

*Research Paper*

**O ativismo inserido no ciberespaço: uma análise da página ‘Feminismo sem demagogia – Original’.**

*Activism inserted in cyberspace: An analysis of the fanpage ‘Feminismo sem demagogia – Original’.*

Marco Túlio Pena Câmara\*

**RESUMO**

Com o alcance global da internet e a possibilidade de interconexão oferecida por ela, lutar por uma causa também passou a fazer parte do universo online. Este artigo estuda o ciberativismo feminista através da análise da página do Facebook “Feminismo sem demagogia – Original”. A partir de autores como Primo, Recuero e Santaella, o estudo analisa as interações estabelecidas no ciberespaço, tendo as novas mídias como protagonistas de mudanças nas relações sociais. O trabalho objetiva relacionar o ciberativismo ao estudo da recepção na construção da identidade feminista. Por meio da análise qualitativa dos comentários nos *posts*, pode-se observar que as publicações das redes sociais têm relação direta com a formação de identidade e aprimoramento das relações sociais dos seus usuários, que se identificam com o conteúdo. Sendo assim, é possível afirmar que a página analisada atua no ciberativismo, pois promove a discussão, relação e identificação dos membros em suas publicações.

**Palavras-chave:** Ciberativismo; Interação; Facebook; Feminismo.

\* Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Brasil. E-Mail: marcotuliocamara@gmail.

## ABSTRACT

With the global reach of the internet and the possibility of interconnection offered by it, fight for a cause also became part of the online universe. This article studies the feminist cyberactivism by analyzing the Facebook page "Feminism without demagoguery - Original". From authors such as Primo, Recuero and Santaella, the study analyzes the interactions established in cyberspace, and new media as protagonists of change in social relations. The work aims to relate the cyberactivism to the reception study on the construction of feminist identity. Through qualitative analysis of comments on posts, it can be observed that the social networking publications are directly related to the formation of identity and enhancement of social relations of its members, who identify with the content. Thus, we can say that the page analyzed operates in cyber activism, because it promotes discussion, relationship and identification of members in their publications.

**Keywords:** Cyberactivism ; Interaction; Facebook; Feminism.

**Received on:** 2016.09.20

**Approved on:** 2016.12.16

Evaluated by a double blind review system

## 1. INTRODUÇÃO

Graças à tecnologia, lutar por uma causa deixou de significar apenas ir às ruas com cartazes e gritos de ordem. Com o amplo acesso e ilimitada divulgação, as redes sociais se tornaram palco de militância por parte dos grupos ativistas. Por meio de *posts*, imagens e comentários, o usuário da internet pode se tornar um militante com mais alcance global que manifestantes que, outrora, tomavam as ruas em protestos (Santos & Barros, 2015).

De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia de 2015, encomendada e divulgada pela Secretaria de Comunicação do Governo Federal, quase metade dos brasileiros usa a

internet regularmente. Destes, 32% dedicam atenção exclusiva, ou seja, não realizam nenhuma outra tarefa enquanto estão conectados (comer, conversar ou assistir televisão, por exemplo). Nesse cenário, as redes sociais são as campeãs de acesso. 92% estão conectados por meio delas, com o Facebook ocupando o posto de primeiro lugar, com 83%, ficando bem à frente do Whatsapp, que ocupa a segunda colocação com 58% de acessos.

Diante desse crescente e importante cenário de uso do site de rede social digital<sup>1</sup> Facebook, a rede social não é utilizada somente como simples conexão entre amigos, mas também promove a interação entre pessoas de diferentes localidades, possibilitando a organização de grupos no ciberespaço (Santos & Barros, 2015). Nesse contexto, o ciberativismo surge com a proposta de “conscientização através da internet, aprimorando a atuação de grupos e ampliando as técnicas tradicionais de apoio” (Rigitano, 2003).

Prova disso é o crescente número de adeptos à causa feminista, principalmente pelas redes sociais. A propagação mais facilitada dos ideais, aliada ao amplo poder informacional da internet, contribui para o ativismo digital, que, como define Dieminger e Oliveira (2015) “confere ao cidadão que ele seja influente nas mudanças da agenda pública, lançando-o como sujeito transformador histórico-social através de qualquer demanda por direitos”.

A apropriação das redes sociais no movimento feminista é mais que a simples divulgação do tema. Passa a ser fonte de informação e orientação da luta contra a hegemonia machista (Santos & Barros, 2015). As autoras ainda defendem que “o próprio uso do ciberespaço como espaço de militância ainda está em desenvolvimento, pois a cada dia se ganha novas ferramentas e formas de apropriação” (Santos & Barros, 2015 p. 6). Maia (2002) apresenta as redes cívicas como o encontro de ideais nesse espaço virtual, tornando-se “fundamentais para promover a politização de novas questões, modificando formas de comunicação, representação e interpretação de problemas na sociedade” (p. 53). É dessa maneira que se produz e dissemina o discurso anti-hegemônico, pois inclui setores considerados periféricos, colocando-se como principal marca da democracia.

---

<sup>1</sup>Recuero (2014, p. 16) define *sites* de redes sociais como “ferramentas que proporcionam a publicação e construção de redes sociais”. Falaremos mais sobre esse tema no próximo capítulo.

Além disso, tais páginas servem de refúgio de vítimas da cultura machista, com denúncias e desabafos, amparados por outras internautas, promovendo, ainda, maior divulgação e conhecimento das desigualdades sofridas no cotidiano. Nesse contexto, as novas mídias propiciaram maior difusão e discussão das causas ativistas, especialmente o feminismo, onde os usuários trocam informações, experiências e buscam maior conhecimento e identificação, contribuindo, assim, para a construção da identidade.

O movimento feminista não é novo. Historicamente marcado pela luta por liberdade, o feminismo busca sobretudo a denúncia da desigualdade de gênero (Pinto, 2010). O poder de reivindicação tem crescido em escala global nos últimos anos, facilitado pela interconexão das mulheres pela tecnologia informacional (Dieminger & Oliveira, 2015). Santos e Barros (2015) concordam que o advento das novas tecnologias de informação e comunicação colabora nesse processo. Elas acreditam que, com a evolução da sociedade, o ato de reivindicar também ganhou releitura, de forma natural. Isso ocorre devido à fusão dos espaços, já que “o ciberespaço é uma extensão do social e não uma realidade paralela descolada do que vivemos fora do ambiente digital”.

Diante dessa nova realidade, este trabalho pretende pesquisar a construção da identidade feminista, com o ciberativismo, a partir de *posts* e comentários da página de Facebook “Feminismo sem demagogia – Original”. Tomando como base as formas de interação que a rede social presume, pretende-se analisar como ocorre o ativismo online e como ele é recebido pelos seus usuários que interagem com a página e o tema, levando em consideração que todo discurso é moldado por ideologias, cerceado pelos valores pré-adquiridos e o contexto ao qual o enunciante está inserido (Silva, Leite & Gomes, 2013)

## **2. A RECEPÇÃO NAS REDES SOCIAIS**

Pensar em mídia atualmente é ir além das historicamente tradicionais. Hoje ela está presente em todas as instâncias da vida social, confirmando a globalização e promovendo a mundialização da cultura. Com a adaptação e aceleração do fluxo informacional, Cogo e Brignol (2010) ponderam que as novas mídias são “apontadas como protagonistas de mudanças nas interações sociais e nas formas de reconhecimento”.

O internauta, usuário da internet, não é mais um mero consumidor de conteúdo, mas

também passa a interagir e fazer parte dele, como sujeito ativo. Ele participa, interpreta, posiciona-se. Como afirma Martín-Barbero (1987, como citado em Cogo & Brignol, 2010), a comunicação nessas novas mídias se tornou “questão de cultura e, portanto, não só de conhecimentos, senão de re-conhecimento”. Prova disso é a amplitude das redes e dos produtos e conteúdos que estão inseridos nelas.

O diálogo e o amplo alcance oferecidos pela internet só são possíveis graças à horizontalidade das redes, onde todos os usuários podem atuar como produtor de conteúdo e informação (Castells, 1999). Santaella (2004) afirma, ainda, que o novo leitor, denominado imersivo, produz o próprio conteúdo, além de navegar com “liberdade de escolha entre nós e nexos”, formando seu próprio modo de leitura.

Como o leitor passa a tomar uma posição mais ativa, há a reconfiguração da informação como marca de uma cultura mais participativa (Reis, Alves & Loureiro, 2013). Nesse sentido, a comunicação toma forma como a interação criada entre os participantes. A relação ocorre dentro de um contexto, que envolve três elementos básicos: os participantes, a relação e o contexto (Primo, 2000).

Segundo análise de Fischer (2008, como citado em Cogo & Brignol 2010), a internet pode ser caracterizada sob três aspectos: banco de dados, mídia e ambiente de relacionamentos. O primeiro remete à função de conjunto de informações que podem ser arquivadas, partindo da lógica de rede de dados.

Os outros dois conceitos relacionam-se mais à análise proposta por este artigo. O aspecto midiático da internet relaciona o banco de informações como nova mídia, ou, como definem os autores, “que os dados sejam enunciados em linguagens que nos remetem àquelas presentes nos meios de comunicação tradicionais”. Ou seja, caracteriza-se pela possibilidade e capacidade de formação de conteúdo pelos seus usuários. A internet como ambiente de relacionamentos é outra característica perceptivelmente forte, já que presume a participação dos internautas na rede, construindo relações e identidade, marcando presença no meio.

Nesse contexto, as redes sociais atuam com o hibridismo dessas características, principalmente o Facebook. Isso porque, com ele, o usuário pode produzir conteúdo, construir a própria rede de interação e formar sua identidade a partir destas etapas. Cogo e Brignol (2010) confirmam que as redes sociais promovem a interação com “a inserção,

personalização e compartilhamento de conteúdo produzido ou selecionado por seus usuários”.

No entanto, Primo (2003) lembra que essas interações já existiam anteriormente e que “reduzi-la a aspectos meramente tecnológicos é desprezar a complexidade do processo de interação mediada”. Ainda assim, ele reconhece que “as novas tecnologias de comunicação permitem maior grau de receptividade” (Thompson, 1998 como citado em Primo, 2003).

Primo (2003) defende que a interação varia de acordo com a relação que se estabelece entre os participantes. O autor afirma que “varia da interação mais reativa à de maior envolvimento e reciprocidade”, dependendo do grau de relacionamento que ali foi construído (Primo, 2003, p. 6).

Tal constatação pode ser notada nos grupos sociais online, já que permite a troca de informações, interação interpessoal e criação de vínculos a partir das características dessas novas mídias (Coco & Brignol, 2010). Os autores afirmam que a recepção vai além da mídia ao qual está inserida, culminando em novas dinâmicas de características próprias.

Além disso, esses usos têm colaborado, de modo crescente, para a gestão e produção de experiências individuais e coletivas de apropriação das mídias por parte dos receptores que, se já podiam ser verificadas em projetos midiáticos geridos pelos movimentos sociais (como boletins, jornais, vídeos etc), vão se intensificar a partir da expansão da internet. (Coco & Brignol, 2010, p. 78)

Exemplo claro de uso da internet como espaço social é o ativismo online, o ciberativismo. Pois é nessa rede que o contato é facilitado e um pensamento individual pode ser compartilhado com o grupo de mesmo interesse (REIS, et al., 2013). A comunicação rápida com ampla divulgação das ideias possibilita maior engajamento e mobilização em torno daquela causa. Além disso, promove maior interação e fortalece a construção da identidade por meio da rede formada. Evidencia-se, assim, o forte poder do ciberativismo na manutenção das relações, fortalecimento da rede de interações e

relações e construção da identidade individual, partindo da identificação coletiva.

### 3. O CIBERATIVISMO

A rede mundial de computadores propiciou maior conexão entre diferentes culturas e ideologias, fazendo com que a teia informacional seja uma forma inovadora que liga o universo online do off-line. Castells (2007) destaca que o crescimento exponencial das redes interativas “cria novas formas e canais de comunicação, moldando a vida e, ao mesmo tempo, sendo moldadas por ela”. Com isso, a livre discussão entre os interagentes<sup>2</sup> torna-se realidade cada vez mais atual, retirando o monopólio de divulgação informacional dos detentores das grandes mídias tradicionais.

Nesse novo cenário de informação, a formação do pensamento crítico ganha destaque. Dieminger e Oliveira (2015) acreditam que o cidadão “entra em contato com novas ideologias, adquirindo um maior conhecimento e, conseqüentemente, tornando-se mais crítico diante das questões sociais e políticas”.

Essa difusão do conhecimento e agrupamento em torno de um ideal se torna cada vez mais visível na internet, por meio do ciberativismo<sup>3</sup>. Isso ocorre porque os ativistas encontraram na internet um local de expansão de seus pensamentos e motivos de luta. Como apresenta Rigitano (2003, p.3)

“A utilização da rede por parte desses grupos visa, dentre outras coisas, poder difundir informações e reivindicações sem mediação, com o objetivo de buscar apoio e mobilização para uma causa; criar espaços de discussão e troca de informação; organizar e mobilizar indivíduos para ações e protestos online e offline”.

Os grupos sociais online, do ciberativismo, podem objetivar, ainda, o aprimoramento da atuação desses grupos, não se limitando às estratégias tradicionais de apoio. A autora exemplifica que o objetivo é “proteger e reivindicar os direitos de segmentos

---

<sup>2</sup> Termo criado por Primo (2003), “que emana a ideia de interação, ou seja, a ação (ou relação) que acontece entre os participantes. É aquele que age com outro”.

<sup>3</sup> O termo chegou ao Brasil em meados de 1990, com o avanço da internet e a entrada de ativistas nas redes (Santos, 2011, p. 3)

marginalizados, como minorias étnicas e mulheres” (Rigitano, 2003, p. 3). Tal característica integra uma das três categorias de classificação do ativismo online proposto por Sandor Vegh (2003). Segundo o autor, a internet pode funcionar como uma fonte alternativa de informação.

Por meio das tecnologias da comunicação, como a Internet, as ativistas têm a chance de exporem seu discurso feminista de forma coletiva. Maia (2002, p.47) acredita que “a Internet mostra-se como um importante lugar, uma arena conversacional, na qual o espaço de desdobra e novas conversações e discussões políticas podem seguir seu curso, proporcionando um meio de interação”.

O Facebook é a principal dessas ferramentas digitais que contribui para a expressão política. Não é mais novidade que a tecnologia proporcionada por ele permite formar um espaço discursivo de troca comunicativa para debates que podem, assim, provocar algum tipo de mudança a partir de seus usos e apropriações. Tal caráter conversacional do Facebook permite que ciberativistas<sup>4</sup> se apropriem do espaço virtual como forma de mobilização estratégica em prol de suas causas de transformação coletiva. Com esse espaço, ativistas encontraram na Internet um local de expansão de seus pensamentos e motivos de luta.

A principal proposta do ciberativismo torna-se, então, a conscientização através da internet (Santos, 2011). Ainda de acordo com o autor, o ativismo pode, ou não, tomar formas e ir para as ruas. Tal característica pôde ser observada em 2013, quando milhões de pessoas se manifestaram contra aumento de passagens e corrupção, cuja organização teve início pelas redes sociais (Santos & Barros, 2015).

A mudança das novas mídias, comentada anteriormente, surte efeito direto na luta feminista. Dieminger e Oliveira (2015, p.10) ressaltam que “as velhas mídias insidiosamente proclamam e reforçam estereótipos nocivos às mulheres”, reconhecendo o importante papel da união pelo ciberativismo. Prova disso é que, como defendem os próprios autores, “a sociedade pode contra-argumentar e ter acesso a outros ângulos de determinado assunto, dando margem para que ocorra uma conscientização política”.

---

<sup>4</sup> A utilização ativista da Internet é denominada ciberativismo. Pereira (2011) caracteriza ciberativismo, ou ativismo online, como o grupo de estratégias utilizadas na Internet para fortalecer a ação política, seja por incentivo a ações que já ocorriam off-line, seja por novas ações online.

#### 4. REVISITANDO O FEMINISMO

Embora o objetivo deste artigo não seja aprofundar na história e pautas do movimento feminista, é importante apresentá-lo para contextualizar a análise. Ignorar ou não reconhecer a luta feminista é, além de concordar com a sociedade machista patriarcal, ser contra a igualdade de direitos. Como bem define Dieminger e Oliveira (2015, p.7), “o feminismo é considerado uma extensão da luta pelos direitos humanos”.

É importante destacar, como fizeram os autores supracitados, que o feminismo é contra a submissão que o machismo impõe às mulheres. Ou seja, “não busca a inferiorização dos homens, mas sim que ambos não sejam discriminados e subjugados” (Dieminger & Oliveira, 2015, p. 4-5). Tal constatação é fundamental, pois, na página em análise deste artigo, muitos são os comentários masculinos que tentam deslegitimar a causa feminista por ignorar esse ideal.

O feminismo surgiu no final do século XIX, na Europa e Estados Unidos, e aqui no Brasil o movimento só ganhou força na década de 1970 (Santos & Barros, 2015). As autoras afirmam que “a crítica feminista está alicerçada na possibilidade de variações sócio-históricas e contestações políticas”, com muitas mudanças na sociedade provocadas pela luta das mulheres no decorrer da história.

Apesar dos avanços e conquistas do movimento feminista, como o direito a voto, inserção no mercado de trabalho e liberdade sexual, por exemplo, a pauta de luta continua extensa. Violência sexual, diferença salarial e feminicídio são só algumas das mais urgentes. Dados publicados recentemente reforçam essa premissa.

De acordo com a Secretaria de Política para as Mulheres da Presidência da República (SPM-PR), 77% das mulheres em situação de violência sofrem agressões semanal ou diariamente. Nos primeiros dez meses de 2015, quase metade das denúncias de violência correspondem à violência física, 30% psicológica, 7% de violência moral e 4% de violência sexual. Ainda de acordo com o órgão, no Brasil, ocorreram oito estupros por dia em 2015, o que equivale a uma média de um crime a cada três horas. Vale ressaltar que esses dados correspondem aos casos que foram denunciados à Central de Atendimento à Mulher, não levando em consideração, portanto, os casos que não são delatados, seja por medo da represália do agressor, impunidade ou falta de informação (INSTITUTO PATRÍCIA GALVÃO, 2016).

O que mais assusta nesses dados, além dos altos números, é o local onde a maioria ocorre: em casa. Ainda segundo a SPM-PR, 56% dos homens admitem que já cometeram alguma forma de agressão, como xingamento, empurrão, assédio sexual e agressão física e verbal.

O Instituto Patrícia Galvão divulgou uma pesquisa em 2015 que apontou que 77% das mulheres já foram vítimas de assédio sexual. Além disso, 90% deixaram de fazer alguma coisa no seu dia-a-dia por medo de violência e 82% sofreram algum tipo de preconceito só por ser mulher.

A diferença salarial entre homens e mulheres que ocupam o mesmo cargo ainda é muito presente na sociedade atual. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, em pesquisa divulgada no final de 2015, as mulheres receberam 74,5% do salário dos homens em 2014. E essa não é só a realidade brasileira. O Banco Interamericano de Desenvolvimento divulgou que elas recebem 30% a menos que os homens nos países latino-americanos.

Diante desses números assustadores, as páginas feministas exercem um papel fundamental na divulgação deles e, mais que isso, na conscientização de que práticas comuns na sociedade machista patriarcal, como a cantada ou forçar relações são, sim, formas de violência (REIS et al, 2013). Santos e Barros (2015) acreditam que “a apropriação dos sites de redes sociais para divulgação da mensagem de igualdade de gênero permite que mulheres consigam informações e orientações sobre como combater o machismo”.

## **5. ANÁLISE DA PÁGINA ‘FEMINISMO SEM DEMAGOGIA – ORIGINAL’**

A página escolhida para análise deste artigo é a “Feminismo sem demagogia – original”, a principal do tema no Facebook. Criada em Outubro de 2012 por Vera Lúcia Dias da Silveira, de São Paulo/SP, a página conta, hoje, com mais de 1.070.000 curtidas<sup>5</sup>. Ela se autodenomina como parte da linha marxista, já que “entendem a luta contra o machismo como inseparável da luta de classes”.

A página é bastante ativa, com postagens diárias não somente sobre o feminismo, mas também movimento LGBT e antirracistas. Os *posts* são feitos pela própria autora ou

---

<sup>5</sup> Número atualizado em 09/11/2016: 1.072.035 curtidas

compartilhados de páginas afins ou reportagens, a fim de levantar discussão ou criar relação de reconhecimento e criação de identidade de seus seguidores.

Para esta análise, escolheu-se o período de uma semana, especificamente a de 03/08/2016 a 10/08/2016. A data foi escolhida pois compreende aniversário da criação da Lei Maria da Penha (elaborada em 07/08/2006), que versa sobre a violência contra a mulher no Brasil. No entanto, no total de 9 postagens durante a semana, apenas uma cita a Lei, em uma atualização que pretendia incluir pessoas trans e travestis na abrangência de acolhimento da lei. As outras variam de apoio a outras lutas sociais, como a de lésbicas, negros e outras questões ligadas à ideologia marxista da página<sup>6</sup>.

Para análise, escolheu-se aquele post com maior número de curtidas, comentários e compartilhamentos<sup>7</sup>. Neste caso, uma publicação feita no dia 04/08/2016 obteve 5,6 mil curtidas, 45 comentários e 807 compartilhamentos, totalizando 6.452 reações<sup>8</sup>.



**Figura 1** - Post com maior número de curtidas na semana observada

<sup>6</sup> Para Santos e Barros (2015), esse é um comportamento considerado comum no ciberativismo, o de apoiar outros movimentos sociais por identificação da luta.

<sup>7</sup> Ferramentas oferecidas pelo próprio Facebook, como forma de reação àquela postagem.

<sup>8</sup> Dados atualizados em 08/11/2016

É interessante notar que o post mais popular da semana é relacionado ao tema que motivou o período analisado (Lei Maria da Penha), apesar de não ser diretamente sobre o aniversário da normatização, mas sim a atualização dela. A página compartilhou uma publicação de um site externo, denominado “Guia Gay São Paulo”, que traz a seguinte manchete: “Lei Maria da Penha passa a valer para trans e travestis em todo o Brasil”. Ao compartilhar tal reportagem, a página postou: “Uma pequena vitória para um dos setores mais oprimidos da sociedade e devemos comemorar e apoiar. Infelizmente, os reacionários buscam o retrocesso. O deputado Eros Biondini (PROS/MG), quer mudar a lei para que não proteja TODAS as mulheres, cis e trans”.

Como podemos observar, apesar de ser uma postagem sobre a Lei Maria da Penha, não traz, consigo, a luta propriamente feminista em si, como indica o nome da página, mas sim um apoio à luta LGBT, corroborando com a ideia apresentada acima. É possível reconhecer isso no próprio texto da página, quando cita que “devemos apoiar”, colocando-se, então, em outro lugar de fala, já que utiliza o verbo em primeira pessoa no plural indicando apoio, e não reconhecendo como uma luta do próprio feminismo.

Recuero (2014) define que as opções de curtir, comentar e compartilhar são funções conversacionais, ou seja, são formas de tomar parte na conversação no Facebook. Para a autora, a opção de “curtir” alguma publicação é sinal de que o usuário tomou “parte na conversação sem precisar elaborar uma resposta”, como sinalização do recebimento e leitura da mensagem. Dentre outros significados, o apoio à publicação é o que mais motiva as pessoas a curtirem tal post.

Além dessa opção, outras duas compõem as funções conversacionais do Facebook. O botão “compartilhar” objetiva, principalmente, a maior visibilidade do conteúdo, com a amplificação do alcance por meio de outras páginas que se apropriam daquela mensagem (Recuero, 2014). A autora ainda comprova que a principal função é a divulgação de algo considerado relevante para aquele usuário, valorizando determinada ideia. Ela ainda avalia o compartilhamento de forma positiva, pois é “uma forma de legitimar a face e construir capital social através da cessão da informação para a rede”.

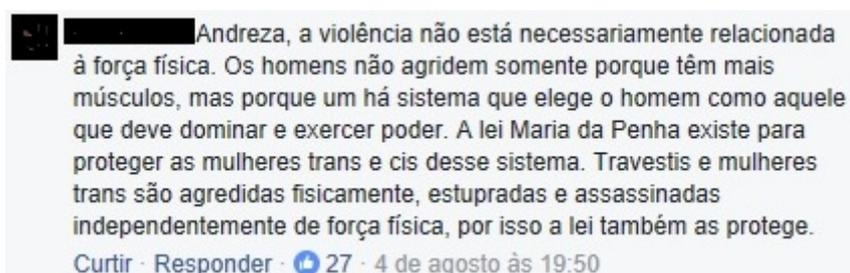
Já os comentários são as práticas conversacionais mais evidentes, já que trazem uma “efetiva contribuição para a conversação”. Recuero (2014, p.121) define que “o comentário parece envolver um maior engajamento do ator com a conversação e um

maior risco para a face, pois é uma participação mais visível”. Dessa forma, a autora acredita que o comentário é a opção em que o usuário mais se expõe e, portanto, ocorre com menor frequência se comparado às outras funções conversacionais.

Tal característica é perceptível no post analisado. Das 6452 formas de interação, observou-se apenas 45 comentários. Isso pode ser justificado pelo receio em se expor com seu perfil em uma página pública, sendo a curtida, com maior número, o meio mais fácil, prático e menos expositivo de demonstrar apoio ao conteúdo. Nos 45 comentários lidos, há uma variedade de respostas e significações. Muitos usuários marcam outras pessoas, para dar maior visibilidade à postagem. Outros tentam deslegitimar o movimento feminista por meio de comentários machistas que vão de encontro ao objetivo central da postagem, desrespeitando a descrição da própria página<sup>9</sup>.

A maioria, no entanto, reafirma a mensagem do *post*, concordando e difundindo o ideal, contribuindo para a conversação. Essa participação mais efetiva, como observou Recuero (2014), ocorre quando o usuário sente que tem algo a dizer sobre o assunto tratado.

Separamos o comentário que obteve o maior número de curtidas, entendendo que, dessa forma, foi o mais bem aceito na postagem. O referido comentário é uma resposta a outro comentário feito na postagem, indagando sobre a força física de homens, mulheres e trans. (imagem 2)



**Figura 2-** Comentário de identificação e apoio ao post<sup>10</sup>

<sup>9</sup> A página deixa claro que a comunidade é aberta a mulheres e homens que apoiem a luta. E enfatiza: “somente homens que queiram compor como aliados, respeitando o protagonismo das mulheres”.

<sup>10</sup> A foto e o nome da usuária do Facebook foram mantidos em sigilo para proteção da identidade da mesma.

Tal fato nos leva a uma importante reflexão sobre a página: gera identificação e contribui para a construção da identidade. Isso pode ser observado não só nesse *post*, mas em outros espalhados pela página. Especificamente nesta publicação, tema deste estudo, os comentários foram de apoio ao conteúdo divulgado e de repulsa a comportamentos machistas observados em comentários anteriores no mesmo *post*. Com isso, fica claro o papel ativista que a página exerce, não só para os usuários já esclarecidos, mas também (e principalmente), para aqueles que não são tão engajados na causa.

Com o alto grau de interação que a página proporciona e registra, percebe-se a proximidade dos usuários com a causa, mesmo que sejam de sentido inverso. Isso porque, como ressalta Recuero (2014), a hiperconexão do Facebook permite aproximação de grupos diferentes, fazendo com que o contato seja estabelecido, como risco dessa conversação provocada.

## **6. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Tomando como base o estudo de recepção das redes sociais, aliado ao conceito de ciberativismo, chegamos ao ponto conclusivo deste estudo: a relação entre essas abordagens dentro das redes. O usuário da rede social não é mais o consumidor de mídias tradicionais de outrora, passivo, sem direito à voz nem interação. As redes sociais promoveram uma quebra desse paradigma, possibilitando maior interação entre os usuários e o produto, fazendo com que este seja questionado e avaliado constantemente.

Outro aspecto importante a ser observado é o enorme alcance que as redes sociais conseguem atingir. Essa realidade se mostrou favorável aos movimentos sociais, como o feminismo, tanto para a expansão dos seus ideais quanto na incorporação de novos ativistas, que encontram no ciberespaço a liberdade e o conhecimento que procuravam.

Dessa forma, o ciberativismo surge como uma possibilidade real da expansão desses movimentos, sendo fundamental a participação do usuário em discussões e apresentações de conceitos e temas polêmicos. Isso pode ser observado em diversas páginas do tema, com milhares de curtidas, onde a discussão se torna diária através dos *posts*, fotos e compartilhamentos.

Dessa maneira, as funções conversacionais apresentadas pelo Facebook não são meros cliques impensados, mas sim, formas de interagir com o conteúdo e tomar parte. O “curtir” passa a ser uma identificação com o que foi postado, enquanto o “comentar” chega a ser o maior nível de interação, já que tem alto nível de exposição e risco de tensão causada pelo comentário.

Assim, observou-se que a página em análise, “Feminismo sem demagogia – Original” cumpre o papel do ciberativismo. Ao mesmo tempo, retrata como as interações se dão, gerando alto grau de identificação e criação de identidade. Sendo assim, cumpre o papel do ativismo tradicional, agora em um espaço mais amplo e livre, a internet.

## REFERÊNCIAS

Brasil. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. (2014). *Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira*. – Brasília: Secom. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisasquantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>> Acesso em fev. 2016

Castells, M. (1999). *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra.

Cogo, D., & Brignol, L. (2010). Redes sociais e os estudos de recepção na internet. In: XIX encontro anual da Compós – *Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação*. Rio de Janeiro: PUC-RJ. p. 75-92

Dieminger, C.C., & De Oliveira, R.S. (2015). Protagonismo ascendente: o ativismo online nas lutas feministas. *Derecho y Cambio Social*, Peru.

Facebook. (2016). *Feminismo sem demagogia - Original*. Disponível em: <<https://www.facebook.com/Feminismo-Sem-DemagogiaOriginal564161453675848/timeline/>>. Acesso fev. 2016

Instituto Patrícia Galvão. (2015). Agência Patrícia Galvão. *Dados e fatos sobre violência contra as mulheres*. São Paulo, mar. Disponível em: <<http://agenciapatriciagalvao.org.br/violencia/dados-e-pesquisas-violencia/dados-e-fatos-sobre-violencia-contra-as-mulheres/>>. Acesso em 23/02/2016.

MAIA, Rousiley C. M. Redes cívicas e internet: do ambiente informativo denso às condições da deliberação pública. In: Eisenberg, José; Cepik, Marco (Orgs.) *Internet e política: teoria e prática da democracia eletrônica*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2002. p. 45-72

Pieniz, M., & Wottrich, L.H. (2014). *Receptores na Internet: desafios para o contexto de trânsito das audiências*. In: JACKS, Nilda (Org.). Meios e audiências II: a consolidação dos estudos de recepção no Brasil. Porto Alegre: Sulina, p. 73–94.

Pinto, C.R.J. (2010). Feminismo, história e poder. *Revista Sociologia Política* 18 (36), Curitiba, jun. p.15-23.

Primo, A. (2000). Interação mútua e reativa: uma proposta de estudo. *Revista da Famecos*, n. 12, p. 81-92.

\_\_\_\_\_. (2003). *Quão interativo é o hipertexto?: Da interface potencial à escrita coletiva*. Fronteiras: Estudos Midiáticos, São Leopoldo, v. 5, n. 2, p. 125-142.

Recuero, R. (2014). *Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais do Facebook*. Revista Verso e Reverso, vol.XXVIII, n. 68, São Leopoldo: Unisinos, p. 114-124

Reis, L.T., Alves, E.E.M.S., & Loureiro, C. (2013). Ativismo de sofá: o movimento feminista no Facebook. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2013/resumos/R37-0328-1.pdf> Acesso em: 11/02/2016

Rigitano, M. (2003). Redes e ciberativismo: notas para uma análise do centro de mídia independente. In: FACOM-UFBA (Org.), *Anais, I Seminário Interno do Grupo de Pesquisa em Cibercidades*, Salvador: FACOM-UFBA.

Santaella, L. (2004). *Três tipos de leitores: o contemplativo, o movente e o imersivo*. In: Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus. Caps 1 a 3.

Santos, F. (2011). O ciberativismo como ferramenta de grandes mobilizações humanas: das revoltas do Oriente Médio às ações pacíficas do Greenpeace no Brasil. *Revista Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação*. Ano 5 – Edição 1.

Santos, N., Barros, J. (2015). O movimento feminista no Facebook: uma análise das páginas Moça, você é machista e Feminismo sem demagogia – Original. In: *Simpósio Internacional de Tecnologias e Narrativas Digitais, Universidade Federal do Maranhão (UFMA)*.

Silva, M.V., Leite, P., & Gomes, J. (2013). Identidade femininas no Facebook. In: *Anais Eletrônicos do 5º Simpósio Hipertexto e Tecnologias na Educação*. Universidade Federal de Pernambuco, Recife.

Vegh, S. (2003). Classifying forms of online activism: the case of cyberprotests against the World Bank. In: Mccaughey, M., Ayers, M.D. (ed.). *Cyberactivism: online activism in theory and practice*. London: Routledge.

**How to cite this article:**

Câmara, M. T. (2016). O ativismo inserido no ciberespaço: uma análise da página 'Feminismo sem demagogia – Original'. *International Journal of Marketing, Communication and New Media*. Special Number 1 – QRMCNM, 62-78. Available at <http://u3isjournal.isvouga.pt/index.php/ijmcmn>