
Redes Digitais e Redes de Empoderamento ¹

Bárbara Daiana da Anunciação NASCIMENTO²

Vilbégina Monteiro dos SANTOS³

Universidade do Estado da Bahia, Conceição do Coité, BA

RESUMO

O artigo aborda a relação entre poder comunicacional (Castells, 2015) e a contribuição para o fortalecimento de minorias sociais, que estabelecem redes de empoderamento no ciberespaço. A partir desta estrutura favorável, as redes sociais tornam-se solo fértil para determinados grupos, no caso específico deste estudo os formados por mulheres negras. A compreensão desse processo se alicerça na Teoria do meio, a teoria *two-step-flow* e análises de textos que tratam das relações dentro e fora do mundo virtual, ambos retirados do livro *Teoria das Mídias Digitais* de Luís Mauro Sá Martino, além das obras *A sociedade em Rede* e *Redes de Indignação e Esperança: Movimentos Sociais na Era da Internet* de Manuel Castells. Portanto, este artigo, busca justificar o fenômeno da representatividade de mulheres negras, formadoras de opinião, que acontece com o suporte das mídias digitais.

PALAVRAS-CHAVE: Redes digitais, Performance, Estética negra, Mensagem, Empoderamento.

Introdução

Dentro de um contexto histórico e social a representação de mulheres negras na formação cultural nacional foi negada. Particularmente, nos meios de comunicação e no cenário musical, um dos aparatos culturais que mais recebe visibilidade e prestígio, essa representação não é significativa. Atualmente, o número de artistas negras que encorpam o stream midiático tem aumentado. Esse sutil crescimento contribui no processo de empoderamento de muitas outras mulheres negras.

Nesse sentido, a legitimação desse movimento é importante, pois ganha força com o auxílio das redes sociais, que além de ampliar o acesso de pessoas, garante uma diversidade de informação e referências, possibilita o compartilhamento de informação

¹ Trabalho apresentado na DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 5 a 7 de julho de 2018.

² Graduanda em Comunicação Social com habilitação em Rádio e Tv da Universidade do Estado da Bahia (UNEB - Campus XIV). Membro do Grupo de Estudos Promoção à Igualdade Racial, e-mail: babianunciacao@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Rádio e TV da UNEB, e-mail: vilbegina@hotmail.com

com muito mais facilidade e rapidez, além de um alcance incalculável. A comunicação tem um poder enorme de transformação social e é nesse ponto que a rede de empoderamento se estabelece, a partir desse poder atrelado às vivências, representatividade e troca constante de informação, que os grupos se organizam.

Neste artigo, abordaremos as teorias e os conceitos que contribuem com esse debate e funcionam de base argumentativa para falarmos sobre as estruturas de grupos sociais formados por mulheres negras no ambiente virtual e como esse espaço influencia no movimento de saída da invisibilidade, justamente pelo poder que é transferido para essas mulheres que tornam-se suas próprias referências.

Para isso, abordaremos a teoria do Meio, de McLuhan, a teoria two-step-flow e a ideia de formador de opinião, de Lazarsfeld. Depois discutiremos sobre o poder da comunicação e as estruturas em redes baseada em sentimentos, a partir da leitura de obras de Castells (2015, 2013) e por fim, traremos as ideias de fãs e organizações em grupo, baseadas na produção de Sá Martino, além da análise crítica de Batista e Barreto sobre a relação do movimento de mulheres negras com a internet.

Corpo e Mensagem

Um dos tabus de algumas teorias da comunicação, que compreendem apenas os meios tecnológicos e técnicos como instrumentos e objetos de estudos, é o senso comum de que mídia é a mesma coisa que meio de comunicação. Essas concepções anulam ou diminuem a credibilidade do corpo como signo, menosprezando ainda, o poder de transformação, de produtor e decodificador de mensagens que tem o cérebro humano; uma vez que o corpo está em constante troca de mensagens com o meio inserido e o cérebro em constante decodificação de mensagens.

De acordo com Marshal McLuhan, “o meio é a mensagem”, o meio que é o condutor da mensagem. Neste trabalho próprio corpo é entendido como o meio, logo, o corpo é a mensagem. Na Teoria do Meio, McLuhan (apud Martino, 2014) o foco está nas propriedades do meio de comunicação. Essa teoria busca compreender as características específicas de cada meio de comunicação e como ele interfere no cotidiano das pessoas. Por exemplo, como as pessoas constroem hábitos comportamentais a partir da utilização de determinado meio de comunicação.

Partindo da premissa que o corpo o meio de comunicação, objeto desse estudo, nos alicerçamos em Crhistine Greiner (2003) ao afirmar que o corpo não é recipiente de informação, nesse sentido,

“(...)importa ressaltar é a implicação do corpo no ambiente, que cancela a possibilidade de entendimento do mundo como um objeto aguardando um observador. Capturadas pelo nosso processo perceptivo, que as reconstrói com as perdas habituais a qualquer processo de transmissão, tais informações passam a fazer parte do corpo de uma maneira bastante singular: são transformadas em corpo.(...)” (GREINER, 2003, p.5)

Após o processo de interpretação e decodificação da mensagem a informação torna-se corpo, é a estrutura básica da relação corpo e ambiente, fortalecendo assim, a ideia de que: o corpo é a mensagem. Essa ideia trazida por Greiner elimina qualquer possibilidade de tratar o corpo como apenas mais um meio de comunicação.

McLuhan(1973, p. 23), por sua vez, afirma que “o meio que configura e controla a proporção e a forma das ações e associações humanas.” Na concepção do autor do processo comunicacional: o meio é a mensagem. O autor destaca cada canal, de envio da mensagem, e classifica como detentor de particularidades que podem causar mudanças no comportamento das pessoas, mudanças sociais.

A teoria do meio de McLuhan se preocupa mais com o meio do que com o conteúdo. Para ele, uma mesma mensagem pode ser produzida de formas diferentes a depender do meio em que ela será transmitida. Para o autor, o meio transmissor da informação como um elemento determinante na comunicação.

O autor afirma que os meios influenciam na compreensão da mensagem, interferem no conteúdo de alguma maneira. Isso quer dizer que:

“ Este fato, característico de todos os veículos, significa que o “conteúdo” de qualquer meio ou veículo é sempre um outro meio ou veículo. O conteúdo da escrita é a fala, assim como a palavra escrita é o conteúdo da imprensa e a palavra impressa é o conteúdo do telégrafo. Se alguém perguntar, “Qual é o conteúdo da fala?”, necessário se torna dizer: “É um processo de pensamento, real, não-verbal em si mesmo.” Uma pintura abstrata representa uma manifestação direta dos processos do pensamento criativo, tais como poderiam comparecer nos desenhos de um computador. Estamos aqui nos referindo, contudo, às conseqüências psicológicas e sociais dos desenhos e padrões, na medida em que ampliam ou aceleram os processos já existentes. Pois a “mensagem” de qualquer meio ou tecnologia é a mudança de escala,

cadência ou padrão que esse meio ou tecnologia introduz nas coisas, humanas.” (MCLUHAN, p.22)

Outro aspecto importante trazido por McLuhan é a consideração das tecnologias como extensões do corpo humano. Essa afirmação trazida em sua obra *Os meios de comunicação como extensões do homem* (1984), permite fazermos análises sobre a relação do homem com a própria internet, destacando os processos comunicacionais.

Podemos ver no cotidiano que a nossa relação com as tecnologias, principalmente comunicacionais, estão cada vez mais íntimas, necessárias e dependentes. Para McLuhan, todas as tecnologias precisam ser compreendidas como extensões humanas. O autor explica essa afirmação da seguinte maneira: “A necessidade de amplificar as capacidades humanas para lidar com vários ambientes dá lugar a essas extensões tanto de ferramentas quanto de mobiliário.” (MCLUHAN, 1984, p.90). Ou seja, nossas necessidades sociais ou biológicas relacionadas à amplificação de capacidades, são completadas pelas tecnologias, nossas extensões.

Dessa forma, mesmo com a interferência dos meios, que no nosso caso é a própria mensagem, pois nos interessa falar sobre o corpo e suas performances, compreende-se que a mensagem a partir de qualquer tecnologia, da internet e/ou das redes sociais, “injeta” determinada mudança no ambiente, nas relações humanas. Por isso, conseguir interpretar as mensagens do ambiente significa ter domínio sobre a comunicação e consequentemente ter sucesso para qualquer implicação. Através da comunicação é possível ter acesso à qualquer resultado almejado e principalmente ao poder pessoal.

A Comunicação Tem Poder (de transformação)

Manuel Castells em sua obra *O poder da Comunicação* (2015) afirma que é a mente humana o espaço de construção de poder. Dessa forma, o autor introduz suas argumentações sobre a existência de uma batalha para influenciar a mente humana e assim ter, cada vez mais, poder. Segundo ele, existem duas maneiras de ostentar todo esse domínio: através do monopólio da violência e através da construção de significados. A construção de significados, portanto, é efetivada através dos meios de comunicação.

Ainda de acordo com Castells (2015), os organismos de dominação estão numa nova fase dentro do que se denomina: sociedade em rede. Nessa nova fase o poder é

multidimensional, o que ocasiona as “batalhas de comunicação” que acontecem nos territórios livres, ou seja, as redes de comunicação possíveis graças ao advento da Internet.

Com a Internet, a autocomunicação⁴ é possível e a comunicação, que até então era monopolizada, para que o poder ficasse concentrado, acontece com um modo de produzir, ter acesso e compartilhar informação/conteúdo sem mediação; existindo através das redes sociais, que por sua vez, como meio de comunicação é individual e coletiva ao mesmo tempo, com a vantagem do alcance gigantesco e de uma super rapidez que revolucionaram a forma como as pessoas e as organizações comunicam entre si.

Nessa constituição de autocomunicação e poder, a articulação dos grupos que se manifestam contra as imposições estéticas, por exemplo, se fortalecem ainda mais. Castells (2015) aborda essa temática, para ele as “relações de poder podem ser alteradas por atores sociais que têm como meta mudanças sociais” (p. 21) e se organizam para enfrentarem as regras pré-estabelecidas pela sociedade buscando mudanças sociais.

O que o autor chama de atores sociais são os indivíduos de forma geral, comunidade, que mobilizados podem tornar-se uma estrutura de contra poder, fortalecendo-se nas indignações pela falta de representação (principalmente) nos espaços de poder, de comunicação. Para Castells (2015), o poder é “o processo mais fundamental na sociedade, já que a sociedade é definida em torno de valores e instituições e o que é valorizado e institucionalizado é definido pelas relações de poder” (p. 57)

Na obra *Redes de Indignação e Esperança: Movimentos Sociais na Era da Internet* (2013), Castells destaca a importância de se compreender os movimentos sociais enquanto agentes transformadores sociais, destaca também o papel da comunicação no processo de compartilhamento de significados e troca de informações. Com base numa análise abrangente e retrospectiva, tem-se que os movimentos estão reconstruindo a esfera pública no espaço de autonomia elaborado a partir da interação entre localidade (espaço físico) e redes de internet (espaço virtual), reconstrução esta, que só pôde ser percebida justamente por causa da interação. “O espaço do movimento é sempre feito de uma interação do espaço dos fluxos na internet e nas redes de comunicação sem fio com o espaço dos lugares.” (CASTELLS, 2013, p. 160).

⁴ Segundo Manuel Castells, no livro **O Poder da Comunicação** (2015), auto comunicação é a capacidade de cada pessoa ter seu próprio espaço dentro do cyber espaço, e então ter a autoridade de criar redes, ter acesso aos fluxos de mensagens, dentre outras funções. Ser autônomo, dentro de um espaço dominado por empresas.

Somando o poder da autocomunicação à transformação social, que só é possível com a estrutura de sociedade em rede, com a mobilidade e com a fluidez da ideia de tempo e espaço que internet possui, pode-se acrescentar a ideia de Formador/Líder de opinião. Os líderes de opinião formam o setor da população que é mais ativo, mais decidido e que tende a gerar atitudes partilhadas pelos outros componentes do grupo social pertencente. Realçando dessa maneira, o papel de mediador entre os meios de comunicação e os outros indivíduos menos participativos.

As redes sociais apresentam-se como caminho que os movimentos sociais tomaram para ampliar suas estratégias, o que funciona. Dessa forma, os canais no *Youtube* e blogs desempenham um papel fundamental para o movimento social e àqueles que estão à frente desses canais e blogs também, pois representam as angústias, os sentimentos, de muitas pessoas. Castells (2013) destaca ainda a relevância de emoções relacionadas a busca por justiça, engajamento e superação. O que representa a identificação com a indignação ou com qualquer outro sentimento, ali mostrado no canal/blog de forma “sincera e honesta”, que atrai muitas outras pessoas independente de idade e/ou local, mas que comungam das mesmas ideologias.

Castells (2013) afirma ainda que

(..).Podemos estar observando a ascensão de novas formas de transformação social. E se elas forem diversas em suas práticas graças a diferenças de contextos, poderemos sugerir algumas hipóteses sobre a interação entre cultura, instituições e movimentos. (p. 49)

Essas mudanças estão acontecendo com os movimentos sociais e ativismos em geral, esses grupos por sua vez, se empoderaram a partir do domínio da comunicação e passa a ter nas redes sociais digitais um local para resignificar as suas demandas.

Assim também acontece com as mulheres negras que sentiam falta de representação e que com o suporte das redes sociais passaram a encontrar espaços específicos, no ambiente virtual, para compartilhar informação e compreender as diversas performances da estética feminina negra.

Desde o surgimento que a performance transita entre os meios de comunicação, aproveitando o espaço para construir métodos próprios de troca de informação, se estabelecendo em ambientes diversos a partir das novas formas de comunicação. Além disso, os corpos, formados pela troca de informação e pelo poder inseridos sobre eles, durante ou após a ação performática podem também criar configurações comunicativas.

O processo comunicacional estabelecido pelo e no corpo pode ser veiculado, portanto, assim como todo e qualquer outro tipo de comunicação, por diferentes tipos de mídias e uma influenciar, surgir, incorporar, a outra, dando maior carga significativa à mensagem. Essa relação da performance com a mídia é tão intensa que podemos associá-la, em alguns pontos, à concepção de *artemídia*, a demonstração da criação artística contemporânea.

Santaela em seu texto *Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano* (2003) discute sobre os efeitos da cibercultura no comportamento humano, para a autora a relação com o computador modifica a cultura e a arte. Segundo a autora:

O computador está recodificando as linguagens, as mídias, as formas de arte e estéticas anteriores, assim como criando suas próprias, a relação entre imersão e velocidade, a dinâmica frenética da WWW, com seus sites que pipocam e desaparecem como flores no deserto, a vida ciborg, o potencial das tecnologias vs. a viabilidade do mercado, os mecanismos de distribuição, a dinâmica social dos usuários, a contextualização desses novos processos de comunicação nas sociedades do capitalismo globalizado são alguns dos temas que aparecem na ponta do iceberg, deixando entrever as complexidades que aí” (SANTAELA, 2003, p. 28)

Aqui não interessa pensar no computador como ferramenta de transformação, mas sim a linguagem oferecida pela internet e a partir daí pensar nos novos comportamentos criados pela relação com a cibercultura. Podemos compreender como o corpo e as performances tendem a se adaptar à meios diversos, e como a arte é um movimento que acompanha as tecnologias de cada geração.

Cada vez mais os artistas utilizam aparatos tecnológicos em suas produções, sejam computadores, câmeras, aplicativos, programas, projetores de imagens ou equalizador para voz, além de utilizar para divulgação. Ou seja, a arte está fortemente equipada de tecnologia, que não está à serviço da arte de forma inativa, realizam intervenções pré-concebidas com seus respectivos conceitos em relação aos resultados.

No entanto, a *artemídia* estuda sobre a arte influenciada e direcionada pela tecnologia, e nesse trabalho trataremos de como a performance de mulheres negras pode ganhar maior proporção e divulgação com o auxílio da internet, que não deixa de ser uma tecnologia.

O acesso à Internet aumentou de forma significativa, as pessoas passaram a ter mais informação, interatividade e meio de comunicação mais adequado. Nesse embalo de interatividade e conexões online é possível modificar ambientes.

Formador de opinião e organização da coletividade na era digital

Um formador de opinião, por exemplo, pode influenciar e até mesmo modificar a opinião de outras pessoas em relação à conteúdos diferentes como educação, política, alimentação ou qualquer outro assunto. O formador de opinião é um influenciador que existe em qualquer espaço social, seu posicionamento e forma de influenciar as pessoas pode ganhar uma extensão bem maior com a internet e a possibilidade de mais pessoas terem acesso à internet e ao conteúdo que está nela.

A ideia de *two-step-flow* de Lazarsfeld (2009) divide o processo comunicacional em duas etapas: a primeira com pessoas politizadas, que tem um contato maior com os meios de comunicação, os conhecidos líderes de opinião e na segunda etapa, esse líderes repassavam as informações que tinham acesso para o grande público, que depende desse compartilhamento para ter acesso a informações. Assim o líder de opinião é uma figura importante na sociedade e que tem grande poder em mãos. O líder ou formador de opinião foi discutido por Lazarsfeld em 1940, numa pesquisa durante uma campanha eleitoral norte-americana, e nessa produção ficou evidente que algumas pessoas tinham grande influência no voto de outras pessoas, diferente do que se era esperado, pois se investia muito nos meios de comunicação de massa. Então,

Observaram que o rádio e o jornal impresso pareciam ter efeitos desprezíveis na atual decisão dos votos e particularmente efeitos muito pequenos na mudança da decisão de votos [...] Para investigar esse problema atenção particular foi oferecida para aquelas pessoas que mudaram sua intenção de voto durante campanha. Quando essas pessoas eram perguntadas sobre o que tinha contribuído para a decisão delas, a resposta era: outras pessoas (LAZARSFELD; KATZ, 2009, p. 31, APUD MORAIS; OLIVEIRA, 2015, P.15).

Se desde 1940 observa-se os indivíduos que influenciam, de alguma maneira, o comportamento e/ou opinião de outras, com o advento da Internet esse indivíduo formador de opinião ganha mais visibilidade e mais poder.

É importante entender que os líderes de opinião e o fluxo comunicativo a dois níveis (*two-step flow of communication*) formam, pois, apenas a estrutura de um sistema simples: uma dinâmica que gera a formação da opinião pública – em que os *mass media* estão incluídos – e que o resultado tem que ser atribuído também às redes de interações que unem as pessoas.

Por se reconhecerem nos sentimentos apresentados por determinados canais no *Youtube*, por exemplo, algumas pessoas se identificam com as propostas exibidas. Essa identificação acaba acontecendo com muitas outras pessoas, o que transforma esse movimento numa rede com o canal e/ou *youtuber*. Por isso, será destacado neste trabalho o quanto essas redes de sentimentos, a partir das redes sociais, são necessárias.

Formar opinião não é uma função ou possibilidade apenas para professores ou jornalistas, todos nós somos formadores de opinião em potencial. O que acontece é que com o grande *boom* dos blogs e canais no *YouTube*, e a multiplicação rápida de informação que a internet garante, muitas pessoas são atingidas pelos líderes de opinião digitais, os influenciadores ou ainda os *digital influencer*.

Com esse “fenômeno” digital os formadores de opinião habituais estão dividindo espaço com as novas referências, que além de utilizar bastante a Internet, tem, nesse ambiente, diversidade de conteúdos e espaços para a diversidade de representantes desses conteúdos. Como é o caso da visibilidade das performances de mulheres negras que através da estética se comunicam com o ambiente, tornando-se referência e formadoras de opinião, levando informação e poder a mais mulheres.

Através do processo de empoderamento das mulheres negras, muitas vezes estimuladas e organizadas em coletivos por meio do feminismo negro, já é possível perceber alguns avanços significativos, principalmente entre jovens negras urbanas, no que se refere à aceitação e ressignificação da sua estética.

Grande parte das mulheres negras que compartilham as performances de cantoras negras, por exemplo, passam a admirá-las, sentem-se representadas e muitas vezes tornam-se fãs. Os fãs “formam comunidades, nas quais compartilham seus materiais e discutem temas relativos aquilo que gostam. Em certos casos, com uma riqueza de detalhes e conhecimentos.” (MARTINO, 2014, p.157), peças importantes para a disseminação de ideias. Uma vez decodificada por eles a mensagem, é a vez deles compartilharem informação, e muitas vezes se apropriam tanto do discursos que seus corpos passam a emitir as mesmas mensagens que suas referências.

Nesse contexto, muitas fãs, admiradoras começam a criar comunidades, espaços de convivência em comum para trocarem informação, dividir experiências, falarem e serem ouvidas por outras mulheres que compreendem suas trajetórias e necessidades. Com a internet esses espaços ganham outros formatos, se ampliam, aumentam a capacidade de atingir mais pessoas. As conexões, literalmente falando, possibilitam

visibilidade às cantoras *performers*⁵, como também àquelas mulheres que as ‘seguem’, são fãs, se empoderam através delas e tomam para si o modo de se portar, performar.

Essas mulheres que se empoderam, se apropriam dos discursos, não são de modo algum pessoas influenciáveis e passivas, diferente dos receptores de décadas atrás, ou pelo menos, do que se compreendia sobre os receptores. Hoje compreende-se que esse público de receptoras se comporta de maneira a ser:

Mais do que ser influenciado de modo acrítico pelos meios de comunicação, as pessoas se apropriam, muitas vezes de maneira altamente pensada, das mensagens da mídia. O nome dado aos indivíduos diante da tela também mudou: se eram pensados como “massa”, agora eram “receptores” e mesmo “fruidores”, isto é, aquele que “frui”, “desfruta” de uma mensagem. (MARTINO,2014, p.157)

Martino aborda, dessa maneira, o comportamento dos fãs em relação à televisão e cinema, no entanto com a internet e canais de vídeos, blogs e sites, não é diferente, as pessoas se apropriam das mensagens midiáticas, sejam elas virtuais ou corporais. Os receptores não formam uma “massa” amorfa, os grupos que se sentem representados por essas mulheres (cantoras negras *performers*) são tão críticos que percebem quem, o quê e porque pode lhes representar e a partir disso, legitimam a carreira das artistas.

Em relação a forma que esses produtos comunicacionais influenciam a vida das pessoas, Mauro Sá Martino (2014) elaborou uma tabela em que foram elencadas as reações do receptor: em relação à Indústria Cultural temos um receptor passivo; em relação à cultura das mídias temos um receptor ativo, que articula e em relação às mídias digitais, temos um receptor que é uma audiência produtiva, criativa. Justamente essa audiência produtiva que interessa para esse trabalho.

Por muito tempo as pesquisas sobre essa temática consideraram os produtos e as recepções na perspectiva de articular a vida cotidiana com a Indústria Cultural, porém aqui o foco é a relação do público a partir das mídias digitais e respectivamente à organização social desse público.

Martino (2014) também fala que as pessoas organizadas em grupos conseguem bastante força para as ações políticas e culturais, o autor cita como Shirky (2012, apud

⁵ Performer – Artista performático. Palavra estrangeira comumente utilizada no português como: "para realizar" = para realizar uma performance.

Martino 2014) aborda a atuação dos grupos formados em nossa sociedade e o quanto a existência deles ajuda na compreensão de mundo. Ele define algumas características interessantes que devem ser conhecidas, como a noção de que:

É no grupo que acontece a circulação de ideias, de notícias e informações, mas também de demandas políticas e sociais. Criado a partir de laços que podem ter origens diversas - a família, um time de futebol, a vizinhança —, o grupo tende a ser o catalisador para as ações. (MARTINO, 2014, p.143)

O grupo, portanto, baseando-se na circulação de informação, consegue cooptar e incentivar a tomada de decisões e realização de ações. A internet potencializa essas ações, pois a possibilidade delas serem vistas em grupo é muito maior do que individualizada. No espaço virtual essa junção de ideias de pessoas com interesses em comum, com a mesma concepção de representatividade e a mesma forma de interpretar as mensagens, tornam-se referenciais.

Outro ponto interessante é que a internet facilita o encontro de pessoas que tem a mesma opinião, querem as mesmas coisas, e dessa forma “agiliza” a formação de grupos. Depois da junção desses pensamentos e ideais, os indivíduos deixam de ser únicos e passam a ser coletividade. Como o ciberespaço não tem limites territoriais, os grupos podem atingir muitos lugares e pessoas, o espaço digital proporciona a convivência com um número ilimitado de pessoas e de troca de informação. Além disso:

A junção entre tecnologia, ação e vínculos sociais aponta um cenário no qual as ações coletivas não podem apenas ser pensadas de maneira mais rápida, como também um maior número de pessoas pode ser agregado a esta ação. A velocidade e a potência dos agrupamentos aumenta também a capacidade de ser visível aos olhos de outras pessoas. (MARTINO, 2014, p.143)

Para esse movimento de visibilidade em demandas sociais, a junção da feitura de ações com a internet tem grande potência e alcança o objetivo de difundir ideias, de se comunicar com outras pessoas.

As mulheres negras brasileiras de forma organizada e política, através do feminismo na maioria das vezes, tem conseguido grandes feitos a partir da sua extensão às redes sociais, com isso muito mais mulheres foram alcançadas e foi possível que muito mais mulheres negras se identificassem com os projetos, ideias, e todo o movimento torna-se cada vez mais fácil de ser compartilhado, literalmente.

A força das redes(sociais) de mulheres negras

As autoras Laila Thaíse Batista de Oliveira e Renata Barreto Malta no texto *Enegrecendo as redes: o ativismo de mulheres negras no espaço virtual (2016)*, elucidam sobre o fato de que durante muito tempo as mulheres negras foram impossibilitadas de contar as suas próprias histórias, desconheciam histórias semelhantes ou de mulheres que a representassem, porém após o surgimento de novas maneiras e meios de comunicação, essas histórias que por muito tempo foram silenciadas, passaram a ser contadas e disseminadas.

Blogs, sites, canais no *YouTube* e redes sociais no geral, facilitam a formação de uma circuito de informações e compartilhamento delas. Agora a *performance* e o estabelecimento básico da comunicação ganham outras formas e ampliam o nível de alcance.

Desde o período colonial e a vigência do sistema escravista no Brasil, que as mulheres negras procuram formas de resistência. Compartilhar as ideias dessas performances representativas que temos na contemporaneidade é resistir. A partir desse contexto histórico e social é que a discussão sobre a vida das mulheres negras brasileiras torna-se possível, além de tornar significativo, por isso é importante destacar:

como, através das redes sociais, os discursos e narrativas desse segmento têm saído da invisibilidade, ganhado notoriedade entre os mais diversos públicos e, com isso, tornado visíveis as suas demandas relacionadas ao combate ao racismo e ao machismo cotidiano. (BATISTA;BARRETO, 2016, p.60)

As redes sociais tonaram-se o canal para disseminar convicções, mobilizar e sensibilizar outras mulheres negras. De acordo com Castells (2013), as sociedades estão cada vez mais estruturadas ao redor de redes comunicacionais que, por sua vez, transformam o meio em que estamos inseridos. Como as redes têm uma expansão ilimitada, facilita o processo de alcance e de compartilhamento, além da flexibilidade, que já é marca da cultura contemporânea, em que há trocas online (à nível global) de informação e materiais simbólicos.

Batista e Barreto (2016) completam dizendo que:

As práticas comunicacionais da cibercultura **são** inúmeras e muitas delas inéditas, impactando a sociedade de forma singular. A cooperação é um ponto chave na cibercultura, já que o compartilhamento de

informações de todo tipo constrói processos coletivos e dá forma a diversos espaços midiáticos, os quais entusiasma os indivíduos com a possibilidade de produzir informação e receber informação multidirecional. Percebemos, então, que a cibercultura intensifica o saber compartilhado e a distribuição e a apropriação dos bens simbólicos. A difusão da cultura local e tradicional modifica as relações sociais e reforça as influências mútuas. (p.61)

As possibilidades e os modos de agir dentro da cibercultura são várias, como disseram Batista e Barreto, por isso esse trabalho aborda os processos comunicacionais através de performances e de como as performances da estética negra e feminina ganham mais destaque e repercutem muito mais a partir da cooperação, mencionada na citação acima.

As mulheres que se identificam com esse movimento começam a compartilhar, vídeos, textos, fotos e mais, compartilham ideologias, compartilham a forma de se posicionar, de falar, de se vestir. “Esses fenômenos estão ocorrendo dentro do feminismo negro através da inserção de mulheres negras, jovens em sua maioria, em ações no ciberespaço.” (Batista e Barreto, 2016, p.54), pois só a partir desse passo foi possível que mulheres negras, de diferentes lugares de origem ou situação financeira, se apropriassem de bens simbólicos que representem a estética negra e/ou que se percebessem nas performances de cantoras, por exemplo.

A “cibercultura intensifica o saber compartilhado” (Batista e Barreto, 2016, p.61) facilitando a criação de coletivos, grupos em redes sociais, dando possibilidades inúmeras de organização de grupos. Essa peculiaridade da cibercultura é palco para um fenômeno conhecido como ciberativismo:

(...)estratégia que persegue a mudança da agenda pública, a inclusão de um novo tema na ordem do dia da grande discussão social, mediante a difusão de uma determinada mensagem e sua propagação através do “boca a boca” multiplicado pelos meios de comunicação e publicação eletrônica pessoal. (UGARTE, 2008, p. 55)

Essa mudança na agenda pública é um espaço propício para inserção e difusão dos debates sobre raça e gênero, visto que é preferível que essas questões sejam abordadas juntas para tratarmos de estética da mulher negra, que é historicamente repelida. A partir disso os movimentos em rede, conectados através da internet, ampliam a capacidade de atuação e transformação social/cultural. Castells (2013) Acredita no potencial

multiplicador da conectividade e no seu alcance para além de fronteiras e diz que essas representações e grupos de pessoas que se identificam, conseguem ser mais que mera representatividade, tornam-se agentes transformadores da sociedade.

A população negra, também após o ingresso à universidade, está vivendo um momento de intensidade nas reivindicações para ocupar espaços seus por direito, são incorporadas à esse movimento as novas formas de expressar e compartilhar informação, ou seja, internet e mídias digitais. Espaço bem aproveitado por estudiosas (ou não), ativistas, artistas, cantoras negras, que tem a mesma vontade de dividir suas experiências com outras mulheres para que a partir desse contato, mais mulheres consigam enfrentar o racismo e o machismo.

Esse partilhar de experiências:

têm contribuído para a formação de uma rede onde outras mulheres negras conseguem se enxergar e buscar meios para enfrentar esses problemas que também estão presentes nos seus cotidianos. Além disso, as narrativas, quando compartilhadas, conseguem fortalecer e estimular mulheres de todo o país a escrever suas próprias histórias. Esse mesmo ativismo tem auxiliado a modificar o cenário das relações raciais no ambiente virtual, mas também fora dele. O faz ao conseguir, através da mídia alternativa, que a grande imprensa pautar de forma mais frequente e intensa as questões raciais. Com isso, acreditamos, provoca importantes transformações sociais, políticas e culturais na nossa sociedade. (BATISTA;BARRETO,2016, p68)

Essas narrativas que as autoras citam existem e fazem sentido em formas diversas, como por exemplo, na leitura e na decodificação do corpo, de gestos, olhares, de performances. As nossas vivências são absorvidas pelo corpo, que a todo momento troca informação com o ambiente, essa forma de se comunicar ganha amplitude com o advento da internet e redes sociais, que por sua vez, auxiliam no processo de compartilhamento e atinge muito mais mulheres, um dos principais objetivos de muitas performances de cantoras negras, que escolhem determinadas cores, ritmos e letras para que suas composições atinjam mais mulheres. Acaba se estabelecendo aí, um ciclo formativo em que uma mulher negra fortalece a outra.

Quando mulheres negras ocupam um espaço de visibilidade, como o que o ambiente da música proporciona, o ciberespaço possibilita que outras mulheres negras as vejam cantando, dançando, interpretando em clipes, e que elas decodifiquem essas mensagens e se identifiquem, se empoderem

REFERÊNCIAS:

BATISTA, Laila Thaíse de Oliveira; BARRETO, Renata Malta. **Enegrecendo as redes: o ativismo de mulheres negras no espaço virtual.** Revista gênero – NITERÓI – 2016.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

CASTELLS, Manuel. Medeiros, Carlos Alberto. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet.** 2013. Rio de Janeiro: Zahar

MARTINO, Luis Mauro Sa. Teorias das mídias Digitais. Linguagens, ambientes e redes. Petrópolis, Vozes: 2014.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** Tradução de Décio Pignatari. 4º ed. São Paulo: Cultrix, 1974.

MORAES, Gislane da Conceição Lima Camelo de; OLIVEIRA, Thamyres Sousa de. **O novo líder de opinião e sua atuação no facebook e twitter.** Intercom. Rio de Janeiro, 2015.

GREINER, Christine. **A dança como Estratégia Evolutiva da Comunicação Corporal.** LOGOS 18: Comunicação e Artes, 2003.

SANTAELA, Lúcia. **Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano.** Revista FAMECOS. Porto Alegre, 2003.

SHIRKY, C. **Lã vem todo mundo.** Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

UGARTE, David de. O Poder das Redes. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=dt1Huhttps://books.google.com.br/books?id=dt1Hu5Cj5gC&pg=PA77&lpg=PA77&dq=estratégia+que+persegue+a+mudança+da+agenda+pública,+a+inclusão+de+um+novo+tema+na+ordem+do+dia+da+grande+discussão+social&source=bl&ots> Acessado em: 25/11/2017.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação.** Lisboa: Editora Presença, 2006.