

---

## **A Voz Delas: As Estratégias de Comunicação da Marcha das Vadias Recife<sup>1</sup>**

Nataly de Queiroz LIMA<sup>2</sup>  
Hélida Costa PINTO<sup>3</sup>  
Marjourie Stephanie CORRÊA<sup>4</sup>  
Faculdades Integradas Barros Melo, Olinda, PE

### **RESUMO**

Este artigo visa analisar as estratégias de comunicação adotadas pelo Coletivo Marcha das Vadias Recife para a mobilização e adesão à pauta do movimento. Mais especificamente, se buscou identificar as apropriações das redes sociais virtuais por parte das militantes do coletivo; analisar a relação da ação política destes sujeitos com as discussões acerca das políticas públicas de comunicação. O paper é resultado de um projeto de iniciação científica e utiliza os aportes de Maria da Glória Gohn, Manuel Castells, Hans Magnus Enzensberger e Graciela Natansohn, entre outros. Foi possível comprovar que a porosidade das redes possibilita o protagonismo das militantes do movimento, mas questões identitárias e de conhecimentos técnicos das redes de instrumentalidade influenciam nos processos de mobilização e produção de sentidos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Redes sociais; Marcha das Vadias Recife; Participação política.

### **1. Apresentação**

A existência de movimentos e mobilizações sociais<sup>5</sup> é um importante termômetro da democracia. Isto porque expressam, dentre outros fatores, as possibilidades existentes de debate entre os cidadãos sobre as suas realidades, e entre estes e as instituições do Estado com foco na garantia de direitos humanos e do bem estar comum, atuando para equilibrar as relações de poder existentes em um determinado contexto histórico. Tais fatores estão intimamente relacionados ao agir comunicativo enquanto possibilidade de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

<sup>2</sup> Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (PPGCOM/UFPE), professora orientadora do projeto de iniciação científica A Voz Delas: as estratégias de comunicação da Marcha das Vadias Recife, desenvolvido nas Faculdades Integradas Barros Melo, email: [queiroz.nataly@gmail.com](mailto:queiroz.nataly@gmail.com).

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Publicidade das Faculdades Integradas Barros Melo (FIBAM), email: [helidacostapinto@gmail.com](mailto:helidacostapinto@gmail.com)

<sup>4</sup> Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Jornalismo das Faculdades Integradas Barros Melo (FIBAM), e-mail: [marjourie.stephanie@gmail.com](mailto:marjourie.stephanie@gmail.com)

<sup>5</sup> Para Maria da Glória Gohn, a instantaneidade e a instrumentalidade características do modelo de sociedade em rede tem modificado o sentido dos movimentos sociais: “A categoria movimento social tem sido substituída, pela abordagem de vários analistas, pela de mobilização social (...), voltada para a ação coletiva que busca resolver problemas sociais diretamente, via mobilização e engajamento de pessoas” (GOHN, 2010, p. 28).

ação coletiva sobre o real (HABERMAS, 1987). As formas de interação entre estes sujeitos são determinantes para se pensar as estruturas de poder vigentes na sociedade e em uma instância macropolítica para levar a cabo estratégias de mudança social visando a promoção de uma vida digna e justa para mulheres e homens.

A história social ensina que não existe política social sem um movimento social capaz de impô-la, e que não é o mercado, como se tenta convencer hoje em dia, mas sim o movimento social que civilizou a economia de mercado, contribuindo ao mesmo tempo, enormemente, para sua eficiência (BOURDIEU, 2001, p. 19).

Neste contexto, os processos comunicativos estão no cerne das possibilidades dos coletivos sociais incidirem sobre a realidade. Pensar as estratégias de comunicação adotadas pelos movimentos na sociedade em rede é parte essencial para entender o sentido político das reconfigurações socioeconômicas e o próprio significado do que é fazer movimento social na atualidade. Está-se diante de um cenário complexo, paradoxal e em constante mudança, o que torna o estudo das relações anteriormente citadas desafiante e necessário.

As novas mídias sociais, operadas on-line, com destaque para a mediação da internet, estão mudando a forma das pessoas se relacionarem, abrindo acesso a fontes de conhecimento e a formas de construir a democracia, mas também fornecem todos os elementos para a construção de novas formas de controle social. Em termos de tempo histórico, é muito cedo para afirmações apocalípticas, celebrando ou negando (ou ignorando) o potencial que essas mídias colocam para a ação humana em geral e ação coletiva em especial (GOHN, 2013, p. 52).

Acrescenta-se que o que está posto – apesar de não ser o foco desta pesquisa – coloca em cheque, inclusive, o lugar (e talvez a legitimidade) do jornalismo nos padrões tradicionais enquanto mediador das discussões na esfera pública. Há uma forte crítica dos movimentos sociais que se articulam em redes de sociabilidade ao monopólio dos grupos comerciais de mídia, os quais historicamente mantiveram parte dos temas pautados por aqueles sujeitos à margem de suas produções massivas. Além disto, parece existir um entendimento de que o lugar de produtor de conteúdos e sentidos é algo vital para o empoderamento de diversos grupos e segmentos sociais. Todas estas imbricações tornam ainda mais relevantes para o campo da Comunicação Social se debruçar sobre as estratégias de comunicação adotadas pelos movimentos na sociedade em rede.

---

A evolução de um simples meio de distribuição para um meio de comunicação não é um mero problema técnico. Ela é evitada conscientemente, por boas ou más razões políticas. A diferenciação técnica entre emissor e receptor reflete-se na divisão do trabalho entre produtores e consumidores da sociedade; esse mecanismo adquire intenso contorno político na indústria da consciência. Em última análise, essa evolução reside na contradição básica entre classes dominantes e dominadas (de um lado, o capital monopolista ou burocracia monopolista e, de outro, as massas dependentes). (ENZENSBERGER, 2003, p. 17)

É neste contexto que o presente artigo, resultado de um projeto de iniciação científica das Faculdades Integradas Barros Melo, teve como objetivo analisar as estratégias de comunicação adotadas pelo Coletivo Marcha das Vadias Recife para a mobilização e adesão à pauta do movimento. Mais especificamente, se buscou identificar as apropriações das redes sociais virtuais por parte das militantes do coletivo; analisar a relação da ação política destes sujeitos com as discussões acerca das políticas públicas de comunicação.

Esta pesquisa teve caráter qualitativo e analítico. Como produção de conhecimento em ciências sociais, e diante da complexidade do assunto referente às redes sociais e as novas formas de mobilização social utilizando plataformas virtuais, o anteprojeto adota a perspectiva de combinação de métodos: (1) análise bibliográfica e documental das produções (incluindo as do movimento); (2) entrevista semi-estruturado com os participantes da Marcha das Vadias Recife; (3) Acompanhamento sistemático das produções de conteúdos e ações do grupo via redes sociais entre os meses de maio a setembro de 2016.

A adoção de tal perspectiva de pesquisa parte do pressuposto que existem características comuns nos grupos virtuais de mobilização social, as quais podem ser desnudadas por meio da combinação de métodos e procedimentos de pesquisa e que podem contribuir para desvendar as problemáticas comunicacionais que estão postas com o advento da sociedade em rede.

## **2. A Marcha das Vadias Recife**

A Marcha das Vadias é um movimento internacional iniciado em 2011, no Canadá, após um policial, durante uma palestra, ter orientado as mulheres a não se “vestirem como vadias”. Segundo ele, assim evitariam estupros. A fala desastrosa,

vinda de uma autoridade de segurança, levou milhares de pessoas às ruas de Toronto e, pelas redes, o chamamento teve eco em diversas partes do mundo. O movimento *Slut walk* rapidamente se difundiu, se consolidando, naquele mesmo ano, com a organização de coletivos em Los Angeles, Nova York, Buenos Aires, São Paulo, Distrito Federal e Recife. Inicialmente, a principal bandeira esteve fincada no repúdio à violência de gênero, em especial a sexual, e à culpabilização das vítimas por parte do Estado e da própria opinião pública.

O primeiro ponto de reivindicação é a ressignificação do termo ‘vadia’. Somos constantemente chamadas de vadias, putas e vagabundas pelo simples fato de exercermos nossa sexualidade livremente e por sermos seguras de quem somos. Se, no momento que nos declaramos livres, liberadas, felizes, conscientes e seguras sexualmente, somos vadias, então somos todas (e queremos ser todas) vadias, pois não existe nada mais libertador e bonito do que ser livre, ter amor próprio e consciência do próprio corpo. Ser mulher é uma luta diária em nossa sociedade machista. (MARCHA DAS VADIAS, 2014)<sup>6</sup>

Em maio de 2012, as brasileiras voltaram às ruas para a segunda edição do movimento, e em 25 de maio de 2013, a terceira edição da Marcha das Vadias ocorreu, simultaneamente, em diversas cidades do país: São Paulo, que reuniu cerca de 1.500 manifestantes; Belo Horizonte, onde estiveram 1.000 participantes; Recife, que contou com 2.000 pessoas; e Florianópolis, que reuniu aproximadamente 1.000 manifestantes. Outras marchas aconteceram em datas diferentes em várias regiões do país, como Rio de Janeiro, Brasília, Curitiba, São Luís, Bahia, Amapá, Fortaleza, Vitória, Goiânia, Cuiabá, Aracajú, Porto Alegre, entre outras. (CARDOSO, 2013)

A Marcha das Vadias tem, assim, a particularidade de ter um fio condutor comum, de cunho identitário, relacionado às questões de gênero, mas se manifesta de formas distintas em iniciativas auto-organizadas em cada um dos territórios onde acontece. Em geral, se tratam de articulações mobilizadas por redes sociais digitais, aglutinadoras de sujeitos autônomos, não vinculados necessariamente a um movimento ou organização da sociedade civil, porém que repudiam a discriminação e a violência com recorte de gênero. No Recife, a Marcha se iniciou em 2011, a partir da iniciativa de um homem. O protagonismo feminino veio pouco tempo depois, não sem a resistência daquele.

<sup>6</sup> MARCHA DAS VADIAS RECIFE. **Sobre.** Disponível em: [https://www.facebook.com/pg/MarchaDasVadiasRecife/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/MarchaDasVadiasRecife/about/?ref=page_internal), acessado em 26 de dezembro de 2016, às 22h49.

Em 2013, é criado o Coletivo Marcha das Vadias Recife (CMVR), um grupo não formalizado, atualmente composto por 18 integrantes, que mantém uma dinâmica de reuniões regulares e responsabilidades partilhadas entre suas integrantes, ainda que não haja líderes assim denominadas. Tal característica estende as ações, em geral, pontuais do movimento *Slut walk*, as quais acontecem uma vez ao ano e, em alguns casos, como o da capital pernambucana, organizam outro evento internacional conhecido como One Billion Raise (Um bilhão que se ergue), cujo mote também é o enfrentamento da violência sexista contra a mulher. Com o Coletivo organizado é possível marcar presença em outros debates em pauta na agenda pública, incidindo ativamente nessas discussões, como no caso de estupro coletivo de uma jovem no Rio de Janeiro, gravado e compartilhado nas redes sociais, em 2016.

As reivindicações do CMVR se voltam a um mosaico de direitos negados às mulheres em diversas frentes: direitos sexuais, direitos reprodutivos, vida sem violência, direitos econômicos, entre outros. O manifesto divulgado em 2014, e mantido como apresentação da iniciativa até a presente data, nas peças de comunicação do coletivo, dá a devida dimensão da amplitude da pauta:

(...) Por isso, queremos todas as bandeiras na nossa marcha!

- A bandeira da luta contra a violência sexual, a submissão, a exploração do corpo da mulher. A luta contra o conservadorismo que nos diz que, se não quisermos ser estupradas, não devemos provocar.
- A luta contra o moralismo, que nos diz que não podemos usufruir de nossa sexualidade, sensualidade e beleza. Contra o machismo que impede que a mulher seja livre e impõe que seja apenas um objeto.
- O feminismo, renovado, que acolhe as mulheres e orienta na melhor forma de exercer a feminilidade, com força, determinação e respeito.
- A cidadania, que busca a criação de políticas públicas efetivas de proteção aos direitos da mulher, que puna agressores e estupradores.
- O fim do preconceito contra os grupos LGBT, pelo respeito às diferentes formas de orientação sexual.
- A assistência às prostitutas, maiores vítimas de violência e agressão sexual, pelo reconhecimento profissional e por uma condição mais digna, sem exploração.
- O apoio às mulheres agredidas, que tenham a segurança de que o Estado irá defendê-las de seus agressores.

Se você também não concorda com uma sociedade que aplaude piadas sobre estupro, que segue lideranças que afirmam que, se a mulher foi estuprada, é porque de alguma forma ela consentiu, que banaliza a agressão física, moral e sexual, marche conosco. (MARCHA DAS VADIAS, 2016)<sup>7</sup>

7

MARCHA DAS VADIAS RECIFE. **Sobre.** Disponível em: [https://www.facebook.com/pg/MarchaDasVadiasRecife/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/MarchaDasVadiasRecife/about/?ref=page_internal), acessado em 26 de

Em 2016, cerca de três mil pessoas participaram da 6ª edição da Marcha das Vadias Recife. Em um ano marcado por consideráveis embates e retrocessos políticos e sociais, em especial nos direitos das mulheres e segmento LGBT, o evento atingiu o maior público desde sua primeira aparição. Um fato de notável apelo, o estupro coletivo de uma estudante no Rio de Janeiro, ocorrido na mesma semana, pode ter potencializado o chamado público e, de fato, foi referendado em diversas passagens da caminhada, com gritos de luta como “quando eu acordei, tinha 33 homens em cima de mim”. É válido considerar que a quantidade de pessoas não intimidou as investidas de transeuntes e ambulantes, que entraram na passeata para assediar mulheres cis e transgêneros. Pelo menos quatro vezes a caminhada foi interrompida por eventos do tipo. Tais fatos dão a devida dimensão da atualidade das discussões acerca das relações de gênero e da pertinência da ação da sociedade civil em tempos de informação abundante, mas também de cegueira política e de manifestações despuídas de ódio aos grupos historicamente excluídos.

O cerne das reivindicações da Marcha das Vadias tem a ver com o direito ao corpo das mulheres e com os filtros simbólicos que justificam os lugares de poder desiguais aos quais estão as mulheres submetidas.

Marchamos porque a mesma sociedade que explora a publicização de nossos corpos voltada ao prazer masculino se escandaliza quando mostramos o seio em público para amamentar nossas filhas e filhos; marchamos porque durante séculos as mulheres negras escravizadas foram estupradas pelos senhores, porque hoje empregadas domésticas são estupradas pelos patrões e porque todas as mulheres, de todas as idades e classes sociais, sofreram ou sofrerão algum tipo de violência ao longo da vida, seja simbólica, psicológica, física ou sexual. (MARCHA DAS VADIAS, 2014)

Na sociedade em rede, as redes sociais e as plataformas virtuais de interação possibilitaram um reordenamento das estruturas de poder na sociedade: abriram espaços para a produção e reprodução de conteúdos hegemônicos e contra-hegemônicos, para a emergência de novos sujeitos políticos, ampliaram o leque temático da agenda pública, inclusive impulsionando mudanças estruturais no jornalismo (como o jornalismo-cidadão) e se apresentam como instrumentos importantes para a consolidação da democracia. Isto porque a participação social, elemento-chave da democracia, se constrói na esfera pública, na capacidade de diálogo de um determinado grupamento

humano. Os processos comunicativos reiteram sua importância: “o poder na sociedade em rede é o poder da comunicação” (CASTELLS, 2009, p. 85).

No centro desta discussão, na qual Castells insere a emergência dos *Mass self communication* (2009)<sup>8</sup> e de novos sujeitos promotores de mudanças sociais, as relações de poder seguem fortemente vinculadas a três entes conhecidos: o mercado, que cria as bases tecnológicas e estruturas hegemônicas da sociedade em rede; os Estados que as devem regular e, em alguns casos, financiam a construção de tecnologias possibilitem o acesso universal dos cidadãos a elas; e os cidadãos comuns que também podem criar plataformas virtuais com códigos abertos, se articular em comunidades ainda que seus membros não se conheçam *offline*, e atuar massivamente na produção de conteúdos interferindo diretamente na agenda pública, sem a necessidade dos históricos mediadores e formadores de opinião pública, os jornalistas.

### 3. As redes sociais da Marcha das Vadias Recife

As redes sociais virtuais são os principais espaços de comunicação/interação com a sociedade para a Marcha das Vadias Recife, apesar de não serem os únicos. São nos perfis em redes que o coletivo desenvolve parte considerável de suas ações comunicativas, no entanto, o tratamento dado às postagens parece apontar para um uso mais estratégico e sistemático dos canais nos períodos que antecedem a caminhada da Marcha das Vadias e os debates preparatórios para a mesma, ou ainda quando acontecem fatos de considerável repercussão pública e que exigem um posicionamento político, a exemplo de casos de estupro, violência contra a mulher ou mesmo, pela votação de reformas como a trabalhista e a previdenciária. Sobre a dinâmica das postagens, uma das entrevistadas explica: “Não há, assim, uma pessoa que fique exclusivamente com a atualização das redes sociais. A gente sempre faz um pouco de tudo. Uma das meninas gosta mais desta frente e é ela quem mais posta, mas toda postagem passa pelas outras também” (R.F., entrevista concedida em 2016)

<sup>8</sup> Para Castells, os *mass self communication* ou a auto *comunicación de masas*: “es comunicación de masas porque potencialmente puede llegar a una audiencia global, como cuando se cuelga un vídeo em YouTube, un blog con enlaces RSS a una serie de webs o un mensaje a una lista enorme de direcciones de correo electrónico. Al mismo tiempo, es autocomunicación porque uno mismo genera el mensaje, define los posibles receptores y selecciona los mensajes concretos o los contenidos de la web y de las redes de comunicación electrónica que quiere recuperar. Las tres formas de comunicación (interpersonal, comunicación de masas y autocomunicación de masas) coexisten, interactúan y, más que sustituirse, se complementan entre sí. Lo que es históricamente novedoso y tiene enormes consecuencias para la organización social y El cambio cultural es la articulación de todas las formas de comunicación en un hiperrexta digital, inerracrivo y complejo que integra, mezcla y recombina *en su diversidad* el amplio abanico de expresiones culturales producidas por la interacción humana” (CASTELLS, 2009, p. 88).



A Marcha das Vadias Recife possui uma fanpage no Facebook com mais de 12 mil curtidas; um perfil no Instagram, com 1.166 seguidores; uma página no twitter, com pouco mais de 400 seguidores; e um blog desatualizado desde 2014. Em todos os espaços é possível observar grandes *gaps* entre postagens ao longo do ano. Os dois perfis onde os períodos de desatualização são menores estão situados no Facebook e no Instagram. Na primeira rede, isso se deve, aparentemente, ao uso combinado que as integrantes do CMVR, o qual funciona como espaço para veiculação de conteúdos e interação com a sociedade, assim como uma estrutura auto-organizativa, onde, por meio de um grupo fechado tomam decisões rápidas sobre as postagens, debatem ações políticas e posicionamentos públicos. No segundo caso, pela agilidade dos posts no Instagram, o qual não exige grande produção.

Há um outro dado a ser considerado, existem inúmeros vídeos da Marcha das Vadias Recife no Youtube, mas os canais que desaguam este material, em geral, são pessoais, seja das integrantes do próprio Coletivo Marcha das Vadias Recife, ou de militantes pontuais, ou de grupos que atuam com audiovisual e filmam os atos públicos como forma de apoio à causa. Também existem materiais postados por empresas jornalísticas.

Todos os anos, pessoas, empresas e organizações procuram o CMVR se colocando para colaborar, voluntariamente, na construção de uma narrativa audiovisual ou fotográfica do movimento. Assim, grupos de fotógrafos e de audiovisual assumem a cobertura do evento, no entanto, antes são realizadas reuniões entre organizadores e comunicadores. Os produtos finais do trabalho devem ser apresentados ao CMVR antes de ser veiculado. Apesar de incipiente, essa parece ser uma tentativa de driblar as adversidades, advindas nesse caso, da ausência de conhecimentos técnicos na área de comunicação e de recursos financeiros, em prol da construção de uma narrativa própria não mediatizada pelas estruturas das empresas jornalísticas comerciais.

A relação com as empresas jornalísticas é secundarizada diante das atribuições que as integrantes do Coletivo têm na organização da marcha, além da já citada, desconfiança com a abordagem advinda das narrativas jornalísticas tradicionais, em especial dos programas policiais.

A gente manda uma pauta quando alguma mana que tá colaborando com a marcha diz que vai mandar voluntariamente. A gente não tem muito tempo, todo mundo trabalha, todo mundo tem vida pessoal. Cada uma faz um pouco de tudo e aí também há um problema nesse



---

exercício de horizontalidade: onde todo mundo é responsável por tudo, ninguém diz essa é minha função, essa é minha missão, ninguém é responsável, especificamente, por nada. (R.F., entrevista concedida em 2016)

Para além da relatada sobrecarga das organizadoras, a superficialidade da cobertura jornalística em relação à Marcha não atende a demanda de promoção do debate público sobre os direitos das mulheres, assim como pode corroborar com a construção/manutenção dos estereótipos de gênero e com o processo de criminalização dos movimentos sociais. Veloso, Vasconcelos e Cardoso (2015), ao analisarem a cobertura da Marcha em 2015, ano em que o movimento, apesar de pacífico, entrou em confronto com ambulantes devido ao assédio sofrido por mulheres que marchavam na Avenida Conde da Boa Vista, área central do Recife, identificaram essas tendências, ademais do deslocamento do foco principal do ato para a narrativa da confusão ocorrida. Tal reorganização das prioridades factuais acontece sem que haja, sequer, uma discussão sobre o assédio sexual – motivadora do ato e dos conflitos evidenciados.

É possível inferir que as notícias veiculadas sobre as Marchas das Vadias nos portais pernambucanos ficaram restritas a cobertura do evento, sem aprofundar a discussão acerca de uma maior totalidade dos problemas enfrentados pelas mulheres e sem oferecer, prioritariamente o espaço para que as porta-vozes dos protestos possam assumir seu lugar de sujeito político também na comunicação. O ponto que teve maior destaque foi a violência contra a mulher, com a publicação, em algumas matérias, de dados e informações adicionais sobre o fenômeno. No entanto, não houve espaço para discussão das causas e do impacto dessa violência, bem como apresentação de medidas, por parte das autoridades competentes, para enfrentar o problema. (VELOSO; VASCONCELOS; CARDOSO, 2015, p. 13)

Se, por um lado, tal dado sobre a cobertura midiática reitera a importância da produção de conteúdo nas redes sociais, por outro, a análise dos perfis da Marcha revela uma face desmitificadora da participação política nas redes virtuais: não basta estar conectado para utilizar as ferramentas virtuais em toda a sua potencialidade. É preciso conhecimento dos seus códigos, das bolhas comunicacionais e é preciso tempo para investir em produção de conteúdo e em interação, só assim é possível falar para além dos pares que já estão convencidos da relevância da pauta em causa. Neste ponto, a questão da identidade de gênero se mostra como um elemento a ser considerado na pesquisa sobre a participação política por meio/nas redes virtuais.

---

A possibilidade de difundir informação a custos mínimos, o funcionamento colaborativo em rede associado à inteligência coletiva, tudo isso favoreceria - pelo menos em teoria - um ambiente comunicacional mais favorável ao desenvolvimento da igualdade de direitos e oportunidades entre todos e todas. Porém, o desenvolvimento das tecnologias não escapa às relações de poder que produzem desigualdades e contradições nas dinâmicas de acesso, uso, desenho e produção das TIC's entre homens, mulheres, brancos, negros, pobres e ricos. (NATANSOHN, 2013, p. 16)

Tal dado é válido para evitar fetichizações e para demarcar o papel das identidades nos usos das redes e nas políticas comunicacionais adotadas pelos movimentos na luta por direitos.

#### 4. Conclusões

As redes sociais virtuais foram apropriadas pela Marcha das Vadias Recife como espaços para engajamento e, principalmente, para tornar públicas as suas pautas e posicionamentos acerca dos direitos das mulheres. Esta pesquisa, no entanto, demonstrou que tais usos não se deram de forma instrumentalizada nem estrategicamente planejada, demonstrando que a adoção de perfis em algumas redes se vincula mais a uma dinâmica peculiar dos novos movimentos sociais, os quais radicalizam a máxima do reconhecimento dos sujeitos políticos por meio do seu protagonismo na construção de sentidos acerca de si e possibilitada pelas novas estruturas e semânticas da sociedade em rede, bem como, se associa a uma nítida descrença nas instituições políticas tradicionais da esfera pública, o que inclui a mídia.

A escolha da internet como veículo de comunicação se deu a partir de suas características: 1. técnicas, por se tratarem de suportes estruturados previamente, os quais não exigem conhecimentos de programação e possibilitam a produção de conteúdos a baixo ou nenhum custo em diversos formatos; 2. funcionalidade e aparente liberdade para a produção e difusão de discursos, os quais não se coadunam, necessariamente, com o ideário hegemônico e comercial dos *mass medias* tradicionais; assim como, 3. pelo reconhecimento das redes sociais como parte da nova esfera pública: espaço de sociabilidade, de lazer e de importantes decisões políticas, as quais impactam na política institucionalizada do Estado.

A comunicação, neste marco, mais do que uma ferramenta de publicidade de causas e instituições, se apresenta como natural ao processo político de exercício

cidadão do protagonismo de sujeitos que pleiteiam engajamento para as suas pautas e atenção às suas demandas. Porém, como processo sociocultural, a comunicação, em qualquer plataforma técnica, se estabelece por meio de protocolos de produção de sentidos, nos quais as identidades são elementos de reconhecida importância, tanto para a elaboração dos discursos quanto para a interpretação dos mesmos. Assim, as identidades de gênero se mostraram elementos que devem ser considerados na análise dos usos das redes sociais. Visivelmente, a Marcha fala para mulheres e são elas, quase exclusivamente, as pessoas que compartilham e expandem as suas mensagens.

Estar nas redes requer, igualmente, entender como funcionam cada uma das estruturas (Facebook, twitter, youtube, etc) e estabelecer redes, formar vínculos interacionais, iminentemente comunicativos, culturais e identitários, que requerem tempo. Um investimento alto e nem sempre possível para as mulheres com duas múltiplas jornadas diárias. Tal dado foi reportado nas entrevistas e explicou os *gaps* entre postagens. A pesquisa, assim, concluiu que a participação e o ativismo na rede depende de uma série de estruturas e variantes que vão além da mera tecnologia disponível.

#### 4. Referências

BOURDIEU, Pierre. **Contrafogos 2: por um movimento social europeu**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2009.

\_\_\_\_\_. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

\_\_\_\_\_. **Comunicación y poder**. Madrid: Alianza Editorial, 2009.

ENZENSBERGER, Hans Magnus. **Elementos para uma teoria dos meios de comunicação**. São Paulo: Conrad Editora, 2003.

GOHN, Maria da Glória. **Sociologia dos movimentos sociais: indignados, Occupy Wall Street, Primavera Árabe e mobilizações no Brasil**. São Paulo: Cortez, 2013

HABERMAS, Jurgen. **Teoria de la acción comunicativa I - Racionalidad de la acción y racionalización social**. Madri: Taurus, 1987.

NATANSOHN, L. Graciela (Org.). **Internet em código feminino**. Teorias e práticas. E-book. Ed. em português revista e ampliada.. 1. ed. Buenos Aires: La Crujía, 2013.