a divulgação, via *blog* (principal referência do evento), Facebook e Twitter, da abertura de inscrições de bandas para o festival, estas deveriam ter repertórios autorais e integrantes mulheres em suas formações. Fazia parte da seleção uma entrevista *online* com integrantes das bandas, assim como foi levada em consideração também a forma como as bandas se apresentavam na Internet, pois, de acordo com a entrevistada, o investimento em uma boa apresentação nesse espaço indica que se trata de uma banda organizada e comprometida. Os mesmos canais foram utilizados para divulgação das bandas selecionadas e do evento propriamente dito, que além do cartaz virtual tipo *fanzine*, semelhante ao usado no período de inscrições das bandas, também teve um vídeo de pouco mais de 1 minuto, apresentando as bandas que participariam e outras informações sobre o festival.

O evento pode ser acompanhado pela Internet praticamente em tempo real: vídeos dos *shows* eram transmitidos ao vivo, assim como outras informações de interesse dos(as) participantes e daqueles(as) que, por algum motivo, não puderam comparecer. A entrevistada relatou que um dia antes do festival o *blog* tinha pouco mais de 7 mil visualizações e que, no último dia, ao constatarem que esse número havia chegado a cerca de 9.850, pediram aos presentes “pra fazer uma forcinha” para chegar a 10 mil. Nas semanas seguintes ao evento, foram *postados no blog* alguns agradecimentos e um grande relato do que aconteceu naqueles quatro dias. Mas depois desse período, poucos *posts* (de três a nenhum nos meses seguintes) foram publicados.

Idealizado por um casal, a entrevistada e seu companheiro, esse foi o único evento observado que foi organizado também por homens, que assumiram boa parte das responsabilidades que envolviam o uso das novas tecnologias. Na equipe técnica que produziu o vídeo de promoção do evento, os homens aparecem em direção e edição, roteiro, produção técnica e assistência técnica, e as mulheres em produção

63. 21 de junho é o Dia de Luta por uma Educação não Sexista.

executiva, *stylist*, participação (atrizes) e assistência de produção. Outro exemplo, no *post* “As mulheres, e os homens, do Roque Pense!”, que apresentava a equipe envolvida na realização do festival, mais uma vez, isso fica evidente: estiveram por conta dos homens praticamente todas as atividades que envolviam maior uso das novas tecnologias, como atualização do *blog* e divulgação nas redes sociais, produção de imagens (fotografia e vídeo) e transmissão ao vivo dos *shows* pela rádio *web* para cerca de 3 mil pessoas. As mulheres foram responsáveis basicamente pela produção e apresentação do evento, pelo conteúdo das discussões e dos materiais temáticos e pelo contato com os veículos de comunicação.

Esse evento se destaca especialmente pelo amplo uso das novas tecnologias em todas as suas etapas e pela parceria entre mulheres e homens, que é exemplar no sentido de evidenciar que as discussões de gênero não estão mais restritas ou são de interesse exclusivamente das mulheres<sup>64</sup>, mas também convida à reflexão sobre as diferenças na forma como os gêneros estão se apropriando, ou não, dessas novas tecnologias quando estas vão além das mais comuns, como as redes sociais.

### **MARCHA DAS VADIAS**

Conforme mencionado anteriormente, a *Marcha das Vadias* se insere no contexto mais amplo das manifestações que ocorreram em várias cidades do mundo e no Rio de Janeiro. Segundo a organizadora entrevistada, começa a se articular fora da Internet, convidando as pessoas envolvidas na Marcha da Liberdade local, que iniciada após a repressão à Marcha da Maconha, foi realizada em junho de 2011, também em várias cidades do país, e agregou militantes de causas como a legalização do aborto e contra a homofobia. Além de algumas reuniões presenciais, as organizadoras divulgaram a manifestação em universidades e realizaram debates e oficinas de *lambe-lambe*<sup>65</sup> e *estêncil*<sup>66</sup>.

Diferentemente do que aconteceu no ano anterior, quando as organizadoras da Marcha investiram na divulgação nos meios de comunicação, nas relações pessoais e em espaços como universidades, em 2012, de acordo com a mesma entrevistada, a divulgação foi quase exclusivamente pela Internet, não se tendo nem enviado *release* para a imprensa – segundo ela, foram os(as) jornalistas que começaram a procurar as organizadoras. O único evento realizado, na semana anterior, foi uma oficina de *lambe-lambe*, cujo principal objetivo era discutir o nome e as pautas da manifestação.

No evento do Facebook, quase 3.400 pessoas confirmaram presença, mais de 1 mil haviam clicado em talvez e ainda havia quase 17.500 pessoas convidadas. Na manifestação, entretanto, de 400 a 500 pessoas seguiram a marcha, segundo a Polícia Militar, e, de acordo com as organizadoras, foram de 1 mil a 1.500 participantes. Na pesquisa quantitativa realizada

64. A participação masculina no movimento feminista é uma das questões que jovens militantes têm discutido dentro do movimento, mas que ainda encontra a resistência de muitas feministas adultas e parte das jovens.

65. *Lambe-lambe* é um pôster de tamanho variado colado em espaços públicos a fim de divulgar uma ideia ou evento.

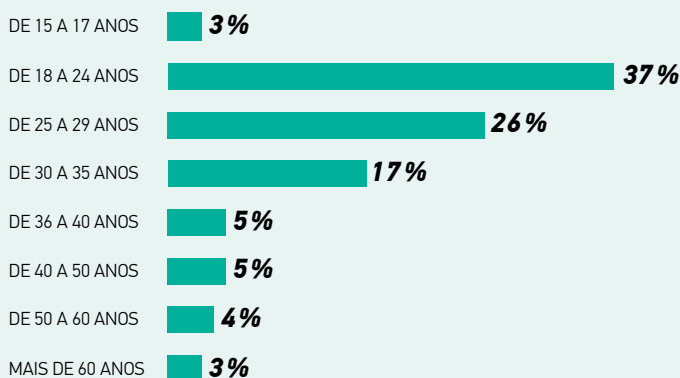
66. *Estêncil* é uma técnica utilizada para imprimir imagens ou palavras que possam ser delimitadas por corte ou perfuração em papel, papelão ou outros materiais em diferentes superfícies, no caso do movimento feminista e da *Marcha das Vadias*, principalmente em muros e tecidos.

67. 32% dos respondentes eram do sexo masculino. No entanto, segundo o relato da organizadora entrevistada, nenhum homem manifestou interesse em participar da organização da manifestação.

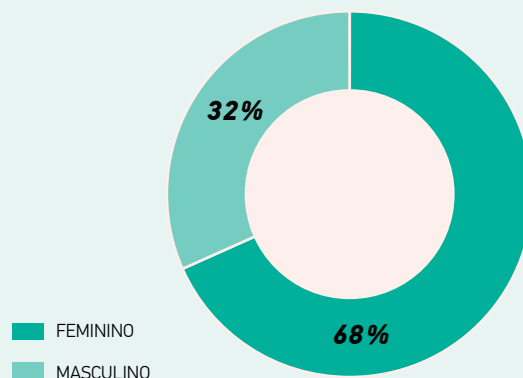
no dia da Marcha, 26 de maio de 2012, um questionário foi aplicado a 102 participantes, sendo que a única orientação dada aos(as) aplicadores(as) foi que buscassem incluir todas as diversidades (identidade de gênero, étnico-racial, classe) presentes no evento.

Assim como era possível ser constatado visualmente na Marcha como um todo, os(as) respondentes eram predominantemente jovens mulheres<sup>67</sup>, 66% deles(as) tinham de 15 a 29 anos e 68% eram do sexo feminino, conforme gráficos a seguir.

### IDADE

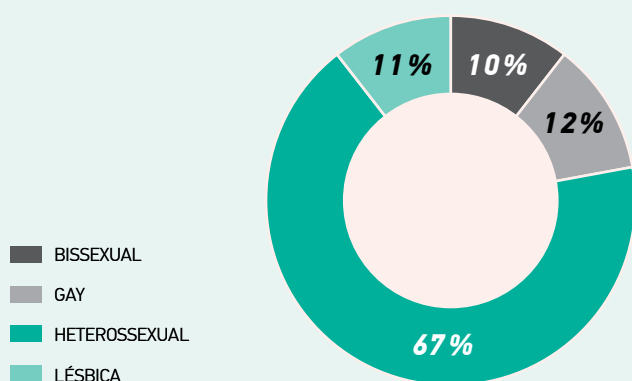


### SEXO

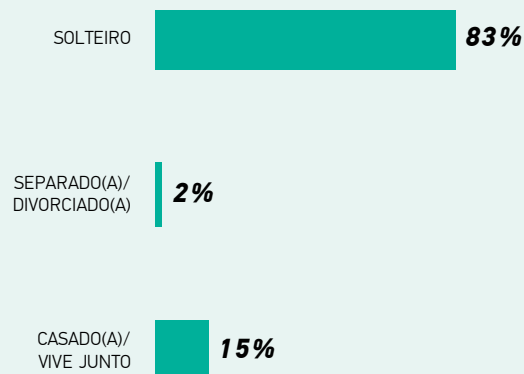


Outras características relevantes dos(as) respondentes: a maioria são heterossexuais (67%), solteiros(as) (83%), com ensino superior completo ou incompleto (89%), que estudam (70%) e trabalham (63%). No que se refere à cor/raça, pode-se dizer que há distribuição semelhante ao que foi encontrado no último censo do IBGE: 49% se declararam negros(as) e 48%, brancos(as).

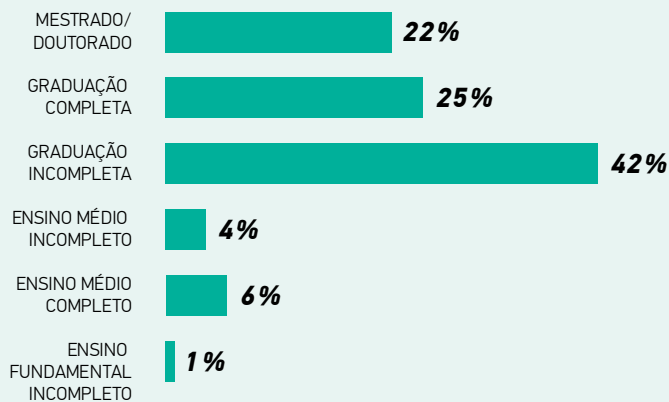
### ORIENTAÇÃO SEXUAL



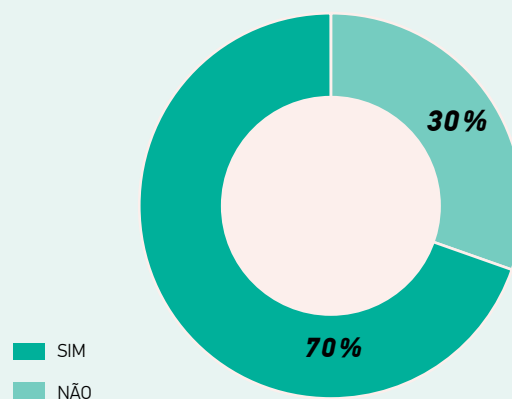
### ESTADO CIVIL



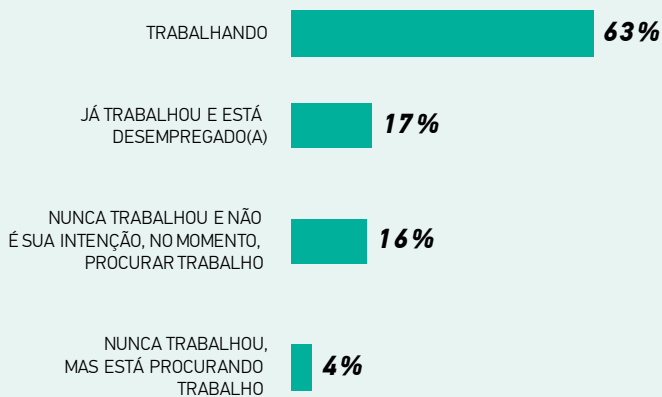
### ESCOLARIDADE



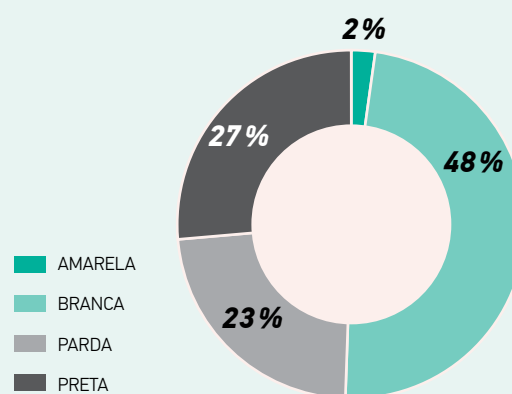
### ESTÁ ESTUDANDO?



### ATUALMENTE ESTÁ

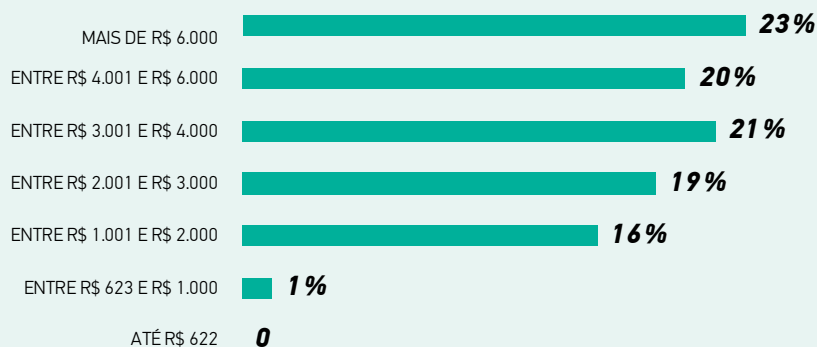


### COR / RAÇA



Perguntados(as) se moravam ou já haviam morado em favela, 16% afirmaram que sim e 64% afirmaram ter renda domiciliar total acima de R\$ 3.001,00, o que aponta um perfil mais classe média dos(as) entrevistados(as).

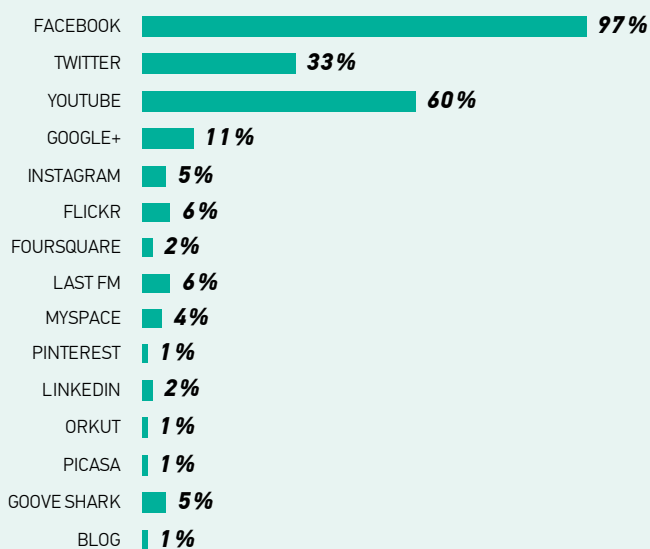
### RENDA DOMICILIAR TOTAL



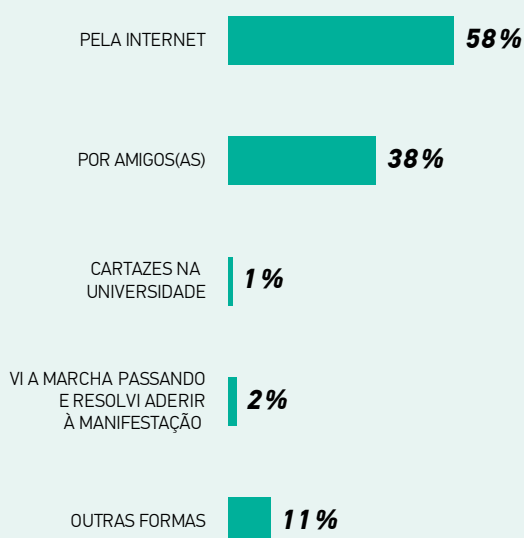


No que se refere ao uso das NTICs e participação, 78% dos(as) ouvidos(as) declararam usar muito a Internet, ao indicar as redes sociais/sites de compartilhamento que usavam, 97% disseram acessar o Facebook, seguido pelo YouTube e Twitter, com 60% e 33%, respectivamente; 89% afirmaram utilizá-la para reivindicar seus direitos. 58% dos(as) respondentes disseram ter ficado sabendo da Marcha pela Internet e, desses(as), 91% pelo Facebook, os(as) demais ficaram sabendo via *e-mail*, Twitter ou outra forma não especificada, todas as opções tiveram 4% de indicação. Assim como verificado no perfil das entrevistadas, o Facebook se apresenta como a principal ferramenta da *web* nesse estudo de caso, seguida do YouTube e do Twitter.

#### ACESSO ATUAL A REDES E COMPARTILHAMENTOS



#### COMO FICOU SABENDO DA MARCHA DAS VADIAS?



De acordo com os dados quantitativos, 41% dos(as) respondentes afirmaram não participar de nenhum grupo, organização, instituição ou movimento; sobre as formas de organização mais apontadas, era possível indicar mais de uma resposta: partidos políticos e ONGs, ambas com 17%; seguidos dos movimentos de mulheres e estudantil, com 15% e 14%, respectivamente; e movimento LGBT, com 10%. O *blog* afirma que “a *Marcha das Vadias* é uma manifestação plural, autônoma e independente de qualquer outro movimento social organizado, partido político, sindicato ou instituição governamental”. Portanto, as pessoas que participaram tanto da organização como da manifestação estão ali como indivíduos, sem representar instituições ou coletivos, assim como acontece na *Marcha contra a Mídia Machista*, o que tem caracterizado boa parte dessas marchas e movimentos mobilizados pela Internet.

É interessante notar, no entanto, que as quatro mulheres apontadas como “contatos” da Marcha no *release* disponível no *blog* tem algum tipo de participação organizada: a que entrevistamos nesta pesquisa, com 30 anos, e outra jovem, com 29 anos, são vinculadas a uma articulação feminista nacional, e duas mais velhas, uma do movimento de lésbicas e uma do movimento de travestis/transexuais e prostitutas<sup>68</sup>.

É possível perceber essa diferença de forma de organização entre a *Marcha das Vadias* e manifestações organizadas pelos movimentos feministas do Rio de Janeiro. No Oito de Março, por exemplo, a atividade dita unificada, por pretender agregar diferentes ONGs, partidos políticos e articulações do movimento, que frequentemente é uma passeata, é marcada por disputas entre esses grupos desde as reuniões de organização até a de avaliação, passando pelo evento propriamente dito. Dessa forma, minimiza-se, em grande medida, a transferência para a organização da Marcha de disputas que esses grupos têm em outros espaços. Essa característica se reflete também na condução dos eventos. Enquanto nas Marchas há uma condução descentralizada e sem grandes disputas pelo uso público da palavra, em manifestações como o Oito de Março, o microfone fica sob a responsabilidade de pessoas previamente definidas que tentam equilibrar o tempo e a quantidade de falas dos diferentes grupos presentes.

Outro aspecto interessante é que em entrevistas concedidas a Name em 2011, duas das organizadoras – a que foi entrevistada por nós esse ano e outra, uma jornalista de 35 anos que estava trabalhando em ONG – demonstraram insatisfação com o feminismo mais institucionalizado, contraposto ao exercido na Internet, de mais livre expressão e no qual as mais jovens têm seu lugar<sup>69</sup>. A primeira afirma:

*O movimento feminista real, presencial, é meio limitador. É difícil que pessoas novas com ideias novas cheguem e tenham espaço. Além de ser militante, você trabalha, tem uma vida, é difícil se dedicar. As pessoas que participam já são pessoas do meio, então não tem muita troca, não tem muitos pontos de vista, até porque muitas vêm de organizações feministas. Não é tão rico quanto na internet.*

<sup>68</sup>. Além de termos entrevistado para esta pesquisa apenas uma delas, tivemos acesso por meio da parceria com o Prof. Leo Name (Departamento de Geografia da PUC-Rio) às entrevistas em profundidade, realizadas por ele em 2011, com três dessas organizadoras e mais duas que estavam envolvidas na organização da edição da Marcha daquele ano.

<sup>69</sup>. Uma entrevistada vinculada ao *Donas da Arte* e à *Estimativa* também reconhece a Internet como uma ferramenta para o conhecimento e empoderamento das jovens, especialmente por meio dos vários espaços de discussão entre feministas de diferentes correntes do movimento.

A jornalista, por sua vez, relata:

*Na minha vivência com as feministas daqui do Rio de Janeiro, o que vejo são moças repetindo discursos dos anos oitenta. Ainda querendo demandar pautas que já avançaram. Não formamos quadros ao longo dos últimos trinta anos. Eles estão sendo formados agora, com a internet, mas eu acho que a galera “das antigas” está meio perdida.*

Por outro lado, é importante registrar que a experiência das organizadoras em outras manifestações e articulações, assim como suas redes de contatos, muitas vezes estabelecidas em outros espaços de militância,

parece ser de grande importância para a realização de eventos como a *Marcha das Vadias*, por exemplo, no encaminhamento da parte burocrática de comunicação às autoridades sobre a utilização do espaço público<sup>70</sup>.

Na edição de 2012, a Marcha do Rio, além de aparecer nas matérias nacionais publicadas em diferentes meios de comunicação, teve destaque pela polêmica gerada em torno da entrada dos(as) manifestantes no pátio de uma igreja Católica, onde uma trans teria tirado a blusa ficando com os seios expostos – o que foi duramente reprimido pela Polícia Militar, que utilizou até mesmo *spray* de pimenta contra os(as) presentes. No entanto, conforme o observado no dia da manifestação e lembrado por uma das entrevistadas, forte liderança entre transexuais, travestis e prostitutas, essa trans esteve com os seios à mostra durante todo o trajeto, do momento da concentração da Marcha em diante<sup>71</sup>.

No perfil do Facebook do evento local, nos dias que se seguiram, além das inúmeras fotos, vídeos e notícias publicadas, apresentavam-se também vários *posts* criticando o acontecido, mesmo de pessoas que apoiavam a Marcha. De acordo com a declaração de uma das organizadoras ao portal de notícias G1<sup>72</sup>, a entrada na igreja não estava planejada, “aconteceu de forma autônoma”.

### **MARCHA CONTRA A MÍDIA MACHISTA**

As articulações da *Marcha contra a Mídia Machista do Rio de Janeiro*<sup>73</sup> iniciam-se a partir das movimentações nacionais pelo Facebook, quando em 4 de agosto foi criado o evento local. Cinco horas depois, já havia quase 1 mil pessoas convidadas, aproveitando outras redes virtuais feministas a que a jovem que criou o evento e seus(suas) convidados(as) já eram conectados. No dia 28 do mesmo mês, dia da manifestação, esse número chegava perto das 6.800 pessoas, mais as quase 600 que tinham “confirmado presença” e as pouco mais de 600 que havia respondido “talvez”.

Presencialmente, ocorreram duas reuniões de organização e uma oficina de cartazes, todas realizadas na sede da *Camtra*. Conforme relatado anteriormente, enquanto ocorria a oficina de cartazes, uma das participantes que não pôde comparecer criava cartazes virtuais, atravessando tarjas sobre imagens de propagandas e capas de jornais machistas com frases do tipo: “Estupro vende camisinha?”, “Abuso sexual não é piada.” e “Mulher não é brinde.”. Todo o material produzido na oficina foi fotografado e também publicado na mesma rede social em seguida.

No dia e horário previstos para a manifestação, havia apenas duas jovens que haviam participado das reuniões realizadas previamente. A pessoa que havia criado o evento no Facebook, e que estava com os documentos comprobatórios da comunicação da manifestação às autoridades, não estava presente. Ao ser contatada, informou que tinha

**70.** Para realização de manifestações em espaços públicos no Rio de Janeiro, é necessário comunicar previamente à Prefeitura Municipal e à Polícia Militar.

**71.** Em encontros informais e em um post do seu perfil no Facebook, essa liderança afirma que como aos homens é permitido andar com o “tórax” desnudo, em situações de confronto, ela reivindica sua masculinidade legal.

**72.** Disponível em <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2012/05/marcha-das-vadias-tem-tumulto-em-frente-igreja-em-copacabana.html>, acesso em 20/10/12.

**73.** Como pesquisadora implicada com as pautas e pessoas do campo, acompanhei desde o início o grupo no Facebook e participei ativamente tanto da oficina de cartazes como da manifestação em si.


começado a trabalhar naqueles dias e que, como Copacabana ficava longe do seu local de trabalho, na Zona Norte da cidade, ela não poderia ir e não tinha como mandar os documentos.

De acordo com os relatos, no dia da Marcha, das jovens que participaram das reuniões de organização, e depois confirmado pela própria, a jovem que criou o evento no Facebook falou que nunca havia participado da organização de uma manifestação. Portanto, além de criar o evento, a única ação que havia feito até a primeira reunião, sob a orientação das participantes do grupo do Facebook de organização nacional, fora a comunicação ao Batalhão de Polícia. Ainda segundo elas, só a partir da primeira reunião buscou-se articular participantes de outros grupos e fazer o manifesto e outros materiais. É possível supor que a pouca adesão presencial à Marcha esteja relacionada à falta de amplitude das redes sociais *on* e *offline* da jovem que iniciou a organização do evento no Rio e/ou à falta de legitimidade para acionar redes feministas pré-estabelecidas, uma vez que ela nunca havia participado ou organizado uma manifestação.

Depois de alguns minutos, as poucas presentes começaram a colar os cartazes produzidos na véspera em um tapume que havia no local marcado. Outras pessoas, a maioria, jovens mulheres, foram chegando, mas estimamos que essa Marcha tenha alcançado o contingente de cerca de 50 pessoas, que acabou não saindo da local de concentração. Além disso, outras tantas que estavam de passagem pararam por alguns minutos para escutar o que estava sendo dito ou ler o que estava escritos nos cartazes. Com uma pequena caixa de som, algumas das organizadoras, boa parte delas vinculadas ao *Núcleo de Juventude da Camtra* ou à *Marcha das Vadias*, intercalavam palavras de ordem com a leitura do manifesto, produzido coletivamente entre a Internet e as reuniões presenciais, que estava sendo distribuído impresso e estava disponível no Facebook desde a véspera. No decorrer da manifestação, vimos manifestantes *postando* algumas fotos na página do evento do Facebook, assim como era possível ver, desde as primeiras a chegar, o envio de SMS que faziam, confirmando se outras pessoas estavam a caminho ou como e onde estava a manifestação, uma vez que o plano original era se deslocar por Copacabana.

Ainda que com pouca gente e nenhum contato com a mídia, estiveram presentes alguns fotógrafos de diferentes meios de comunicação – possivelmente, a organização de alguma outra cidade fez o trabalho de divulgação na mídia informando que era um evento nacional e/ou encontraram o evento na Internet. As matérias, várias fotos e um ou outro vídeo circularam no Facebook posteriormente.

A forma como a *Marcha das Vadias* e a *Marcha contra a Mídia Machista* se organizaram possibilitam algumas reflexões acerca das suas potencialidades e limites. A mobilização via redes sociais possibilita a



comunicação entre pessoas que defendem as mesmas causas, ainda que não se conheçam pessoalmente ou que estejam distantes geograficamente, assim como, em alguma medida, pode contribuir para subverter algumas hierarquias existentes em movimentos mais estruturados, como acontece com as jovens no feminismo. Facilita também a realização articulada de eventos com o mesmo caráter em várias cidades do país e até mesmo fora dele e permite que qualquer internauta dê início a uma manifestação, rapidamente alcançando pessoas além da sua própria rede e aproveitando redes criadas em outras situações afins.

A articulação nacional, por sua vez, favorece a cobertura pela mídia e garante maior visibilidade a esses eventos, por exemplo, se comparada a outras manifestações da agenda feminista. Nesse contexto, a Internet tem permitido o cruzamento de diferentes redes e grupos de forma tão rápida e ampla que seria impensável sem essa ferramenta, assim como alguns recursos do Facebook, como comunidades, eventos e grupos, abertos ou fechados, são bastante propícios para esses contatos e movimentações.

Por outro lado, conforme o evidenciado especialmente pela segunda Marcha, o fato de as pessoas estarem ali individualmente, por vezes sem conhecerem umas as outras, sem experiência prévia na organização de manifestações ou outros espaços de participação, pode potencializar problemas como falhas de comunicação e dificuldades não previstas. Assim, cabe lembrar que quem acabou assumindo a condução da *Marcha contra a Mídia Machista* foram jovens que têm uma trajetória de militância e que as organizadoras da *Marcha das Vadias* estão envolvidas em outras articulações e movimentos, que foram acionados para realização da manifestação.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Assim como o constatado em outras pesquisas, por exemplo, a *Juventude e Integração Sul-Americana* (Abramo, 2008), identidade juvenil não se revela, ao longo das entrevistas e de pesquisa *online*, relevante para a maioria das experiências pesquisadas. Ainda que elas possam ser consideradas jovens e que a maior parte das pessoas envolvidas também seja, é interessante notar que a construção de uma identidade juvenil, de modo geral, não se apresenta com um elemento significativo.


Outro aspecto interessante é que, ainda que não fosse o foco da pesquisa, duas experiências relatam dificuldades no relacionamento com o movimento feminista “tradicional”, uma por conta da participação masculina; e outra por causa da falta de espaço para jovens e pessoas novas no movimento, questões que têm sido pautadas internamente pelas jovens feministas articuladas nacionalmente.

Apesar do amplo uso das NTICs, em especial a Internet, é importante registrar que nenhuma das experiências pesquisadas abre mão de outras formas de ação pré-existentes, tais como realização de eventos presenciais, produção de panfletos e cartazes e/ou o dito “olho no olho”. Assim como para as entrevistadas a Internet é uma espaço de divulgação e mobilização para pautas que estão presentes no seu ativismo cotidiano. Ela tem se destacado também, especialmente o Facebook, na organização, divulgação e visibilidade de eventos, tanto os cotidianos como os extraordinários, tanto os aparentemente “espontâneos” como os promovidos por coletivos identificados e organizados presencialmente. Porém, não se pode perder de vista que a Internet é apenas um instrumento que potencializa ações e movimentos que estão se dando também *offline*.

O Facebook, ferramenta da Internet mais utilizada tanto pelas entrevistadas como pelos grupos, tem servido para ampliar e consolidar redes já existentes e, com seu dinamismo, possibilidades de interação e confluência de informações de outras páginas parece estar ocupando cada vez mais espaço, substituindo mesmo outras ferramentas, como *blogs*, *e-mails* e outras redes sociais, como o Orkut.

O exemplo da jovem da *Marcha contra a Mídia Machista* convida a uma reflexão acerca do que ela mesma chama de “ativismo de sofá”, que permite outras formas de adesão, ainda que simbólicas, a diferentes causas: curtindo, compartilhando ou seguindo diferentes conteúdos e iniciativas, podendo ser acompanhada, em maior ou menor intensidade de participação, em ações ou redes presenciais, nas quais a aproximação de pessoas autônomas nem sempre é fácil.

As possibilidades oferecidas pela Internet parecem muito democráticas, uma vez que é possível fazer muito gratuitamente e sem limite de conteúdo. No entanto faz-se necessário considerar que, para potencializar esse uso, é necessário um investimento razoável, que vai desde a elaboração de textos, produção de imagens, *postagens*, compartilhamentos, resposta



e manutenção do contato com aqueles que comentam ou interagem, de alguma forma, com o conteúdo publicado. Além disso, é preciso problematizar restrições, como a censura do Facebook a *postagens* com imagens e palavras consideradas impróprias e o bloqueio de alguns vídeos no YouTube em virtude dos direitos autorais de músicas utilizadas que, assim como acontece nos grandes meios de comunicação, parecem atender à exigência de controle e a interesses comerciais, contrariando a tão propagada liberdade e possibilidade de produção livre e rizomática da Internet.

# ibase.

**INSTITUTO BRASILEIRO DE ANÁLISES  
SOCIAIS E ECONÔMICAS**

Av. Rio Branco, 124 / 8º andar  
20040-916 – Rio de Janeiro – RJ  
Tel: (21) 2178-9400  
Fax: (21) 2178-9402  
e-mail: comunicacao@ibase.br

**[www.ibase.br](http://www.ibase.br)**  
**[twitter.com/ibasenet](https://twitter.com/ibasenet)**  
**[facebook.com/ibase.br](https://facebook.com/ibase.br)**

**PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO**  
Mórula Oficina de Ideias  
[www.morula.com.br](http://www.morula.com.br)

**PUBLICADO SOB LICENÇA CREATIVE COMMONS.  
ALGUNS DIREITOS RESERVADOS:**

