

Internet e Empoderamento Feminino: O Movimento em Rede do Feminismo ao Sul da América¹

Laís Modelli Rodrigues²

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, UNESP

Resumo

O artigo tem por objetivo mapear e descrever manifestações conectadas em rede de feministas brasileiras na internet. Com base nos estudos de movimentos em rede de Castells (2013), de redes sociais na internet de Recuero (2009) e das reflexões sobre um feminismo característico do Sul do continente americano de Matos (2010), foram observadas as estratégias de empoderamento e as campanhas comunicacionais dos blogs feministas brasileiros Think Olga e Universidade Livre Feminista. Como resultados, identificamos a formação da rede em um ciberespaço feminista, coletivo e solidário, que se fortalece na coletividade, e a tentativa de manutenção e expansão desta rede feminista em cada página mencionada para além dos espaços virtuais.

Palavras-chave

Internet; Redes Sociais; Blogs; Feminismo; Brasileiras

Introdução

A visibilidade que temas agendados ganham na mídia tradicional, em detrimento do silenciamento de outros, nem sempre satisfaz os receptores. Grupos sociais historicamente excluídos ou marginalizados, como o das mulheres, costumam não se sentir adequadamente representados nos meios de comunicação massivos (CERQUEIRA; RIBEIRO; CABECINHAS, 2009). Com o avanço das plataformas comunicacionais promovidas pela internet, em que receptores passam a gerar e interagir com os conteúdos (JENKINS, 2009), esses grupos vêm nas redes sociais na internet a possibilidade de promoverem uma nova organização social, de debaterem suas pautas e de reivindicarem um espaço para que suas vozes sejam ouvidas.

Em todo o mundo, movimento de mulheres tem feito uso de blogs e demais redes sociais virtuais para promover a discussão sobre a condição da mulher na sociedade para

1. Trabalho apresentado no GP Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais na América Latina, XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

2. Mestranda do Programa de Comunicação Midiática da FAAC – UNESP. Email: emailmodell@gmail.com

mulheres, entre mulheres e por mulheres. Trata-se de um novo contexto, localizado no cerne da sociedade em rede, em que a tecnologia alterou a forma de se comunicar e se organizar socialmente (CASTELLS, 2013). As redes sociais na internet permitiram que grupos diversos e sobre diversas temáticas reivindicassem seu espaço e representação:

Nos últimos anos, a comunicação em ampla escala tem passado por profunda transformação tecnológica e organizacional, com emergência de que denominei autocomunicação de massa, baseada em redes horizontais de comunicação multidirecional, interativa, na internet; e mais ainda, nas redes de comunicação sem fio, atualmente a principal plataforma de comunicação em toda parte. (CASTELLS, 2013, p.158)

Dentre as várias ferramentas comunicacionais que emergiram com a internet, os blogs representam um tipo de comunicação alternativa capaz de alargar o espaço público ao fragmentar os assuntos e focar em um tema específico, aprofundando o debate, além de serem “vigilantes atentos ao que passa nos media tradicionais” (RODRIGUES, 2006). É uma plataforma on-line focada na linguagem (RECUERO, 2009) que, mesmo que feito por meio de relatos pessoais, também são capazes de pautar e discutir temas de interesse público (MARTINO, 2014).

Desde 2010, quando surgiram os Blogueiras Negras e Blogueiras Feministas, blogs coletivos e individuais no Brasil, coordenados e mantidos por mulheres, com a temática de gênero e do feminismo, tem se despontado no cenário nacional como fonte de pesquisa, de informação e de expressão para brasileiras, organizadas ou não em movimentos feministas. Este quadro de mulheres que se manifestam e se empoderam por meio de uma rede feminista na internet certamente representa um novo momento para discussões de gênero e feminismo no Brasil. Mesmo que por muito tempo mulheres de regiões ditas ‘não centrais’ estiveram ligadas a produção de mulheres dos Estados Unidos e da Europa Ocidental (FRASER, 2007), agora latinas e mulheres de outras regiões reivindicam que suas vozes sejam ouvidas. É o que será discutido a seguir, por meio dos estudos de Matos (2010).

Com base nos estudos de movimentos em rede de Castells (2013) e de redes sociais na internet de Recuero (2009), o artigo observa todas as estratégias da Campanha Chega de Fiu Fiu, um conjunto de ações contra o assédio público contra mulheres promovido pelo blog Think Olga, e a rede colaborativa de formação e colaboração feminista MAMU-Mapa de coletivos de mulheres, realizada em parceria com o blog Universidade Livre Feminista.

1. Feminismo ao Sul do continente americano

Por décadas, feministas, acadêmicas e militantes, estiveram voltadas para a produção teórica e prática dos Estados Unidos e Europa Ocidental: enquanto a segunda onda feminista dos anos 60 teria sido desenvolvida principalmente pelos feminismos norte-americanos, a terceira onda teve os feminismos europeus como protagonistas (FRASER, 2007). Essa mudança no foco do pensamento feminista acadêmico se deu a partir do evento do 11 de Setembro nos Estados Unidos. “Incertas de como buscar justiça em relação a gênero sob as condições atuais, estamos [feminismo estadunidense] agora devolvendo o favor ao olharmos para as feministas de outros lugares buscando inspiração e orientação”. (FRASER, 2007, p.291)

Autoras latinas teorizam sobre a existência e protagonismo de um feminismo ao Sul do continente americano e ao Sul Global, com características próprias da sua região geográfica e contexto político e social, um feminismo que vai além dos padrões produzidos nos ditos países centrais. Mais que isso, um “feminismo em outra moldura (frame): do Sul para o Norte global” (MATOS, 2010, p.67).

Para pensar neste feminismo a partir do Sul, Matos (2010) recorre aos estudos de Mohanty a respeito de uma perspectiva solidária feminista “sem fronteiras”; de um feminismo que supere as barreiras da colonização Primeiro Mundo/Terceiro Mundo, em que as diferenças entre esses dois polos fossem valorizadas e compartilhadas em uma conexão solidária:

(...) a possibilidade da construção de uma solidariedade básica feminista transversalizadora de fronteiras e não-colonizadora (“a nonco-lonizing feminist solidarity across borders”), em que seriam as “diferenças compartilhadas” entre distintas perspectivas do feminismo do Terceiro e do Primeiro Mundo as responsáveis por solidificar tal base solidária. (MATOS, 2010, p.77)

Em relação ao cenário nacional, é difícil dividir a movimentação de mulheres no Brasil em décadas e datas específicas, com períodos bem demarcados, em que essas movimentações sejam exclusivamente feministas. “Porém é necessário destacar que as ‘vozes feministas’ aqui sempre surgiram diante das muitas estruturas opressoras e conservadoras, mesmo precocemente, desde o século XVII e XVIII”. (MATOS, 2010, p.79)

Considerando esta estrutura de Primeiro Mundo/Terceiro mundo presente no pensamento acadêmico e militante feminista, e preciso observar que dentro do nosso país existem diferenças entre mulheres de uma região mais desenvolvida economicamente,

como as do Sudeste, para um grupo de mulheres em uma região menos abastada, como o Nordeste. O Brasil é grande em território e diversificado em realidades sociais. Assim, a exemplo do pensamento de Matos (2010) que considera a importância de um feminismo ao Sul do continente, este artigo complementa que é preciso pensar em um feminismo dentro do Brasil que concilie e valorize as diferenças de mulheres de cada região e coloque-as em contato.

2.Blogs: comunicação alternativa e segmentada

Diversos autores definem blogs como ferramentas focadas na linguagem, na fragmentação temática, nos relatos pessoais e no aprofundamento do debate de temas de relevância pública (MARTINO, 2014; RECUERO, 2009; RODRIGUES, 2006). Assim como as novas dinâmicas comunicacionais mediadas pela internet, eles permitiram aos receptores expressarem suas opiniões e reivindicarem espaço aos temas que foram silenciados ou que raramente são agendados na mídia. “A segmentação em torno de determinados interesses é cada vez mais evidente. Os novos dispositivos de comunicação acentuam essa tendência”. (RODRIGUES, 2006, p.22).

Do ponto de vista comunicacional e da formação de rede, blogs são plataformas que permitem que a interação entre autores e leitores seja em tempo real ou não. As interações nessa rede podem se dar por várias formas: por meio de uma rede de hiperlinks, em que um blog cita o outro; por meio do compartilhamento das postagens de um blog em outras redes sociais; por meio dos comentários em cada postagem. “Em comentários de weblogs, por exemplo, muitos indivíduos colocam como endereço seu blog, embora assinem com variações de seu nome e apelido” (RECUERO, 2009, p.28). Trata-se, pois, de “comunicação e troca de informação entre as pessoas, de uma forma instantânea, independentemente da sua localização geográfica” (RODRIGUES, 2006, p.23-24).

Sobre os conteúdos, para Martino (2014), blogs transitam entre o particular e o privado e, em certos momentos, são capazes de desempenhar o papel da mídia tradicional na disseminação de informações. Foi o caso, segundo o autor, do episódio do 11 de setembro de 2011, em que os meios de comunicação buscavam informações em relatos pessoais na internet, direto com a fonte; o mesmo fez o The Guardian, em 2003, que contratou um morador de Bagdá para escrever um blog direto da zona de conflito sobre a invasão norte-americana no país.

Outro episódio que destaca a força dos blogs na sociedade atual foi o caso de Malala Yousafzai. A ganhadora do Prêmio Nobel da Paz começou sua atuação contra o grupo Talebã, que queria vetar a educação feminina no Paquistão, muito antes de 2012, quando a história ganhou repercussão mundial. Em 2009, com 11 anos, Malala foi convidada a manter um blog para a BBC Urdu, onde escrevia o dia a dia de sua vida escolar no noroeste do Paquistão. Com uma escrita focada em relatos pessoais seus e de suas amigas sobre o medo e a vontade de frequentar as aulas, a menina assinava com o pseudônimo de Gul Makai. Foi por meio do blog que a história das meninas paquistanesas impedidas de estudar ficou conhecida em todo o país; ali também Malala denunciou ter ouvido de um homem, no caminho da escola para sua casa, que seria morta.

4. Movimentos em rede e os estudos de redes sociais

Por apresentarem uma série de características em comum, os movimentos organizados em redes on-line e off-line são, para Castells (2013), um padrão social emergente no mundo todo. Trata-se de uma rede multimodal em que os atores “São conectados em redes de múltiplas formas” (p.159). O papel da tecnologia nessas redes é fundamental “por fornecer a plataforma para essa prática continuada e que tende a se expandir, evoluindo com a mudança de formato do movimento” (p.160).

Outra característica dos movimentos em rede de Castells é uma existência contínua no espaço livre da internet. Esses movimentos podem ou não ter sede ou uma ocupação no espaço urbano, mas sua existência continua está no virtual. “Por serem uma rede de redes, eles podem dar-se ao luxo de não ter um centro identificável, mas ainda assim garantir as funções de coordenação, e também de deliberação, pelo inter-relacionamento de múltiplos núcleos” (p.160).

Essas redes são horizontalizadas, não precisam de uma liderança formal; são abertas e não tem fronteiras definidas; são flexíveis e podem se reconfigurar segundo o nível de envolvimento dos atores na rede; são ao mesmo tempo locais, por começarem por motivos específicos e em contextos específicos, e globais, por estarem conectadas e interagindo com o mundo todo; são redes em que deve haver uma interação do espaço de fluxos virtuais com o espaço urbanos e simbólicos das cidades, como ruas principais e prédios conhecidos.

Este híbrido de cibernética e espaço urbano constitui um terceiro espaço, a que dou o nome de espaço da autonomia, porque só se pode garantir autonomia pela capacidade de se organizar no espaço livre das redes de comunicação; mas, ao mesmo tempo, ela pode ser exercida como força

transformadora, desafiando a ordem institucional disciplinar, ao reclamar o espaço da cidade para seus cidadãos. (CASTELLS, 2013, p.160-161)

Neste panorama teórico, não há como falar em movimentos em rede de Castells, contudo, sem abordar os Estudos de Redes Sociais na Internet. Para Recuero (2009), há inúmeras possibilidades de análise ao se utilizar dos estudos de redes sociais na internet, pois é possível estudar desde a criação das estruturas sociais até as suas dinâmicas, “tais como a criação de capital social e sua manutenção, a emergência da cooperação e da competição; as funções das estruturas e, mesmo, a diferenças entre os variados grupos e seu impacto nos indivíduos” (2009, p.21); além de “Compreender como os atores constroem esse espaço e que tipo de representações e percepções são colocadas é fundamental” (2009, p.29).

3.O feminismo brasileiro na era da internet: o caso dos blogs Think Olga e Universidade Livre Feminista

Blogs são ferramentas com potencial de empoderamento social entre os grupos historicamente marginalizados, como o das mulheres. “A questão do acesso dos elementos femininos ao meio digital tem sido uma das prioridades de actores políticos globais como a UNESCO, que consideram que se trata de uma ferramenta crucial para o empoderamento das mulheres”. (CERQUEIRA; RIBEIRO; CABECINHAS, 2009, p.114-115). Ao permitir a auto-edição e a valorização das narrativas em primeira pessoa, blogs auxiliam no empoderamento das mulheres ao colocarem-nas em contato com diferentes grupos feministas, ao ajudarem-nas a construir uma rede de conexões feminista que supera regiões geográficas e demais fronteiras físicas e ao transformarem-nas em sujeito da sua própria história.

Segundo Matos, “tem sido recorrente identificar trajetos pelos quais os feminismos parecem fluir horizontalmente”. (2010, p.69) O movimento de mulheres no Brasil, ao se organizar em blogs e redes sociais que se comunicam entre si, que citam e compartilham um ao outro, promove uma fluidez horizontal da temática na rede. Essa fluidez pode ser vista nos dois estudos de caso deste artigo: nas estratégias comunicacionais e de empoderamento dos blogs Think Olga e Universidade Livre Feminista.

A Universidade Livre Feminista, hospedada em www.feminismo.org.br, é um espaço de construção coletiva feminista interessado em divulgar ações de mulheres no Brasil, sejam movimentos e grupos com sede ou endereço fixo, ou articulado apenas na

internet. Segundo a página, cerca de 3.000 pessoas estão inscritas na rede mapeada pela Universidade Livre Feminista e quase 5.000 acessam diariamente o seu portal de notícias. São objetivos da página: Gerar, catalisar e impulsionar processos de produção de conhecimentos, aprendizagens e formação livres; facilitar conexão entre pessoas, em especial, entre as mulheres, promovendo o compartilhamento e o intercâmbio de experiências e a sua expressão em diversas linguagens; apoiar, fortalecer e colaborar para expandir a criação libertária artística, cultural e política das mulheres; fortalecer e ampliar processos de construção política autônoma dos movimentos de mulheres e feministas, de seus pensamentos e de suas lutas. Qualquer pessoa que tenha acesso a internet pode fazer parte da Universidade.

O MAMU – mapa de coletivos de mulheres, viabilizado em parceria com a Universidade Livre Feminista, é um projeto coletivo hospedado em <http://www.mamu.net.br/> e na página da Universidade Livre Feminista.

O blog Think Olga, hospedado em <http://thinkolga.com/>, é um projeto feminista criado em 2013 pela jornalista Juliana de Faria. Sua missão, segundo a página, é “empoderar mulheres por meio da informação e retratar as ações delas em locais onde a voz dominante não acredita existir nenhuma mulher”. Além da criadora, o blog hoje conta com mais duas mulheres: uma advogada especialista em Direito Digital e uma segunda jornalista que ocupa a posição de redatora-chefe.

A Chega de Fiu Fiu é a principal campanha do Think Olga. Ela compreende as ações: Artes, que reúne sete ilustradores homens e mulheres que ilustram a campanha para ajudar a promover-la pelas redes sociais; Cartilha, que explica o que é o assédio e de que maneira as mulheres podem agir ao ser vítimas de um abuso e reúne números de delegacias e outras instituições para mulheres que tenham sofrido assédio sexual nas ruas de São Paulo; documentário; mapa.

- Campanha Chega de Fiu Fiu

Começou com a publicação de uma pesquisa, realizada em agosto de 2013 com 7.762 mulheres, sobre brasileiras e assédio sexual em locais públicos. O estudo, encomenda do Think Olga a escritora e jornalista Karin Hueck, informou que: 99% das mulheres já sofreram algum tipo de assédio sexual ao longo da vida; 83% delas revelou não gostar de levar cantadas e que sentem medo quando isso acontece; 90% das entrevistadas já trocaram de roupa pensando no lugar em que iriam por medo de sofrer assédio. Em março de 2014, o

Think Olga, com base nessa pesquisa encomendada, lançou a Campanha Chega de Fiu Fiu, que tinha por objetivo lutar contra o assédio sexual em lugares públicos no Brasil. Desde o início, a principal plataforma da campanha é a internet: o blog Think Olga, as redes sociais, plataforma de financiamento coletivo online Catarse e o YouTube.

A primeira ação foi o Mapa Chega de Fiu Fiu, que reúne denúncias de locais em que houveram assédio sexual em lugar público e mapeia os pontos mais críticos das cidades brasileiras. O Mapa está hospedado no endereço www.chegadefiufiu.com.br e é construído de maneira coletiva, dia a dia, por pessoas que tenham acesso à internet e que tenham sofrido ou presenciado um assédio sexual em lugar público. No blog, é possível visualizar todo o mapa do território brasileiro e clicar nas regiões em que houve registro de assédio em lugar público ou procurar, em uma barra de pesquisa, por uma cidade especificamente e saber quais e onde foram suas ocorrências. Para registrar um caso, o usuário pode enviar as informações anonimamente. E preciso explicar aconteceu, a cidade e a rua onde aconteceu.

Baseado nos dados da pesquisa de 2013 e no Mapa Chega de Fiu Fiu, no ar desde 2014, o Think Olga lançou uma terceira ação: o projeto de um documentário sobre assédio sexual em lugares públicos contado a partir do cotidiano das mulheres. Divulgado nas redes sociais, o projeto do Chega de Fiu Fiu.doc foi financiado coletivamente por meio da plataforma online Catarse. Por meio da plataforma, em janeiro de 2015, o projeto conseguiu arrecadar R\$64.448, envolvendo 1.219 apoiadores.

Em um quarto momento, em parceria com a Defensoria Pública do Estado de São Paulo, a campanha lançou uma cartilha sobre o tema para distribuição gratuita em todo o estado. A cartilha foi estrategicamente lançada no dia 25 de novembro de 2014, Dia da Não Violência Contra a Mulher e início da campanha 16 Dias de Combate à Violência de Gênero. Além de ser distribuída de maneira física, o documento também está disponível na internet para qualquer pessoa.

Por fim, a campanha Chega de Fiu Fiu nasceu de uma observação dos resultados de uma pesquisa elaborada nos moldes de uma investigação acadêmica, com metodologias específicas do mundo acadêmico. Este diálogo entre o universo da academia e espaços da vida cotidiana se aproxima da ideia de Mohanty (2003) sobre uma política feminista trans ou intercultural.

Para Mohanty, uma “saída” possível seria, justamente, o reforço de uma política feminista trans ou intercultural (“politics of feminist cross-cultural scholarship”) que se esforçasse por construir as conexões entre o feminismo acadêmico e as organizações políticas anticapitalistas. (...) de uma ligação visceral entre as dimensões micropolíticas da vida cotidiana com aquelas do contexto macropolítico

e econômico globais, com vistas à construção coletiva de uma prática feminista transnacional e anticapitalista, constituída, justamente, a partir de organizações políticas anticapitalistas baseadas desta vez na solidariedade feminista. (MATOS, 2010, p.77, *apud* MOHANTY, 2003)

A estratégia de empoderamento em toda as ações da campanha se deu de três maneiras: todas as ações fez com que as informações do resultado da pesquisa de 2013 chegasse a um número maior de pessoas, ou seja, empoderou mulheres por meio da informação; com o uso do próprio corpo das mulheres no documentário Chega de Fiu Fiu.doc., que colocou mulheres indo e voltando do trabalho munidas de um óculos com uma microcâmara para filmar onde e como acontecem os assédios de rua, ou seja, empoderou as mulheres mostrando na pratica que essa ação pode receber um enfrentamento, que as mulheres não devem tolerar assédios de rua; ao lançar o Mapa Chega de Fiu Fiu, a campanha criou e impulsionou uma rede de conexões feministas na internet capaz de descrever e denunciar os como e onde os assédios em público tem acontecido no Brasil.

- MAMU – mapa de coletivos de mulheres

O MAMU – mapa de coletivos de mulheres - é uma rede colaborativa de formação e comunicação feminista idealizada pela pedagoga e ativista feminista Maria Carolina Machado. Trata-se de um mapa do território brasileiro que indica quais são e onde estão localizados grupos, coletivos e iniciativas feministas em todo o território, com sede física ou apenas existindo na internet. Para fazer um cadastro no mapa do MAMU, é preciso preencher um cadastro e informar qual sua ligação ou forma de atuação que envolva ações feministas.

Cada ponto no mapa do MAMU tem um perfil com nome; localização (física ou virtual); um breve texto descritivo, fornecido pela própria pessoa que fez o cadastro; uma rede social que seja sua ou a qual esteja vinculada. Para os que não tem sede ou endereço físico, mesmo assim e possível indicar um local ao qual o projeto feminista tenha nascido ou esteja de alguma maneira vinculado.

A estratégia de empoderamento no projeto MAMU se dá por meio de x maneiras: divulgando informações sobre a existência de coletivos, grupos e movimentos sociais feministas brasileiros, servindo de documento para pessoas que queiram mais informações sobre os projetos feministas ou até para pesquisadores sobre o tema no Brasil; por meio da criação de uma rede feminista que abrange tanto o espaço virtual como o espaço urbano das

idades; por meio do incentivo de conexões entre os diferentes projetos feministas brasileiros que, sem o MAMU, talvez nunca descobrissem a existência um do outro.

6. Conclusão

A Campanha Chega de Fiu Fiu, no contexto descrito anteriormente, pode ser entendida como uma arena democrática que dá a chance ao grupo historicamente excluído e marginalizado das arenas democráticas institucionais (FRASER, 2005), o grupo das mulheres, de se engajar, lutar por empoderamento e reagir contra injustiças culturalmente impostas a mulher no Brasil. O interessante do ponto de vista comunicacional desta arena democrática em que se tornou a Campanha se dá sobre o fato dela ter sido arquitetada, articulada e viabilizada por mulheres e para mulheres em um ambiente totalmente virtual, mas que não deixou de dialogar com o espaço urbano.

Mais que uma interação entre redes multimodais, na ação estratégica do Think Olga com a Campanha Chega de Fiu Fiu, vimos que a rede se expandiu e a tecnologia foi se adequando as novas necessidades da Campanha. Representa, assim, o papel da tecnologia a serviço dos movimentos em rede apontado por Castells, em que a tecnologia “tende a se expandir, evoluindo com a mudança de formato do movimento” (2013, p.160). Já a divulgação e articulação da Campanha nas redes sociais virtuais fez com que a ação fosse simultaneamente local, mostrando que as cantadas e assédios em lugares públicos e tema recorrente na vida das brasileiras, e global, por estar inserida na rede mundial que é a internet.

A presença do terceiro espaço de Castells, o espaço da autonomia, também está presente na campanha do Think Olga, desde a sua proposta até a sua concretização: a campanha nasce e se estrutura na internet por causa de uma demanda do cotidiano das mulheres vivido nas ruas, representado pelas cantadas. A campanha então se fortalece na internet, supera o medo das mulheres apontado na pesquisa que originou a campanha, e termina com um documentário de enfrentamento das mulheres aos agressores na rua. Ao final de todas as estratégias da campanha, que foi a de divulgar a pesquisa, trazer a problemática para o contexto nacional, criar um mapa colaborativo das cidades brasileiras e criar um documentário feito nas ruas a partir de situações concretas de assédio em espaço público, constatamos que a Campanha Chega de Fiu Fiu foi capaz de conectar redes na internet e ocupar o espaço urbano.

Já o mapa colaborativo de movimentos feministas no Brasil, tanto no espaço urbano como no espaço virtual, mostra uma preocupação dessas mulheres em estarem em contato e, devida a sua diversidade, saberem uma da existência da outra. Trata-se de uma ação comunicacional beneficiada pelo movimento em rede característico das redes sociais na internet (Castells, 2013; Recuero, 2012) e impulsionada pela solidariedade feminista, que da relevância e valorização reunindo as diferentes perspectivas feministas em um só espaço (MATOS, 2010 apud MOHANTY, 2003).

Outra característica importante do MAMU é a sua preocupação em, mesmo sendo um mapa virtual, de registrar a existência de movimentos feministas que estão somente dentro da internet, somente nos espaços urbanos, assim como aqueles que estão em ambos os espaços. O mapa demonstra que o movimento de mulheres no Brasil é abrangente e está organizado em redes sociais on-line e off-line. Isso configura o que Castells (2013) chamou de rede multimodal, em que os atores “São conectados em redes de múltiplas formas” (p.159). Além disso, o MAMU garante para aqueles movimentos que estão somente no off-line uma existência contínua no espaço livre da internet. Assim, este mapa demonstra que existe um movimento de mulheres e feminista atual no Brasil, forte, diversificado e presente em diversas regiões do país. O feminismo ao Sul do continente estudado por Matos (2010), ao menos no caso brasileiro, já é uma realidade que ocupa o espaço urbano e o espaço virtual.

Ambos os blogs que hospedam as campanhas aqui analisadas têm como proposta um maior diálogo entre o que autores feministas produzem nas academias. Como apontou Matos (2010) em Mohanty (2003), este diálogo entre a universidade e o movimento feminista do cotidiano, com base em um feminismo anticapitalista, seria o reforço de uma política feminista trans ou intercultural capaz de superar as fronteiras entre Primeiro e Terceiro mundo dentro do feminismo. A proposta da Universidade Livre Feminista, segundo informa o blog, se aproxima do pensamento de Mohanty ao afirmar que o projeto do blog abriga “produção de conhecimento e compartilhamento de saberes acadêmicos, populares e ancestrais, numa perspectiva contracultural feminista, antirracista e anticapitalista”.

Dois pontos essenciais dos estudos de Castells sobre movimentos em rede foram encontrados nas campanhas de ambos os blogs. O primeiro foi a manutenção de um diálogo contínuo entre ações virtuais e urbanas, conectando redes on-line com as redes off-line. O segundo, foi a manutenção e expansão dessas redes por meio do inter-relacionamento dos

múltiplos núcleos de cada rede. As características de Recuero (2009) para os estudos de redes sociais na internet também foram identificados em ambos os blogs: as duas campanhas trabalham sob a ótica da emergência da cooperação; exploram as percepções e representações dos indivíduos sobre as suas problemáticas de gênero; preveem nessa rede as diferenças entre os variados grupos e seu impacto nos indivíduos.

Ambas as iniciativas analisadas trabalham com foco no empoderamento de mulheres brasileiras por meio da difusão da informação, da mobilização da rede através da conexão e por meio da coletividade, demonstrando que a força da mudança da atual situação social desigual das mulheres no Brasil pode ser auxiliada pela união e conexão propiciada pelas ferramentas comunicacionais da internet.

Referências bibliográficas

CASTELLS, Manuel. Redes de indignação e esperança - movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2013.

CERQUEIRA, Carla; RIBEIRO, Luisa Teresa; CABECINHAS, Rosa. MULHERES & BLOGOSFERA: contributo para o estudo da presença feminina na rede. In: Ex Aequo, n19, p.111-128, n19. 2009. Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade Universidade do Minho.

FRASER, Nancy. Mapeando a imaginação feminista: da redistribuição ao reconhecimento e à representação. Revista Estudos Feministas, Florianópolis, v. 15, n. 2, p. 291-308. 2007.

JENKINS, Henry. Cultura da convergência. São Paulo: Editora Aleph, 2009.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Teorias das Mídias Digitais – Linguagens, ambientes e redes. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2014

MATOS, Marlise. Movimento e teoria feminista: e possível reconstruir a teoria feminista a partir do Sul global? In: Revista de Sociologia e Política. V. 18, Nº 36: 67-92, 2010. Disponível em: <<http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs/index.php/rsp/article/view/31628/20162>> Acesso em 11 de julho de 2015

RECUERO, Raquel. Redes Sociais na Internet. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.

RODRIGUES, Catarina. Blogs e a fragmentação do espaço público. Universidade da Beira Interior: Labcom, 2006.

Documentário Chega de Fiu Fiu - Campanha Catarse. Disponível em:
<https://www.youtube.com/watch?v=W6WL75vRwOg> Acesso em: 12 jun 2015

Mapeamento de coletivos de mulheres. Universidade Livre Feminista. Disponível em:
<http://feminismo.org.br/movimentos/> Acesso em: 12 jun 2015