

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”  
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

MARIANA ALARCON DATRINO

INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO SOBRE OS DIREITOS DAS MULHERES: A  
IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO DIGITAL PARA O ACESSO À INFORMAÇÃO

BAURU

2022

MARIANA ALARCON DATRINO

Informação e comunicação sobre os direitos das mulheres: a importância da comunicação digital para o acesso à informação

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, como requisito à obtenção do título de Mestre em Comunicação, sob orientação da Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Caroline Kraus Luvizotto.

BAURU

2022

D234

Datrino, Mariana Alarcon

INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO SOBRE OS DIREITOS  
DAS MULHERES: A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO  
DIGITAL PARA O ACESSO À INFORMAÇÃO / Mariana Alarcon  
Datrino. -- , 2022

112 p. : tabs.

Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista (Unesp),  
Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru,  
Orientadora: Caroline Kraus Luvizotto

1. Informação. 2. Direito das mulheres. 3. Comunicação on-line. 4.  
Redes sociais digitais. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Faculdade de Ciências  
Farmacêuticas, Araraquara. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

Mariana Alarcon Datrino

Informação e comunicação sobre os direitos das mulheres: a importância da comunicação digital para o acesso à informação

Área de Concentração: Comunicação Midiática

Linha de Pesquisa: Gestão e Políticas de Informação e da Comunicação Midiática

Banca Examinadora:

Presidente/Orientador: Profa. Dra. Caroline Kraus Luvizotto

Instituição: Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação

Profa. Dra. Raquel Cabral

Instituição: Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação

Prof. Dr. Rennan Lanna Martins Mafra

Instituição: Universidade Federal de Viçosa

Resultado: APROVADA

Bauru, 23/09/2022

**ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE MARIANA ALARCON DATRINO, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN - CÂMPUS DE BAURU.**

Aos 23 dias do mês de setembro do ano de 2022, às 14:00 horas, no(a) via sistemas de videoconferência e outras ferramentas para comunicação a distância, realizou-se a defesa de DISSERTAÇÃO DE MESTRADO de MARIANA ALARCON DATRINO, intitulada **Informação e comunicação sobre os direitos das mulheres: a importância da comunicação digital para o acesso à informação**. A Comissão Examinadora foi constituída pelos seguintes membros: Professora Doutora CAROLINE KRAUS LUVIZOTTO (Orientador(a) - Participação Presencial) do(a) Departamento de Ciências Humanas / Unesp, Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru, Professora Doutora RAQUEL CABRAL (Participação Presencial) do(a) Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design / Universidade Estadual Paulista, Prof. Dr. RENNAN LANNA MARTINS MAFRA (Participação Virtual) do(a) Departamento de Comunicação Social / Universidade Federal de Viçosa. Após a exposição pela mestrande e arguição pelos membros da Comissão Examinadora que participaram do ato, de forma presencial e/ou virtual, a discente recebeu o conceito final: APROVADO . Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelo(a) Presidente(a) da Comissão Examinadora.

  
Professora Doutora CAROLINE KRAUS LUVIZOTTO

## AGRADECIMENTOS

Planejar e escrever esta dissertação durante uma pandemia redimensionou minha relação com o mundo e me lembrou que não temos controle sobre as coisas e nossos sonhos. Logo, este trabalho também é sobre uma trajetória marcada por insegurança, ausências, conquistas e mudanças de rota.

Neste cenário, não poderia deixar de agradecer àqueles com quem pude partilhar a maior parte do meu tempo de isolamento: meus pais e avó. Após 4 anos sem o encontro diário, este tempo recluso me lembrou o privilégio da convivência minuciosa do dia de quem amamos, da troca. Além disso, Ana e Sérgio, foram e sempre serão a base de quem eu sou e de quem eu ainda quero ser. Amores da minha vida.

À Angelina, minha avó (*in memoriam*), que não teve forças para ver o desfecho deste ciclo, mas que vibrou com cada conquista minha e que foi uma parceira incrível. Ausência insuperável e que deixa o legado de amor.

Ao meu noivo, Matheus, que desde 2014 me ensina sobre a leveza da vida e a importância dos sonhos — me ajudando a torná-los realidade. Aos amigos de longa data que acompanharam diversas metamorfoses e permaneceram até aqui, bem como àqueles que vieram através do PPG-Com e dos encontros acadêmicos.

À minha orientadora, Caroline Kraus Luvizotto, por sua parceria e generosidade, desde 2017, ajudando a trilhar caminhos e descobrir novas saídas, mesmo nos momentos mais difíceis. Tal entrega nunca será esquecida. Aproveito ainda esta oportunidade para agradecer a todos os professores que passaram pela minha vida e que, direta ou indiretamente, contribuíram com a minha formação intelectual e pessoal.

Aos membros da banca de qualificação, Raquel Cabral e Rennan Lanna Martins Mafra, cujas contribuições foram de suma importância para o desenvolvimento do trabalho. Reforçando a importância de uma ciência construtiva.

À Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) pelo auxílio financeiro concedido para a realização dessa pesquisa (processo nº 2020/10447-6). Bem como à UNESP e toda a equipe técnica da pós-graduação do campus de Bauru pelo suporte prestado, mesmo à distância.

DATRINO, Mariana Alarcon. **Informação e comunicação sobre os direitos das mulheres:** a importância da comunicação digital para o acesso à informação. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, “Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho” (UNESP), Bauru/SP, 2022.

**Resumo:** Nas últimas décadas, a informação assumiu importante papel na construção das estruturas sociais e das relações de poder, influenciando diretamente a economia, o trabalho e as diversas formas de sociabilidade. A internet e as tecnologias digitais possibilitam um alargamento da informação e fornecem mecanismos para a ação de diversos atores sociais que se comunicam com a opinião pública de forma direta, sendo esse processo ainda mais intenso nas redes sociais digitais. Estudos evidenciam a importância da comunicação e, em especial, da comunicação digital para o acesso à informação e construção da cidadania, uma vez que a militância pelos direitos civis, políticos e sociais, exige, primeiramente, que os mesmos sejam conhecidos e reconhecidos. Neste cenário, os movimentos sociais configuram-se como os principais atores do processo de mobilização da sociedade civil em prol dos seus direitos e a Comunicação, um campo relevante para legitimar as suas demandas e ações. Assim, esta pesquisa se concentrou na relação entre comunicação digital e acesso à informação, sobretudo, as informações relacionadas aos direitos das mulheres que, organizadas historicamente em torno do movimento feminista, militam pelos mais diversos direitos em nossa sociedade. O objetivo geral da investigação foi refletir sobre a dinâmica comunicacional e seu impacto na difusão da informação sobre os direitos das mulheres no ambiente digital. Especificamente, pretendeu-se estimar a relevância da internet, suas limitações e potenciais na difusão da informação para e sobre o movimento feminista, e sobre os direitos das mulheres; compreender a dinâmica e a atuação de movimentos sociais que militam pelos direitos das mulheres no ambiente on-line; e, com base nos exemplos do Movimento Mulher 360 e do Movimento de Mulheres Camponesas, analisar a informação on-line acerca dos direitos das mulheres, a partir dos conteúdos publicados em suas respectivas redes sociais. Para estruturar tais objetivos, optou-se pela Hermenêutica de Profundidade, abordagem metodológica que busca compreender, historicamente, as estruturas e as relações de poder, aqui aplicadas aos produtos comunicacionais que serão analisados. Em conjunto, foi utilizada a Análise de Conteúdo através de uma abordagem quali-quantitativa, para compreender e interpretar as publicações dos referidos movimentos de mulheres nas redes sociais do *Facebook*, *Instagram* e seus respectivos *stories*. Por fim, compreendeu-se que fomentar informação sobre direitos é insuficiente para pensarmos na cidadania como um todo, mas como visto, o acesso à informação e sua capacidade de gerar consciência sobre uma situação problemática, é o primeiro estágio para tal. Deste modo, este estudo foi relevante para refletir a comunicação digital como forma de ampliar a democracia brasileira através da difusão da informação, bem como para destacar os desafios a serem superados e o reconhecimento da necessidade de esforços múltiplos para tal.

**Palavras-chave:** Informação; Direito das mulheres; Comunicação on-line; Redes sociais digitais;

DATRINO, Mariana Alarcon. **Information and communication on women's rights: the importance of digital communication for access to information.** Dissertation (Master's in Communication) – Graduate Program in Communication. School of Architecture, Arts, Communication and Design – São Paulo State University "Júlio de Mesquita Filho" (UNESP), Bauru/SP, 2022.

**Abstract:** In recent decades, information has assumed an important role in the construction of social structures and power relations, directly influencing the economy, work and the various forms of sociability. The internet and digital technologies make it possible to expand information and provide mechanisms for the action of various social actors who communicate directly with public opinion, and this process is even more intense in digital social networks. Studies show the importance of communication and, in particular, digital communication for accessing information and building citizenship, since militancy for civil, political and social rights requires, first, that they be known and recognized. In this scenario, social movements are the main actors in the process of mobilizing civil society in favor of their rights and Communication, a relevant field to legitimize their demands and actions. Thus, this research focused on the relationship between digital communication and access to information, especially information related to the rights of women who, historically organized around the feminist movement, militate for the most diverse rights in our society. The general objective of the investigation was to reflect on the communication dynamics and its impact on the dissemination of information on women's rights in the digital environment. Specifically, it was intended to estimate the relevance of the internet, its limitations and potential in the dissemination of information for and about the feminist movement, and on women's rights; understand the dynamics and performance of social movements that fight for women's rights in the online environment; and, based on the examples of Movimento Mulher 360 and Movimento de Mulheres Camponesas, to analyze online information about women's rights, based on content published on their respective social networks. In order to structure these objectives, the Depth Hermeneutics was chosen, a methodological approach that seeks to understand, historically, the structures and relations of power, applied here to the communicational products that will be analyzed. Together, Content Analysis was used through a quali-quantitative approach, to understand and interpret the publications of these women's movements on the social networks of Facebook, Instagram and their respective stories. Finally, it was understood that promoting information about rights is insufficient to think about citizenship as a whole, but as seen, access to information and its ability to generate awareness of a problematic situation is the first stage for this. Thus, this study was relevant to reflect on digital communication as a way to expand Brazilian democracy through the dissemination of information, as well as to highlight the challenges to be overcome and the recognition of the need for multiple efforts to do so.

**Keywords:** Information; Women's rights; Online communication; Digital social networks;

## LISTA DE QUADRO

Quadro 1 - Formato de conteúdo no feed .....	76
Quadro 2 - Autoria de conteúdo de publicações no feed .....	77
Quadro 3 - Recursos aliados aos conteúdos no feed.....	77
Quadro 4 - Temáticas articuladas no feed.....	78
Quadro 5 - Modos de mobilização .....	79
Quadro 6 - Uso das plataformas no feed.....	80
Quadro 7 - Formato de conteúdo de publicações no story.....	80
Quadro 8 - Origem de conteúdo de publicações no story .....	81
Quadro 9 - Recursos aliados aos stories .....	81
Quadro 10 - Temáticas articuladas no story .....	82
Quadro 11 - Modos de mobilização no story .....	83
Quadro 12 - Uso do story nas plataformas.....	84

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Quantificação de formatos no feed .....	85
Tabela 2 - Quantificação de autoria do conteúdo no feed .....	86
Tabela 3 - Quantificação de recursos aliados no feed.....	86
Tabela 4 - Quantificação de temáticas no feed .....	87
Tabela 5 - Quantificação de modos de mobilização no feed .....	88
Tabela 6 - Quantificação de uso das plataformas no feed .....	89
Tabela 7 - Quantificação de formato de conteúdo no story .....	90
Tabela 8 - Quantificação de origem do conteúdo nos stories .....	91
Tabela 9 - Quantificação de recursos aliados ao story.....	91
Tabela 10 - Quantificação de temáticas no story .....	92
Tabela 11 - Quantificação de modos de mobilização no story .....	93
Tabela 12 - Quantificação de uso das plataformas no story .....	93

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO .....	1
CAPÍTULO I – INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO: A INTERDEPENDÊNCIA PARA A CIDADANIA .....	4
1.1 Comunicação e informação: influências na cidadania .....	4
1.2 Comunicação como direito social .....	10
1.3 Comunicação mediada .....	11
1.4 Comunicação e relações de poder .....	13
1.5 Estratégia comunicativa .....	16
CAPÍTULO II – COMUNICAÇÃO DIGITAL: PERSPECTIVAS SOBRE AS REVERBERAÇÕES INFORMACIONAIS NO AMBIENTE ON-LINE .....	20
2.1 Redes sociais digitais: configurações e impactos sociais.....	21
2.2 Lógicas de compreensão da internet .....	24
2.3 Pensando as limitações: lacunas e possibilidades para a cidadania .....	31
CAPÍTULO III – MOVIMENTOS SOCIAIS E SUAS RECONFIGURAÇÕES HISTÓRICAS: TEORIAS SOBRE AS DEMANDAS PÚBLICAS ARTICULADAS .....	36
3.1 Aspectos históricos para entender as ações coletivas.....	36
3.2 As teorias diante dos cenários .....	38
3.3 Sínteses teóricas em favor da compreensão de movimentos sociais.....	41
3.4 Movimentos sociais e mobilizações: demandas sociais articuladas através da comunicação.....	44
3.5 Organizações e responsabilidade social: nuances do interesse privado no assunto público.....	47
3.6 Movimentos e a comunicação digital da informação.....	49
CAPÍTULO IV – O ATIVISMO FEMINISTA: DINÂMICAS NOS MOVIMENTOS EM PROL DAS MULHERES TRABALHADORAS .....	53
4.1 Entendendo os feminismos.....	54
4.1.1 Trajetória histórica do feminismo.....	56
4.1.2 Especificidades do feminismo no contexto brasileiro .....	58
4.2 Interseccionalidades .....	61
4.3 Movimento de Mulheres Camponesas – MMC .....	62
4.4 Movimento Mulher 360 – MM360 .....	65
CAPÍTULO V – PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....	68

4.5 Paralelos entre os sujeitos de pesquisa.....	70
5.1 Interpretação da Doxa .....	73
5.2 Análise de Conteúdo .....	74
5.2.1 Unidade amostral 1: publicações no feed .....	76
5.2.2 Unidade amostral 2: publicações no story .....	80
5.2.5 Abordagem quantitativa do conteúdo no feed .....	84
5.2.6 Abordagem quantitativa do conteúdo no story .....	89
5.2.7 Abordagem qualitativa do conteúdo no feed e dos stories .....	94
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	101
REFERÊNCIAS.....	105

## 1. INTRODUÇÃO

A comunicação digital pode potencializar e democratizar a informação através da promoção do diálogo, reunião de interesses, criação de comunidades, geração de conhecimento, e articulação pela igualdade de acesso. Neste sentido, os sites de redes sociais constituem um espaço composto por diversos atores sociais e, entre eles, é possível citar os dois sujeitos de pesquisa: o Movimento de Mulheres Camponesas (MMC) e o Movimento Mulher 360°.

A escolha de dois movimentos distintos se fundamenta no fato de que diferentes mulheres anseiam, em algum grau, por direitos distintos. Com isto em perspectiva, este estudo busca a compreensão das diversas realidades das mulheres representadas por essas organizações, e de como as diferenças entre elas e o ativismo pelos seus direitos podem ser observados na comunicação digital. Além disso, espera-se refletir sobre as relações de poder e como os processos informacionais e interativos, mediados pelas redes sociais digitais, podem contribuir para sua revisão.

Cabe justificar que este trabalho observa os movimentos dentro do contexto on-line posto a centralidade deste ambiente como fonte de informação dos brasileiros. Segundo o Digital News Report (2020) — que advém de uma pesquisa, promovida pelo Instituto Reuters, que investigou 40 países entre janeiro e começo de fevereiro de 2020 — aponta que 67% dos brasileiros utilizam suas redes sociais para tal finalidade, ultrapassando, pela primeira vez desde quando a pesquisa foi iniciada, a televisão como fonte principal (com 66%). Por outro lado, é preciso destacar que este cenário apresenta algumas limitações e desafios relacionados ao acesso às tecnologias digitais, além de problemas informacionais, como ausência de letramento digital, excesso de informação, fake news, bolhas informacionais e algoritmos.

Ademais, destaca-se que a divisão entre ambiente on-line e off-line, na prática, não mais se sustenta, visto que em uma sociedade midiaticizada tais limites estão cada vez mais difusos. Contudo, o que se espera é conseguir articular questões específicas presentes no espaço virtual e de como a comunicação na internet está intrincada a um processo cultural e social complexo. Logo, tal segmentação só ocorre a fim de viabilizar o corpo teórico e o escopo de análise.

Desta maneira, para estruturar o aporte teórico e as discussões propostas, a dissertação se organiza em três etapas gerais: perspectivas teóricas, análise de conteúdo e considerações. Na perspectiva teórica, encontram-se quatro capítulos, sendo eles: 1) Informação e Comunicação: a interdependência para a cidadania; 2) Comunicação digital: perspectivas sobre

as reverberações informacionais no ambiente on-line; 3) Movimentos sociais e suas reconfigurações históricas: teorias sobre as demandas públicas articuladas; 4) O ativismo feminista: dinâmicas nos movimentos em prol das mulheres trabalhadoras.

No primeiro capítulo, desenvolve-se uma reflexão sobre a importância e reverberações da comunicação para a sociedade midiaticizada, com foco no seu potencial de transformar informação em conhecimento como uma maneira de revisitar as relações de poder assimétricas. Para tanto, o caminho teórico proposto firma que é através do processo comunicativo que se torna possível produzir, processar, veicular e consumir informação e conhecimento (PEREIRA; HERSCHMANN, 2002).

O capítulo II, por sua vez, articula aspectos históricos, estruturais e sociais do ambiente em que os sujeitos de pesquisa são observados. A abordagem compreende, de modo geral, que a internet é uma rede de redes de informações que vai, além de veicular dados, reunir ideias comuns, romper barreiras, fazendo com que os bens e capitais circulem, possibilitando convergência (RESENDE, 2016). Além disso, a discussão foca em compreender, especificamente, as estruturas das redes sociais digitais e como essas influenciam nas dinâmicas informacionais.

Já o terceiro capítulo aproxima-se dos sujeitos de pesquisa, e busca estruturar o conceito que a pesquisa assume sobre movimentos sociais, fazendo-se valer de uma breve revisão histórica, abordando as influências na formação e organização destes atores. Neste sentido, baseia-se na fundamentação proposta por Gohn (1997), estruturada através da compreensão das influências que atuaram sobre algumas abordagens teóricas mais citadas na literatura acerca do tema, e que apresentam, entre si, particularidades e divergências na forma de entender e enquadrar as ações coletivas.

Além disso, as discussões dos capítulos I, II e III são unificadas nesta etapa, refletindo sobre as potencialidades comunicacionais encontradas pelos movimentos sociais na internet, pensando-a como uma forma complementar às ações off-line em prol da cidadania. Constrói-se, ao final, uma concepção de internet como uma possibilidade — e não como condição essencial, meio ou fim — de promover a cidadania, uma vez que facilita a partilha de informação e, conseqüentemente, a tomada de consciência sobre assuntos de interesse público de um modo que talvez não seria possível em outros espaços.

O quarto e último capítulo teórico compreende conceitos sobre “ser feminista” e os processos históricos organizados em duas etapas: um retrospecto em um nível internacional e as singularidades do contexto brasileiro. Com isto, observa-se que embora o Brasil tenha importado muitas reflexões europeias e americanas, o cenário local exigiu outras posturas do

movimento. Essa dinâmica também é apreendida na pesquisa através das quatro ondas do feminismo que, segundo Perez e Ricoldi (2020), ajudam a organizar a realidade, explicitando algumas tendências do movimento. A partir disso, são desenvolvidas reflexões com foco na interseccionalidade, visto que o conceito ajuda a estruturar uma compreensão crítica sobre movimentos escolhidos e a realidade social.

Ademais, é nesta oportunidade que os sujeitos de pesquisa são descritos com mais detalhes: apresentação da história, posicionamento, diretrizes, e suas aspirações para a sociedade brasileira. Por fim, verifica-se como eles se aproximam ou se distanciam quando comparados, e em que medida objetivam contribuir para o exercício pleno da cidadania e revisão das relações de poder, estabelecendo tal tensionamento teórico na análise de conteúdo a fim de comparar prática e posicionamento institucional. É preciso destacar, neste sentido, que essa dinâmica não pretende reduzir os movimentos, mas sim estabelecer quais são as perspectivas cidadãs articuladas por cada um, associando os temas e aspectos comunicacionais mencionados até aqui.

Como uma etapa exploratória, a Interpretação da Doxa, demonstra-se um questionário aplicado através do Google Forms com mulheres de diversas idades e profissões, com o objetivo de identificar percepções que poderiam escapar do entendimento da autora, visto que mulheres diferentes enfrentam relações de poder distintas, bem como relacionar e rever tais ponderações das respostas em relação ao repertório teórico articulado.

Finalizada essa etapa, são apresentadas as bases para a Análise de Conteúdo — metodologia escolhida para compreender os produtos comunicacionais produzidos pelos sujeitos de pesquisa nas redes sociais digitais. Neste sentido, considera-se importante ressaltar a dinamicidade da pesquisa, já prevista no projeto, ou seja, a necessidade de se rever os caminhos propostos. Deste modo, opta-se pela perspectiva de Sampaio e Lycarião (2021) a respeito da Análise de Conteúdo, a qual considera a proposta de Bardin (2011), associada a outras reflexões que foram julgadas como mais próximas dos interesses vigentes nesta pesquisa.

Ao final deste trabalho, verificam-se estratégias e processos comunicacionais, bem como se destaca a importância de uma comunicação digital direcionada para sistematizar e simplificar as informações. Afirma-se, deste modo, a importância dos movimentos em prol dos direitos das mulheres, cujas origens e intencionalidades não limitam sua capacidade transformadora — ainda que se reconheça os diferentes graus de comprometimento com a cidadania. De modo geral, com essa investigação é possível afirmar a complexa relação entre atores sociais, processos comunicativos e dinâmicas de poder.

## **CAPÍTULO I – INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO: A INTERDEPENDÊNCIA PARA A CIDADANIA**

Este capítulo reflete sobre a importância da comunicação para a sociedade, destacando o seu potencial de transformar informação em conhecimento e, conseqüentemente, os sujeitos. Para tanto, inicialmente, o caminho teórico desenvolvido é caracterizado por apresentar a comunicação como processo social básico e essencial às relações humanas, expandindo, posteriormente, sua abordagem para as formas mediadas, nas quais a comunicação se torna cada vez mais complexa.

Compreendem-se também os desafios estruturais que revelam a necessidade de se usar a informação de modo estratégico — entendido aqui como tratamento e segmentação com base nas características do público —, cuja relevância será apresentada ao longo da argumentação. Ao encontro disso e convergindo para a abordagem esperada, situa-se o papel da comunicação popular, compreendendo sua configuração e como ela pode contribuir para a edificação e fortalecimento da cidadania, bem como alguns desafios a serem enfrentados, sendo esses aprofundados em outro capítulo.

De modo geral, entende-se que o processo comunicativo, como um todo, influencia e é influenciado por diversos elementos sociais e culturais. Além disso, esses elementos esbarram nas relações de poder, reforçando-as, ao mesmo tempo que a comunicação estratégica amplia as possibilidades de reconfiguração dessas assimetrias. Portanto, a comunicação é abarcada nesta pesquisa para além de um meio ou um fim em si mesma, mas sim como um processo balizador das dinâmicas sociais capazes de influenciar os rumos da cidadania.

### **1.1 Comunicação e informação: influências na cidadania**

Apresenta-se, nesta seção, o aspecto conceitual sobre comunicação, informação e cidadania, e de como refletem e permitem alterar as estruturas sociais existentes. Para tanto, busca-se entender qual é a relação entre os conceitos, suas configurações no contexto brasileiro, e como atuam no entendimento — coletivo e individual — sobre o mundo e uma dada realidade. Como consequência, observam-se desafios que permeiam este cenário e que se constituem como barreiras, fazendo-se necessária também a sua compreensão.

Toma-se como base para discussão uma abordagem interdisciplinar na qual informação e comunicação são compreendidas através de uma inter-relação inexorável na qual a comunicação tem a capacidade ampliar a informação, “pois a informação só existe quando é comunicada e a comunicação não existe sem a informação” (WEBER; STUMPF, 2015, p.14). Ou seja, a informação é entendida aqui como uma parte do processo comunicativo (COSTA, LEITE, 2018), contudo esta interdependência não significa ausência de distinção entre os termos.

Assim como desenvolvido no texto de Weber e Stumpf (2015), é relevante considerar que existe uma separação quanto aos campos científicos, afinal lançam compreensões distintas para os objetos e problemáticas envolvidas, “no caso da informação se refere à ordem da representação e no caso da comunicação, à ordem da interação” (CÁCERES, 2002, p. 9 apud WEBER; STUMPF, 2015, p.22), mas não somente. Cabe destacar, portanto, que esta pesquisa visa gerar contribuições para o campo comunicacional, fazendo-se valer, em alguma medida e em segundo plano, de teóricos da Ciência da Informação com a finalidade de estruturar o pensamento crítico necessário para atingir os objetivos propostos.

Com o foco sendo a comunicação, chama-se atenção para o argumento de Oliveira (2004) que a assimila como algo constitutivo das realidades e identidades, sejam elas individuais ou coletivas. Principalmente, porque se entende que é através do processo comunicativo que se torna possível produzir, processar, veicular e consumir informação e conhecimento (PEREIRA; HERSCHMANN, 2002). Deste modo, é importante sublinhar que a comunicação é apreendida nesta dissertação para além de sua perspectiva instrumental, técnica e passiva, e sim como uma experiência, um fenômeno capaz de gerar reflexão, com potencial de alterar pessoas (MARCONDES FILHO, 2019).

Ao encontro disso, destaca-se que

O saber apenas se desenvolve a partir de um processo de comunicação, do estabelecimento de prioridades, da tomada de distância em relação ao primeiro contato com a informação, mas também é dependente dos espaços e canais de transferência de informação, assim como dos agentes que neles e com eles atuam e que acabam por mediar a ação comunicativa (GOMES, 2008, p.2)

Para Silva (2018), falar de comunicação é reconhecer sua presença em todos os níveis da vida social, uma vez que não se dissipa da existência humana, bem como define Wolton (2010, p.19) ao propor que “viver é se comunicar”. Em sua teoria, o autor argumenta que esta

natureza intrínseca da presença da comunicação na sociedade, pode ser compreendida através de três dimensões: a primeira é a que diz respeito ao plano tecnológico, cuja percepção é agradável e fácil; já a segunda refere-se a dimensão cultural, caracterizada por sua complexidade; e por último, a dimensão econômica da comunicação. Com isso em perspectiva, pontua-se, para um entendimento futuro, que tais dimensões serão retomadas.

Além disso, chama-se atenção para a própria etimologia associada à palavra em latim: *comunicare* que constitui a ideia do ato de tornar algo comum. Contudo, comunga-se da ideia de Wolton (2010, p.27), que compreende que esta é uma concepção que não mais se sustenta — pertence ao plano do ideal —, uma vez que, atualmente, a comunicação deixa seu aspecto de partilha e se aproxima de uma postura de “conviver e administrar discontinuidades”, em outras palavras, a comunicação é suprimida pelos conflitos sociais, ao mesmo tempo que é a partir dela que esses conflitos podem ser revistos.

Para o autor, o que se tem em abundância é informação, sendo a comunicação uma raridade, reflexo da própria ampliação da influência das tecnologias comunicacionais na vida dos sujeitos e suas estruturas cada vez mais globalizadas. Posto essa centralidade, o capítulo II se dedica à apresentação de como essas estruturas tecnológicas impactam na cidadania, mas, por agora, cabe ressaltar que a comunicação é situada por Wolton (2010) como um processo que exige interação e diálogo, sendo a informação um elemento de caráter objetivo, compreendida como um dado (não necessariamente comunicado).

Ainda sobre informação, considera-se a necessidade de não se negligenciar os aspectos motivacionais e intencionalidades presentes nos indivíduos que a utilizam, fomentados por uma dinâmica social presente nas ações e na cultura como um todo (ARAÚJO, 1992). Com isto em perspectiva, entende-se informação como uma construção social dependente dos atores que a produzem, utilizam e promovem, e que possui o poder de racionalizar as atividades sociais (DOWBOR, 2004), cuja construção ocorre através dos processos comunicativos, reforçando a relação entre comunicação e informação. Logo, o que se destaca dessa congruência abordada — e que será aprofundada ao longo da pesquisa —, é o potencial de transformação dos sujeitos, de expor e compreender realidades através do desenvolvimento do campo simbólico, sendo essa dinâmica importante para se pensar cidadania criticamente.

Compreendê-la, portanto, criticamente significa também retomar alguns aspectos constitutivos. Neste sentido, Signates e Moraes (2016) afirmam que a cidadania na era moderna surge com base no princípio da igualdade formal (originalmente burguês) entre as pessoas diante do Estado, cujo poder precisava ser restringido. Os autores afirmam também que este cenário foi caracterizado pela concepção da igualdade como um fundamento para o exercício

da justiça social e da política. Além disso, destaca-se que a condição cidadã está relacionada aos Direitos Humanos que funcionam como condições e metas para a cidadania, perpassando por quatro horizontes: 1) defesa da pessoa humana, 2) prestação social, 3) proteção perante terceiros, e 4) a não discriminação (SIGNATES; MORAES, 2016).

Também apresentam no texto a classificação desenvolvida por Bobbio que, por sua vez, compreende a cidadania a partir de quatro tipos de direitos (também chamado de gerações), cuja divisão pode ser denominada da seguinte forma: “na primeira geração encontram-se os direitos individuais, na segunda os sociais, na terceira os direitos ligados ao ambiente e ao consumo e, na quarta, a que nos interessa mais diretamente, os direitos a reivindicação de direitos” (SIGNATES; MORAES, 2016, p.17). Com isto em perspectiva, os autores consideram que é neste último estágio que se atinge, mais especificamente, o caráter pragmático do direito como comunicação.

Em outra abordagem, Marshall (1967) desenvolve, — com referência no contexto e especificidades socioculturais da Inglaterra — uma visão sociológica da cidadania a partir de três tipos de direitos: civis, políticos e sociais. Em resumo, o autor compreende que “os elementos civis de interesse individual, os elementos políticos voltados à governabilidade e os elementos sociais garantidores do bem-estar mínimo na sociedade” (apud SIGNATES; MORAES, 2016, p.3). Além disso, faz-se necessário pontuar que esses três tipos são apreendidos pelo autor através de um aspecto processual, ou seja, como um passo a passo histórico.

Porém, segundo José Murilo de Carvalho (2010), no contexto brasileiro, essa ordem foi alterada e marcada, primeiramente, pelos direitos sociais, que foram inseridos durante a ditadura na qual os direitos civis foram retirados, posteriormente, vem a conquista dos direitos políticos, que ocorreu num momento em que a representação política era uma farsa do regime, e por fim, os direitos civis. Ou seja, no Brasil, “a pirâmide dos direitos foi colocada de cabeça para baixo” (CARVALHO, 2010, p. 220), desenvolvendo conseqüentemente uma compreensão de cidadania e de cidadão singular. Ainda neste sentido, Carvalho (apud SIGNATES; MORAES, 2016) complementa que a cidadania não pode ser entendida como evolucionista, pois podem existir retrocessos e desvios que Marshall não abordou e nem previu.

Há ainda uma outra articulação teórica feita pelos autores que resgata o pensamento de Cortina (2001), que diz respeito à cidadania como elemento constitutivo das identidades coletivas e que promove o sentimento de pertencimento a uma comunidade e de justiça social. Assim como acrescenta Rosales (1997, p.286), a

(...) ciudadanía capacita al individuo (en el sentido de dar derecho) a participar en la vida política de la comunidad. Es capacitación igualitaria en la medida en que parte del reconocimiento de la igual capacidad cívica de todo ciudadano a actuar políticamente. Pero lo es también universalista, en la medida en que significa la participación de un estatuto universalista de derechos, normativamente compartido por cada individuo, en razón de su misma humanidad.

Entende-se, em complementaridade, que o “reconhecimento da sociedade por seus membros e consequente adesão por parte destes aos projetos comuns são duas faces da mesma moeda que, ao menos como pretensão, compõem esse conceito de cidadania que constitui a razão de ser da civilidade” (CORTINA, 2001, p. 21). Ou seja, para Cortina (2001) cidadania é uma relação política, não estática e independente dos aspectos institucionais — entendida como um processo caracterizado pela construção contínua dos direitos. Neste sentido, Bobbio (1992 apud LAHNI, 2016) afirma que o problema fundamental relacionado aos direitos humanos, não é o de justificá-los, mas sim o de garanti-los.

Desta forma, faz-se necessário destacar que, atualmente, a cidadania “deixa de ser concebida (...) como o centro de imputação de direitos e deveres nas relações jurídicas entre indivíduos e Estado para adquirir um estatuto mais difuso, indefinido e enodado, com contornos indefiníveis” (GORCZEWSKI; BELLOSO MARTIN, 2018, p.63). Os autores ainda abordam que este novo contorno reflete uma crise do Estado-nação, fomentada pela privatização do espaço público que transformou a perspectiva de cidadão em consumidor, estabelecendo um status econômico que, por sua vez, tem o poder de gerar e reforçar as desigualdades.

Neste caso, Gorcevski e Belloso Martin (2018, p.71) vão ao encontro do que Cortina (2001) apresenta e apontam para a necessidade de se pensar uma nova cidadania, capaz de superar a ideia do Estado como fomentador total, com base em uma perspectiva que reconheça uma realidade heterogênea e complexa, e que agregue “democracia, liberdade de manifestação, de contestação, respeito a todos integrantes da comunidade, aos seus credos, aos seus valores, as suas culturas”.

Em contrapartida, ao refletir sobre esses pressupostos, é interessante resgatar e apresentar a discussão que Kunsch (2017) desenvolve ao questionar sobre quem e em que medida pode exercer e participar. A autora entende a cidadania através de dois polos: o do direito e o da existência de uma incapacitação política devido aos recursos sociais (domínio e

acesso). Conclui ainda, a partir da concepção de Dahrendorf, que muitas pessoas não se sentem parte da cidadania ao vivenciarem situações precárias em seu cotidiano e que, deste modo, a mesma estaria garantida apenas no papel.

Portanto, há necessidade de se fomentar uma compreensão sobre cidadania como algo que precisa de ativismo constante, já que sua garantia não se dá de forma orgânica e estática. Para Araújo (1992), o primeiro passo deste processo é a tomada de conhecimento sobre uma determinada situação de opressão — não sendo esta uma ação espontânea, mas sim fundamentada através de processos educacionais que se fazem valer da comunicação — e o desenvolvimento de uma consciência sobre a possibilidade de uma mudança ser efetivada. Afinal, “as pessoas envolvidas em tais processos desenvolvem o seu conhecimento e mudam o seu modo de ver e relacionar-se com a sociedade e com o próprio sistema dos meios de comunicação” (PERUZZO, 2007, p.22).

Ao encontro do que foi exposto até aqui, é possível apontar a existência de uma relação fundamental entre cidadania, comunicação e informação, uma vez que a informação sobre os direitos é um fator central para construção da cidadania, sendo impossível pensar uma sem a outra, pois a busca pelos direitos civis, políticos e sociais demanda o seu conhecimento e reconhecimento (TARGINO, 2000), ao mesmo tempo que são os direitos que asseguram, ou pelo menos deveriam, o acesso à informação e a comunicação. Neste sentido, “considera-se que o direito à informação é a condição essencial para o da cidadania” (ARAÚJO, 1992, p.47). Embora Ramos (2005) concorde com esta perspectiva, pondera que é preciso pensar este direito para além do ato de ser informado, sendo relevante desenvolver o entendimento da comunicação como um direito na próxima seção.

Por fim, compreende-se que a relação social se constrói por meio da comunicação e da própria significação da cidadania (como o sujeito comunica e conhece seus direitos, o que precisa ser alterado e como fazer isso), ampliando ou reduzindo horizontes sobre situações sociais permeadas por desigualdades e que impedem a participação plena. Desta forma, a próxima seção investiga o histórico da comunicação como um direito social, o que o diferencia do direito à informação, qual sua importância na atualidade e como se alinha à cidadania e sociedade como um todo.

## 1.2 Comunicação como direito social

O Relatório MacBride, aprovado na 21ª Conferência Geral da UNESCO no ano de 1980, foi um documento que identificava a existência de um desequilíbrio informacional, apresentava algumas estratégias para alterar o cenário e reconhecia, enfim, o direito à comunicação (VANNUCHI, 2020). Além disso, trouxe reflexões para a efetivação de um modelo de comunicação global, caracterizado pela horizontalidade do fluxo de informação e conhecimento, com o foco de descentralizar poder e riqueza, promovendo a emancipação de todos os povos, priorizando a radicalização da democracia (VANNUCHI, 2020).

Ao aproximar o tema do contexto brasileiro, é possível apontar que ainda que a Constituição Federal de 1988 já apresentasse, discretamente, indícios sobre o direito à comunicação, ele não era entendido e nomeado como tal — estava ligado estritamente aos direitos de liberdade de expressão —, porém quando as questões acerca do tema foram se modificando e se tornando mais complexas, essa concepção se tornou insustentável (DOS SANTOS, 2021). Desta forma, o direito à comunicação foi reconhecido no ano de 2009, através do Decreto nº 7.037 de 21 de dezembro do mesmo ano. Sendo esse diferente do direito à informação, visto que o último diz respeito à “liberdade de expressar opiniões sem interferência e de buscar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e sem limitações de fronteiras” (VANNUCHI, 2018, p.169).

Já o direito à comunicação surge quando o conceito anterior não é o suficiente para o exercício pleno da comunicação, sendo caracterizado pelo “compromisso com a democratização da informação e com a multiplicidade de vozes, entendendo o direito à informação também como a liberdade que toda pessoa tem de produzir informação e ser ouvida, e não somente de consumir informação produzida por outro” (VANNUCHI, 2018, p. 170). Além disso, Dos Santos (2021, p.187) compreende que o direito à comunicação “é fundamental para a promoção da dignidade da pessoa humana (...) em viver numa sociedade que garanta o seu desenvolvimento crítico e intelectual na medida que obtém acesso às informações e com elas dialoga”. Contudo, a autora pondera que o cenário brasileiro apresenta alguns desafios, como a existência de monopólios da informação, bem como os problemas gerados pelas *fake news* (DOS SANTOS, 2021), elementos que serão considerados e aprofundados no decorrer do trabalho.

Ao encontro disso, para Peruzzo (2007), o referido direito precisa negar que grandes grupos políticos e econômicos sejam detentores da comunicação, bem como pressupõe o direito à produção de mensagem autênticas, livres de preconceito e acesso ao poder de produzir

comunicação. Para a autora, a democracia no poder de comunicar é condição para ampliação da cidadania. Logo, faz-se necessário pensar numa perspectiva que amplie as esferas públicas, estimulando a participação popular em todo seu espectro de diversidade, e que esteja cada vez mais estruturada para influenciar, democraticamente, as ações do Estado (VANNUCHI, 2018).

Portanto, as multiplicidades de vozes são fundamentais para compor as disputas de poder existentes em nossa sociedade, pois tensionam a discussão da comunicação da informação como fenômeno central para a construção do conhecimento — dentre eles o conhecimento sobre os direitos. Entende-se que, através da comunicação, surge a possibilidade de fortalecer e ressignificar a cidadania, à medida que produz novas concepções sobre quem é o sujeito, qual espaço que ele ocupa na estrutura social, bem como por carregar, intrinsecamente, a potencialidade de transformar a informação sobre os direitos dos sujeitos mais acessível.

### **1.3 Comunicação mediada**

Neste ponto do trabalho, discute-se, especificamente, a comunicação mediada e como ela permeia a vida social e influencia na constituição dos sujeitos atualmente. Deste modo, esta seção compreende questões relativas ao impacto da comunicação na organização social como um todo, apresentando discussões iniciais sobre as estruturas tecnológicas que configuram os meios de comunicação. Nesta oportunidade, também são apresentados os desafios que emergem destes espaços, a fim de pensá-los, posteriormente, a partir da vivência dos sujeitos de pesquisa e as barreiras existentes para a promoção da cidadania.

Com isto em perspectiva, destaca-se que as mídias atuais se caracterizam, principalmente, pela capacidade de comportar um grande volume de trocas de informações entre diferentes usuários das tecnologias, produzindo novos produtos numa velocidade nunca vista (RÉGIS; CAMPOS, 2009, p. 2885 apud BARROS; OLIVEIRA, 2017). Além disso, combina processos de interatividade e cooperatividade descentralizada, cuja dinâmica pode servir como um meio de fortalecer a sociedade civil, instituindo uma sociedade com ferramentas que possibilitam a ampliação e democratização da esfera pública — visto que facilita o intercâmbio de conhecimento (MORAES, 2001 apud BARROS; OLIVEIRA, 2017).

Hjarvard (2014) explica que essa esfera pública citada, diferencia-se do que Habermas propõe, uma vez que, em sua prática, não está restrita à deliberação racional e política, e que se encontra aberta à representação e discussão sobre diversas questões das instituições sociais,

fazendo-se valer desde uma perspectiva racional até irracional. O foco, na concepção do autor, é que essa mediação proporciona um fluxo informacional capaz de orientar os indivíduos e as organizações em suas práticas, bem como promove a institucionalização da vida social. Desta maneira, não é possível centralizar a discussão nas reverberações técnicas das mídias, fazendo-se necessária também a abordagem das questões estruturais advindas desta configuração, o que Hjarvard (2014, p.32) chama de condição midiaticizada. Para o autor, isso quer dizer

que os meios de comunicação tanto conectam as partes individuais da sociedade mais ampla, ao constituírem espaços públicos comuns para a reflexão sobre assuntos coletivos, quanto estão situados dentro das unidades menores da sociedade, por exemplo, o universo familiar.

Para Braga (2018), isso acontece, pois a midiaticização estabelece modos de interação social diferentes do que se tinha antes, produzindo direcionamentos próprios que compõem e atravessam os diversos campos sociais. O autor ainda compreende que a apropriação dos recursos materiais e simbólicos instituídos nesta dinâmica, desenvolve um espaço para mudanças sociais e culturais. Ou seja, na sociedade da midiaticização, “a cultura midiática se converte na referência sobre a qual a estrutura sócio-técnica-discursiva se estabelece, produzindo zonas de afetação em vários níveis da organização e da dinâmica da própria sociedade” (FAUSTO NETO, 2008, p.93).

Há, desta maneira, uma sobreposição dos campos sociais e, neste sentido, tais dinâmicas comunicacionais também passam a influenciar no modo de acessar e produzir conhecimento sobre determinados direitos, como se espera investigar ao longo do trabalho. De modo geral, a midiaticização pode ser entendida como uma nova forma de sociabilidade, decorrente de uma determinada lógica midiática (BARROS, 2012) que influencia não apenas os meios de comunicação, mas também outras instituições e a sociedade no geral através de uma comunicação permeada por práticas institucionalizadas, e que, portanto, possui regras e recursos próprios (HJARVARD, 2014).

Ou seja, a sociedade é composta por um cenário no qual a mídia não apenas descreve o mundo social, como se envolve nele (THOMPSON, 2011). Verifica-se, a partir desta argumentação, a influência da comunicação na construção do plano simbólico, na sua essência de representar diversas dimensões da vida social, bem como é possível observar sua influência na remodelação dessas mesmas dimensões, no sentido de que os meios de comunicação também ampliam o simbólico presente no processo informativo (SILVA, 2018).

Contudo, Hjarvard (2014, p.40), fazendo-se valer de uma visão ampla, aponta que o recurso verdadeiro das mídias é o de controlar “como a informação é representada, como as relações são construídas e para qual finalidade social as ações comunicativas servem”. Em consonância, Barros e Oliveira (2017) afirmam que os aparatos tecnológicos são dependentes das tendências econômicas, e acabam por manobrar a informação e a comunicação que deveriam ser fontes de transformação social e libertação. Neste sentido, para Araújo (1992) a comunicação deixa de ser entendida como um bem comum para ser uma mercadoria por excelência, gerando relações de poder assimétricas.

Dowbor (2004) situa que os atuais sistemas comunicacionais não foram pensados para garantir a participação cidadã, apontando sua precariedade em informar sobre impactos sociais no cotidiano. Para o autor, isso resulta em um comportamento cada vez mais direcionado para a vantagem individual e de curto prazo, fazendo com que a função racionalizadora da informação se perca. De modo geral, observa-se que a cidadania muda quando as estruturas comunicacionais se modificam, pois novas lógicas são instaladas, e formas de comunidades e diálogos revisadas.

Consequentemente, quanto mais uma sociedade incorpora as mídias e suas dinâmicas materiais e simbólicas, inevitavelmente, mais as relações de poder perpassam por esses processos, destacando a necessidade de se investigar essas relações nas redes sociais digitais — reforçando a justificativa sobre o recorte e a relevância da pesquisa ora proposta. Com isto em perspectiva, faz-se necessária a discussão sobre como a comunicação pode estabelecer ou reformular as relações de poder presentes na sociedade.

#### **1.4 Comunicação e relações de poder**

A comunicação, como já foi apresentada, modula a sociedade, bem como altera as estruturas sociais que, às suas vezes, são permeadas por relações de poder. Portanto, apresenta-se nesta etapa uma reflexão sobre a ligação existente entre tais relações e a comunicação, quais são as possibilidades comunicacionais de reforçar ou alterar uma dada situação de assimetria, e como isso se relaciona às perspectivas cidadãs.

Thompson (2011) — autor que desenvolve uma ampla discussão sobre as relações de poder e as perspectivas ideológicas nos produtos comunicacionais — propõe uma concepção ampla sobre poder que pode ser sintetizada como a capacidade dos indivíduos de agirem em busca de objetivos e interesses próprios. Ou seja, não se pode dizer que o termo está, em sua

essência, associado a uma perspectiva de assimetria, como algo negativo em si, estruturado para gerar danos ao desenvolvimento de uma sociedade democrática. O autor ainda expande sua concepção ao propor que as relações de poder que são sistematicamente assimétricas, podem ser entendidas como relações de dominação. Esse é um pressuposto importante para o desenvolvimento da pesquisa, visto que a análise objetiva compreender sobre as disputas que os sujeitos de pesquisa estabelecem diante da dominação no cotidiano de mulheres trabalhadoras, e como a comunicação é utilizada para desconstruir ou, minimamente, fazer com que outros sujeitos pensem sobre essas assimetrias existentes.

É possível aprofundar a discussão a partir do que propõe Soares (2010), pois ainda que a autora articule o poder da comunicação nas organizações, é possível ampliar o conceito e aproximá-lo das questões que permeiam esta pesquisa, já que as organizações se constituem como subsistemas sociais dentro de uma sociedade (TRINDADE, 1974). Soares (2010, p.2) aponta que se pode observar “as relações de poder que se impõem no trâmite da informação, durante a comunicação entre as partes envolvidas” e, portanto, “controlar a comunicação e dominar a informação são formas de exercer poder”. Informação é poder na medida em que quanto mais informação alguém possui sobre determinada situação ou coisa, maior vantagem possuirá em relação aos outros, visto que será detentor de um poder assimétrico. Contudo, não se pode focar apenas na concepção do indivíduo como produtor autônomo de dominação, é relevante, neste caso, estender a discussão para as influências das empresas que dominam e constroem os ambientes comunicacionais da atualidade, cuja atuação segue os princípios da lógica do capital.

Em complemento, entende-se que o poder precisa da comunicação e que, portanto, o poder na comunicação está na dinâmica e estrutura da nossa sociedade (CASTELLS, 1999, p.23). Assim, é “do entrecruzamento de (...) poder e saber, é que se dá a constituição do sujeito” (FERREIRINHA; RAITZ, 2010, p.382,). Neste sentido, comunga-se da ideia de Said (2002, p.13) que pontua que o poder não se separa da informação pois “é por conta do acesso às redes de informação que o sujeito constrói discursos que fazem prevalecer certas identidades, vontades e interesses”.

Esta perspectiva direciona a discussão para as relações de poder no que diz respeito à produção, transmissão e recepção das formas simbólicas (THOMPSON, 2011), entendidas como produtos comunicacionais. Tais produtos não são apenas expressões de um determinado sujeito — estão, geralmente, presentes em um contexto histórico específico, permeados por diferentes capacidades de produção, e que podem carregar traços das condições sociais. Além

disso, as formas simbólicas são recebidas por outro sujeito que apresenta outras condições e contextos que serão empregados no processo de interpretação (THOMPSON, 2011).

De modo geral e retomando algumas reflexões realizadas até o momento, resgata-se o que propõe Dominici:

A comunicação pode ser entendida como um processo social de compartilhamento de conhecimentos, passou a assumir uma centralidade estratégica em todas as esferas da prática individual e coletiva: considerando estabelecida a equação conhecimento = poder, segue-se que os processos, as dinâmicas e instrumentos voltados para o compartilhamento do conhecimento só podem levar a uma reconfiguração dos sistemas de poder (apud DOMINICI, 2020, p.28).

Deste modo, entende-se que a comunicação pode constituir e fortalecer as relações de poder assimétricas, ao mesmo tempo que é a partir dela que as assimetrias podem ser revisitadas, pois ainda que a informação seja intrínseca às relações de poder, seu caráter emancipador não se esgota (WOLTON, 2010). Afinal, “Information is vital for individual citizens, communities, and citizen’s organizations if they are to fully participate in the democratic process” (CALLAND, 2002, p.73).

Contudo, como já mencionado na discussão sobre cidadania, não se pode pensar que essa dinâmica de ruptura do *status quo* é natural, uma vez que existe o contraponto da questão: as consequências geradas pelo não acesso à informação, como, por exemplo, distanciamento político e social que prejudica o desenvolvimento do senso de comunidade e de cidadania — posto que impede os sujeitos de conhecerem criticamente suas realidades e se mobilizarem.

Faz-se necessário pontuar também que a falta de acesso é entendida para além do ato de não conseguir informação: diz respeito às dinâmicas interpretativas individuais, cuja complexidade precisa ser constantemente considerada no processo comunicativo. Ao encontro disso, é possível apontar, brevemente, que o poder da desinformação atua como uma ditadura, na medida em que isola a população do conhecimento, tornando-a facilmente dominada e confusa com as demandas da sua situação social, gerando submissão, principalmente, das classes mais populares e uma precarização da cidadania (ARAÚJO, 1992).

Embora se vivencie um momento em que a comunicação e as tecnologias configuram-se de modo distinto da época do autor, é interessante observar a permanência da desinformação nos dias atuais e que, com uma roupagem distinta, prova que mais informação disponível não significa mais comunicação (WOLTON, 2010). Percebe-se que a desinformação esbarra e reforça diversos conflitos sociais, como será detalhado no capítulo seguinte, distanciando-se

da comunicação entre os sujeitos. Pode-se pensar ainda esta questão de outro modo e pontuar que quanto mais informação existir, mais haverá alguém a filtrando (WOLTON, 2010), processo que se relaciona com a produção e fortalecimento das relações de dominação.

Com base nas reflexões apresentadas até aqui, entende-se que a informação e a comunicação estão intimamente atreladas ao reconhecimento das situações sociais e às possibilidades de revisão das relações de poder, embora se reconheça a presença de barreiras. Entre elas, é possível apontar a dificuldade de fazer com que um conhecimento útil chegue “à pessoa certa, em tempo hábil, de forma compreensível” (COSTA; LEITE, 2018, p.29). Com isto em perspectiva, a próxima seção visa refletir sobre a importância da estratégia comunicativa para atingir tal objetivo.

### **1.5 Estratégia comunicativa**

Gomes (2008) compreende que é por meio das estratégias que se torna possível produzir conhecimento, pensando-o, para esta pesquisa, além dos canais formais de educação, e isso “pode desencadear um processo consequente de transformação da prática cotidiana” (HENRIQUES; NETO, 2001, p.11), ou seja, ainda que os desafios se apresentem, a prática emancipadora da informação persiste, tanto em seu nível individual como coletivo. Ao encontro disso, não se pode olvidar que é através da comunicação que a informação pode ser estrategicamente inserida e efetivada, uma vez que o agente da informação se torna comunicador ao adequar a estrutura de sua mensagem às condições a quem se destina, bem como ao descobrir o resultado que é gerado a partir das práticas sociais do grupo ao qual este destinatário pertence e a situação de classe existente (FREIRE, 1991).

Neste caso, embora o estudo não se debruce em detalhar o conceito de estratégia e de sua aplicação ao campo comunicacional, é importante situar o que se entende ao propor o termo nos parâmetros da referida argumentação. Desta forma, compreende-se que uma comunicação estratégica pode ser assimilada, de modo amplo, como aquela que “encompasses all communication that is substantial for the survival and sustained success of an entity. Specifically, strategic communication is the purposeful use of communication by an organization or other entity to engage in conversations of strategic significance to its goals” (ZERFASS et al, 2018, p.493). Os autores apontam ainda quatro implicações desta definição: (1) nem toda comunicação intencional é estratégica; (2) conversas de importância estratégica podem ocorrer em diversos ambientes, desde de esferas globais até conversas privadas; (3) esta

comunicação inclui produção de mensagens, bem como a criação de um ambiente de escuta, promovendo diálogos com as partes interessada; (4) o termo “entity” pode agrupar governos, corporações com e sem fins lucrativos, movimentos sociais e indivíduos na esfera pública.

Além disso, Davenport (1998) entende como estratégia a compreensão do comunicador sobre a formação e contexto cultural externo de seu público, e a modulação do conteúdo da informação a fim de não comprometer a interpretação das informações. E mais do que isso, “não se trata apenas de organizar ou controlar um conhecimento escasso, mas especialmente de orientar o usuário para um conhecimento que atenda suas necessidades concretas no menor tempo e com menor custo” (FREIRE, 1991, p.51), uma vez que a informação se submete a lógica do sistema capitalista. Também é importante a entendermos como um processo, no qual “Strategic actions often do not have immediate consequences; therefore, they cannot be quickly corrected or reversed” (ZERFASS et al, 2018, p.493).

Neste sentido, Oliveira (2004) aponta que estratégias são vitais e que possuem o poder de influenciar diretamente os públicos e interferir na agenda do campo midiático, as quais podem estar voltadas para

(...) criar condições de participação nas quais os participantes de um determinado processo comunicacional se transformem em sujeitos de argumentação e de opinião, para buscar esclarecimentos e propor ações e processos de sociabilidade baseados em princípios de cooperação e de compartilhamento de sentidos, ao contrário dos processos comunicacionais voltados para o exercício do poder de dominação, de manipulação e de coerção (OLIVEIRA, 2004, p.61).

Ou seja, embora o conceito de estratégia seja comumente utilizado pelo setor privado para designar a potencialização de resultados organizacionais, não se restringe a isso, visto que “is a term used in many fields and by many actors in society” (ZERFASS et al, 2018, p.491). Dentre eles, a dissertação também busca entender as estratégias utilizadas na comunicação produzida por movimentos sociais, denominada de comunicação popular — comprometida com as coletividades, com a cidadania e com a revisão de poder da comunicação hegemônica.

Com isto em perspectiva, situa-se que a comunicação estratégica para a promoção da cidadania está, muitas vezes, direcionada para a tentativa de superar algumas barreiras tecnológicas, sociais e econômicas, buscando potencializar discussões e denúncias sobre realidades sociais. Neste sentido, cabe destacar que a comunicação popular é marcada pelo foco no senso de coletividade e visa colocar à público situações que impedem a construção de uma sociedade mais justa (PERUZZO, 2006). Ou seja, é uma comunicação fundamental, mas não exclusivamente, para o fortalecimento de uma sociedade democrática.

Peruzzo (2006) esclarece que a comunicação popular tem origem no Brasil, e na América Latina como um todo, por volta dos anos 1970 e 1980, a partir das ações de

movimentos populares e por isso carrega, intrinsecamente, o caráter mobilizador da coletividade. Trata-se de uma comunicação feita pelo e para o povo, bem como se caracteriza por ser “uma forma de expressão de segmentos excluídos da população, mas em processo de mobilização visando atingir seus interesses e suprir necessidades de sobrevivência e de participação política” (PERUZZO, 2006, p.2).

Segundo a autora, a comunicação popular também já foi chamada de comunitária e alternativa, mas ao longo dos anos os termos assumiram características específicas, embora, por exemplo, acabem convergindo e reproduzindo alguns princípios. Complementa ainda que a comunicação alternativa, surgiu para se referir, a princípio, à comunicação popular e, posteriormente, para situar uma imprensa não alinhada à mídia tradicional. Já comunicação comunitária é entendida como um

(...) canal de expressão de uma comunidade (independente do seu nível sócioeconômico e território), por meio dos qual os próprios indivíduos possam manifestar seus interesses comuns e suas necessidades mais urgentes. De ser um instrumento de prestação de serviços e formação do cidadão, sempre com a preocupação de estar em sintonia com os temas da realidade local. Portanto, recorre a princípios da Comunicação Popular (DELIBERADOR; VIEIRA, 2005, p.8 apud PERUZZO, 2006, p.9).

Ao encontro disso, Kaplún (1985, p.17 apud PERUZZO, 2006, p.3) apreende que a comunicação popular e alternativa vê os meios de comunicação como “instrumentos para uma educação popular, como alimentadores de um processo educativo transformador”. Em complemento, Peruzzo (2006) ainda cita a perspectiva de Gimenez (1979) cujo entendimento está pautado numa comunicação que visa quebrar a lógica da dominação, surgindo do povo através de seus próprios códigos. Retoma-se, portanto, a ideia de que é possível através dela — e de seus conteúdos articulados — formar criticidade, proporcionando mudança e transformação social (BARROS; OLIVEIRA, 2017).

Portanto, o objetivo é a pluralidade de vozes e, assim, a visibilidade para a identidade e cidadania democrática de grupos diversos, em especial os minoritários (LAHNI, 2016). A visibilidade, por sua vez, é um princípio importante para a estratégia na comunicação popular que, para Henriques (2004), está centrada na necessidade de reivindicar e tornar as condições públicas, promovendo apelos para a mobilização daqueles que não compartilham do mesmo espaço e tempo. Ou seja, diz respeito à convocação para mudar uma realidade que tem como base o consenso estabelecido sobre os propósitos comuns (HENRIQUES, 2004).

Neste sentido, cabe desenvolver as ideias iniciais a respeito dos sujeitos de pesquisa, já que fornecem insumos para entender as configurações da comunicação digital para a promoção da cidadania. É preciso pontuar, primeiramente, que a escolha objetivou ter um parâmetro de complementaridade sobre realidades que são tão complexas quando se fala de mulheres trabalhadoras: um movimento social e outro de origem corporativa, Movimento de Mulheres Camponesas e Movimento Mulher 360°, respectivamente. Embora possuam origens distintas, convergem ao se comprometerem com a divulgação de produtos comunicacionais voltados para a reflexão de vivências e direitos das mulheres — com enfoque nas questões trabalhistas.

Ou seja, relacionando o capítulo I aos atores estudados, se revela a importância de entender qual é o tipo de ativismo que cada movimento propõe e como isso se reflete na comunicação digital, na cidadania e na sociedade como um todo. Em consonância, é preciso apontar quais são as barreiras enfrentadas, as diferenças, semelhanças, e como, e se, seus produtos comunicacionais visam reconfigurar as relações de poder assimétricas, e se subvertem, ou assimilam, as lógicas neoliberais diante da configuração do ambiente em que serão analisados. Espera-se, portanto, refletir sobre o impacto da comunicação digital na difusão da informação sobre os direitos das mulheres.

Contudo, antes de adentrar às discussões sobre movimentos sociais e as maneiras de tornar pública uma dada condição, faz-se necessário refletir sobre o ambiente que está em evidência na análise proposta. Logo, o próximo capítulo aprofunda a discussão inicial aqui apresentada sobre as estruturas tecnológicas, mais especificamente, dedica-se à compreensão das estruturas das redes sociais digitais e como elas alteram os processos comunicativos, aprofundando a investigação sobre os desafios comunicacionais relacionados à cidadania.

## **CAPÍTULO II – COMUNICAÇÃO DIGITAL: PERSPECTIVAS SOBRE AS REVERBERAÇÕES INFORMACIONAIS NO AMBIENTE ON-LINE**

Propõe-se nesta etapa uma reflexão sobre o ambiente em que se desenvolve a análise: as redes sociais digitais. Desta forma, fomenta-se uma discussão sobre suas estruturas e lógicas de funcionamento que influenciam as dinâmicas comunicacionais que se espera observar. Para tal, recorre-se aos autores que se dedicam a compreendê-las a partir de complexidades, tendências, limitações e desafios legais e sociais.

Neste capítulo, ao encontro do que foi discutido no anterior, aponta-se em que medida a internet e seus atores contribuem ou fragilizam a construção de espaços digitais voltados para o desenvolvimento da cidadania, bem como se busca nomear os problemas informacionais a serem superados e as possíveis formas de pensá-los criticamente. Neste sentido, cabe ressaltar que a argumentação desenvolvida sobre a comunicação digital é de caráter contemporâneo, agregando discussões a respeito de exclusão digital, informação em abundância, *Fake News*, bolhas informacionais e algoritmos. São apresentadas, em complemento, perspectivas teóricas para detalhar essas problemáticas, fazendo-se valer de conceitos relativos às diferentes literacias — mais especificamente três: mediática, informacional e digital.

De modo geral, parte-se do princípio de que “o estudo de tais redes torna-se, assim, essencial para compreender os fatores que contribuem para desencadear aprendizagens e o surgimento ou a intensificação de valores de cultura de participação” (LUVIZOTTO, 2016, p. 297). Logo, o que se espera é uma abordagem que considere tanto o potencial da internet de facilitar a reunião de interesses coletivos e de criar senso de comunidade por meio da livre comunicação, quanto os seus entraves para a cidadania: propõe-se uma perspectiva que considere sua ambivalência social, cujo objetivo é compreender quais são as possíveis apropriações em prol do interesse público.

Cabe citar, brevemente, as redes sociais digitais que serão observadas em outro capítulo: Facebook e o Instagram — plataformas utilizadas por ambos, justificando tal recorte. Num panorama geral, destaca-se que, no início do mês de julho de 2022, o Movimento de Mulheres Camponesas possuía 5 mil e 742 seguidores no Instagram, e no Facebook 8 mil e 448 seguidores, e 7 mil e 682 curtidas. Já o Movimento Mulher 360°, continha 4 mil e 339 seguidores no Instagram, e no Facebook 36 mil e 476 curtidas e 36 mil e 384 seguidores. Deste modo, espera-se apontar, em capítulos posteriores, como esses movimentos se comunicam com tais usuários através das estruturas e os processos descritos nesta oportunidade.

## 2.1 Redes sociais digitais: configurações e impactos sociais

O ambiente virtual pode ser caracterizado como uma maneira de utilizar outras infraestruturas já existentes e que explora seus recursos através de um processo social e técnico (LÉVY, 2000), bem como “possibilita a articulação dos atores sociais de modo inter e correlacionado” (LUVIZOTTO, 2016, p. 299). Ou seja, pelo menos em tese, é uma rede composta por uma rede de informações que vai, além de veicular dados, reunir ideias comuns, romper barreiras, fazendo circular bens e capitais, possibilitando a convergência (RESENDE, 2016).

Já no que diz respeito à estrutura, caracteriza-se por ser descentralizada, proporcionando uma sensação de território livre, contudo, essa mesma característica, segundo Resende (2016), também leva à necessidade de se desenvolver uma regulamentação (RESENDE, 2016). Para Santos e Catarino (2016), a web está relacionada ao crescimento econômico e que, desta forma, é preciso se atentar às relações de poder existentes neste espaço, pois se alguém o controlar, sem precedentes, possuirá muito poder — cuja relação será aprofundada em outra oportunidade deste capítulo.

Deste modo, revela-se a necessidade de regulamentação da internet que apresenta princípios, garantias, direitos e deveres no seu uso. No caso do Brasil, deu-se através da promulgação da Lei 12.965/2014, também conhecida como Marco Civil da Internet, que pode ser resumida através de três eixos principais: neutralidade de rede, privacidade e liberdade de expressão (SANTOS; CATARINO, 2016). A centralidade do Marco Civil é tal que, segundo Resende (2016), tem sido apreendido como uma “Constituição da Internet”, uma vez que contém diretrizes e normas fundamentais sobre a rede e seu uso no Estado brasileiro. A autora chama a atenção para esta referência utilizada e aponta que se deve resgatar o fato de que, ainda que seja uma lei — ordinária — que protege diversos direitos fundamentais no ciberespaço, ela não pode ser entendida como uma legislação suprema, pelo contrário, precisa ser interpretada através da Constituição.

Além disso, pondera-se que

Embora o texto do Marco Civil prevê em seu Capítulo 1 (art.3), o livre acesso, a liberdade de expressão, a privacidade e a neutralidade da rede como princípios; e o exercício da cidadania em meios digitais; a mesma lei, também prevê em seu Capítulo 3 (art.9) que o governo poderá obrigar os provedores a indisponibilizar conteúdo e acesso aos usuários da internet por decreto de lei após consulta ao Comitê Gestor da Internet (CGI) e à Anatel. Conferindo, dessa forma, ao Poder Executivo, o poder de regular e abrandar o princípio da neutralidade da rede. Afetando a neutralidade da rede, o livre acesso às informações também é afetado (SANTOS; CATARINO, 2016, p.14).

Santos e Catarino (2016) apontam ainda a existência de outras controvérsias e questões abertas no Marco Civil, relacionadas à liberdade de expressão e direito à privacidade, uma vez que, por exemplo, se exige a guarda de seis meses do rastro digital do usuário, retirando a responsabilidade do provedor de internet por conteúdo gerados por terceiros, o que gera demora para exclusão de materiais impróprios, bem como outras problemáticas relacionadas à proteção de dados dos usuários. Reconhece-se que essas proposições e seu aprofundamento, ultrapassam os objetivos desta dissertação, contudo ajudam a estruturar o pensamento sobre o ambiente digital e suas dinâmicas. Além disso, as autoras finalizam o artigo propondo uma reflexão que contribui para o desenvolvimento da análise deste trabalho: questionam se o Marco Civil será respeitado de forma integral, ou se as empresas que ocupam a web se aproveitarão das lacunas existentes, promovendo controle social, afastando-se do ideal de liberdade e acessibilidade.

Neste sentido, observa-se que o alerta proposto pelas autoras é relevante para pensar as redes sociais digitais, posto que são feitas e configuradas de acordo com os interesses empresariais. Além disso, o recorte firmado também se justifica pelo fato de que esses espaços têm se tornado, cada vez mais, fundamentais para a busca de informações. Segundo o relatório do Digital News Report (2020), do Instituto Reuters, que advém de uma pesquisa realizada com 40 países, entre janeiro e começo de fevereiro de 2020, aponta que 67% dos brasileiros utilizam suas redes sociais digitais para tal finalidade. Foi a primeira vez, desde quando a pesquisa foi iniciada, que a televisão (66%) foi ultrapassada como fonte principal. Entre as redes, a mais citada pelos entrevistados foi o Facebook.

Voltando-se para um aspecto conceitual, pode-se afirmar que o uso do termo “rede”, segundo Recuero (2009, p.24), “é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores”. Neste sentido, é preciso ponderar que as redes sociais sempre existiram, mas foi através da mediação do computador que elas se tornaram uma forma dominante de organização social (CASTELLS, 2003). Logo, resgata-se o termo proposto por Recuero: “sites de redes sociais”, denominados também como redes sociais digitais ou redes sociais on-line, pois se trata de considerar as especificidades provindas do ambiente digital, no qual os nós das redes são formados por atores através de seus perfis, cujas conexões estabelecem, a partir da interação, laços sociais.

Boyd e Ellison (2007 apud RECUERO, 2009, p.102) as caracterizam como espaços que possibilitam “i) a construção de uma persona através de um perfil ou página pessoal; ii) a interação através de comentários; e iii) a exposição pública da rede social de cada ator”. Recuero (2009) ainda aponta os valores relacionados a esses espaços: a) visibilidade — refere-se à capacidade dos nós de se tornarem visíveis na rede; b) reputação — percepção de um ator

sobre os demais; c) popularidade — relativa à audiência, situa-se mais centralizado na rede e facilmente observado através das métricas; d) autoridade — capacidade de influência de um determinado nó, “é uma medida de influência, da qual se depreende a reputação” (p.113). Estes espaços articulam, portanto, diferentes níveis de sociabilidade e disputas destes valores, no qual “a discussão política (...) parte da negociação entre os usuários, que se valem de provimento de razões e interações para construir contextos” (SERIDÓRIO; LUVIZOTTO, 2017, p.84).

Ou seja, embora sirvam de suporte (reunindo-as) para interações que se tornarão redes sociais digitais, não podem ser consideradas, por si só, como redes sociais, pois são os atores que de fato possuem a capacidade de constituir uma determinada rede — são, desta maneira, espaços, na internet, para expressar as redes sociais (RECUERO, 2009). A autora também aponta que o diferencial dos sites de redes sociais é que eles possibilitam a construção e facilitam o desenvolvimento do capital social, o que muitas vezes não é possível ou é dificultado no espaço off-line.

Além disso, observa-se que as redes sociais digitais proporcionam um sistema informacional “eu-cêntrico”, no qual cada indivíduo possui o poder de se comunicar através de ferramentas que possibilitam a troca, distribuição, e reconfiguração de informações, permitindo autonomia para a participação, produção e circulação de conhecimento e que, portanto, influenciam a democratização da informação (RAMONET, 2012). Logo, emerge a ideia de que a internet possibilita ultrapassar as ações ideológicas e políticas provindas dos meios de comunicação hegemônicos (LUVIZOTTO, 2016). Pode-se pensar nestas redes sociais digitais como espaços para compor a cidadania através da difusão e autonomia de produção da informação, da reunião de interesses e/ou criação de comunidades.

Contudo, não se pode dizer que ela “alterou efetivamente as relações de poder, mesmo que tenha ampliado os espaços de participação. Essa estrutura tecnológica ainda é controlada por relações de poder econômico, político e culturais” (SERIDÓRIO; LUVIZOTTO, 2017, p.82). É preciso considerar, portanto, que estes espaços agregam ferramentas de análise de públicos e de seus comportamentos, buscando atingir um número cada vez maior de pessoas num menor tempo, da maneira mais assertiva possível, cuja dinâmica altera democracia como um todo e a forma dos sujeitos sociais de agirem (MACHADO; RIVERA, 2017).

Logo, ainda que a internet e as suas redes sociais digitais possibilitem um espaço público, cujas estruturas podem potencializar a cidadania através da circulação de informações produzidas por diferentes atores, também esbarram em outros elementos sociais. É com isso em perspectiva que a próxima seção aponta polaridades nos modos de compreender a internet, do mesmo modo que busca apontar como as lógicas comunicacionais nesse ambiente se

relacionam com a vida social e modificam o cotidiano, e de que maneira as relações de poder estão se reconfigurando ou, por outro lado, fortalecendo o *status quo*.

## **2.2 Lógicas de compreensão da internet**

Já foi estabelecida, neste trabalho, a relação entre informação e cidadania, e como a comunicação se articula neste contexto. Expandindo a concepção de comunicação para o ambiente da internet, a fim de aproximar a discussão dos objetivos de pesquisa, é relevante contextualizar como ela agrega os dois conceitos anteriores. Neste sentido, entende-se que a “internet (...) não é apenas uma tecnologia. É a ferramenta tecnológica e a forma organizacional que distribui informação, poder, geração de conhecimento e capacidade de interconexão em todas as esferas de atividade” (CASTELLS, 2003, p.220).

Contudo, destaca-se que a tecnologia por si só não tem autonomia para ser naturalmente voltada à cidadania, ou seja, assim como propõe Castells (2003), a internet não diz respeito a um universo próprio, paralelo, pelo contrário, o que ela faz é intensificar as questões já presentes no mundo, é a expressão de uma sociedade através de um código comunicacional. É preciso, portanto, relacionar os elementos sociais que a permeiam, uma vez que o “impacto das tecnologias digitais sobre o campo político está sempre intimamente relacionado com fatores culturais” (MARQUES, 2010, p. 132 apud SERIDÓRIO; LUVIZOTTO, 2017, p.82).

Senna (2020) aponta, em sua tese, dois posicionamentos recorrentes ao se discutir internet: aqueles que acreditam que o ciberespaço possibilita contribuições transformadoras e, por outro lado, aqueles que a compreendem como uma base para o fortalecimento de valores relacionados ao neoliberalismo e que se distanciam dos princípios democráticos. Deste modo, entende-se que é valioso compreender a complexidade da internet, e ter em perspectiva que suas reverberações não se limitam a uma avaliação unilateral: positiva ou negativa (DAHLGREN, 2001 apud ESTEVES, 2007).

Deste modo, a discussão sobre a internet como um ambiente democrático, surge pela sua própria estrutura descentralizada que, segundo Castells (2003), promove uma comunicação horizontal, não controlada e relativamente barata, caracterizada tanto pela relação de um para um, como de um sujeito para muitos. Henriques e Silva (2017) complementam que as promessas da internet perpassam pelas ideias de reunião dos interesses coletivos, promoção de autonomia dos sujeitos e vigilância sob o poder público. Essa última principalmente porque o ambiente digital possibilita uma construção coletiva, disponibiliza informações e, por

consequência, resulta em formação e movimentação, bem como a conexão favorece diferentes atividades colaborativas.

Ao encontro disso, ressalta-se que a internet é um recurso tecnológico que, segundo Gomes (2005, p.76), é utilizado por agentes sociais com a capacidade de resgatar os potenciais ou reforçar os entraves já citados. O autor destaca, assim como Castells (2003), que “nada é definitivo e se dá automaticamente”. Nesta mesma linha de pensamento, Fuchs (2014) a entende como um ambiente de disputas que concentra tendências sociais contraditórias, e identifica o potencial libertário e participativo da internet, mas pondera que o ciberespaço não carrega estes princípios de forma espontânea e que, no contexto atual, tem servido aos interesses relativos ao capital, sendo este um estado passível de mudança.

Portanto, inicia-se a argumentação de que se por um lado a internet vislumbra criar espaços para a cidadania, através de seus mecanismos dialógicos e interacionais, por outro, estes espaços são permeados por relações de poder e mecanismos que atuam fragilizando a cidadania. Com isso em perspectiva, assim como Senna (2020), o que se pretende com esta pesquisa não é escolher um dos posicionamentos, mas sim considerar as duas perspectivas, apontando possibilidades e limitações para pensar a cidadania neste contexto informacional.

Resgatando uma das potencialidades da internet já comentada neste capítulo, pode-se citar a possibilidade de se permitir o desenvolvimento de uma autocomunicação, no qual o sujeito produz mensagens de modo autônomo (CASTELLS, 2003), e que perpassa, segundo Esteves (2007), por duas dimensões: uma mais formal, que se relaciona à técnica (diz respeito à estrutura) e outra informal, de caráter cultural. Neste sentido, compreende-se que as “práticas comunicacionais concretas no âmbito das novas tecnologias resultam da articulação complexa dessas duas dimensões” (ESTEVES, 2007, p.3), e que cada uma delas possui um funcionamento próprio, capaz de influenciar não apenas uma à outra, como também a essência da comunicação.

Neste sentido, é possível observar que as redes sociais digitais também "podem fortalecer o sentimento de pertencimento, que tenderia a encorajar a participação" (LUVIZOTTO, 2016, p.298), sendo, neste caso, importantes para a cidadania atual. Logo, ao partir do entendimento de que essas estruturas propiciam a reunião de um grande volume de informações e sua rápida replicação para um grande número de pessoas, destaca-se que a comunicação (sem o intermédio da mídia tradicional) pode extrapolar uma rede social pré-estabelecida (HENRIQUES; SILVA, 2017). Ao encontro disso, Lévy (2000) compreende o espaço digital como heterogêneo, caracterizado pela constante movimentação e articulação das práticas interativas e recíprocas.

Entende-se que, ao mesmo tempo que a internet modifica a forma como as pessoas se comunicam, os sujeitos também a transformam, e deste processo surge um padrão sócio-técnico, pois embora cada mente humana seja individual e construa seus próprios significados sobre as informações comunicadas, há uma alteração nas relações sociais como um todo (CASTELLS, 2003). A explicação dada pelo autor compreende que o processamento mental perpassa pelo ambiente da comunicação, e, conseqüentemente, a mudança no ambiente comunicacional afeta as normas de construção de significado, bem como da produção das relações de poder.

Os conteúdos no ambiente digital possuem extensão interminável, e isso pode ser entendido como algo benéfico, pois há mais possibilidades de acessar outras realidades — ainda que se reconheça que os usuários têm se tornando cada vez mais passivos neste processo. Ou seja, este mesmo espaço “acarreta um cenário marcado por uma disputa por visibilidade especialmente acirrada, no qual muitos tentam, ao mesmo tempo, ser ouvidos” (HENRIQUES; SILVA, 2017. p.29). Assim, o que por um lado pode ser uma potencialidade, por outro, mostra-se como um entrave, sendo importante sua explanação.

Para abordar outros entraves existentes, são considerados, a princípio, três desafios propostos por Castells (2003) em seu livro, e que ainda podem ser identificados atualmente. Antes disso, cabe ressaltar que não se pretende explorar, especificamente, tais desafios, mas situá-los favorece o desenvolvimento de uma discussão mais robusta sobre internet como um espaço democrático. Quanto ao primeiro desafio, relaciona-se à liberdade, uma vez que a internet se tornou onipresente na vida das pessoas, e quem a possui e controla seu acesso dá lugar a uma batalha pela liberdade. O segundo diz respeito a exclusão das redes que gera marginalidade, já que se vivencia uma economia e uma sociedade na qual várias coisas estão pautadas na internet. Por último, o autor aponta sobre a capacidade humana de processar a informação e de gerar conhecimento.

Portanto, para compreender melhor este cenário — num aspecto empírico — recorre-se a Santos e Catarino (2016) e sua argumentação advinda da pesquisa “Digital Life 2025”, que visou discutir sobre o impacto da internet até 2025, reunindo um total de 2.551 especialistas da área que responderam a oito perguntas sobre internet e sua relação sociocultural. As questões que diziam respeito à ameaça dos conteúdos compartilhados, revelou que os pesquisadores se preocupam, principalmente, com a questão da vigilância, tanto aquela promovida pelo governo como por empresas (criando controle e segmentação do ciberespaço). Outra preocupação, está relacionada aos filtros de informação que funcionam através dos algoritmos e afastam o

entendimento da internet como um espaço de partilha de conhecimento orgânico (SANTOS; CATARINO, 2016).

Ao encontro disso, com base em Parisier (2012), citando Viktor Mayer-Schonberger, compreende-se que se conhecimento é poder, é possível afirmar a existência de uma assimetria de poder nos espaços digitais, uma vez que as entidades que centralizam as ações nestes ambientes sabem muito mais do que os indivíduos sabem sobre elas. Para Mayer-Schonberger, vivencia-se um momento caracterizado pela redistribuição de poder, advindo da informação, cujo fluxo é designado dos que já possuem menos poder para aqueles que possuem mais. Neste sentido, esbarra-se na questão dos algoritmos que se apresentam como um entrave para a geração de conhecimento na internet.

Logo, é preciso entender o que é o algoritmo. Segundo Silveira (2019), embora o termo tenha ganhado destaque na computação, sua origem está relacionada a um tratado matemático que dizia respeito aos algarismos hindu-árabes. De forma geral, para o autor, o algoritmo é um método — uma sequência de etapas — de solucionar um determinado problema, e que trata dados iniciais de acordo com um procedimento e instruções pré-determinadas, produzindo outros resultados ou informações em um determinado período.

Ao aproximar o termo do que se conhece atualmente, identifica-se que os algoritmos podem se comportar de formas distintas de acordo com a sua programação. Alguns trabalham buscando padrões, já outros realizam atividades mais básicas, podendo ser sintetizados como: “determinísticos, probabilísticos, prescritivos, entre outras possibilidades de seu desenvolvimento. De modo geral, servem como verdadeiros filtros informacionais” (SILVEIRA, 2019, on-line). Neste caso, o primeiro ponto a ser observado é a distorção da realidade, pois o sujeito acredita estar navegando em um ambiente que proporciona maior conhecimento sobre tudo o que o deseja. Além disso, é relevante apontar que essa distorção age em razão dos interesses de grandes empresas que controlam tal ambiente. Ou seja, os padrões identificados pelos algoritmos articulam tendências relacionadas ao futuro, e é neste sentido, que as empresas podem se beneficiar: prevendo ações de seu público-alvo (SILVEIRA, 2019).

Constitui-se um modelo de negócio de extração de dados pessoais que tem como objetivo final articular interesses econômicos, culturais e também políticos — guiados por lógicas algorítmicas que se tornam cada vez mais opacas e, portanto, difíceis de serem subvertidas (SILVEIRA, 2019). Neste sentido, é preciso compreender o poder exercido por essas empresas, uma vez que, após analisar o perfil do usuário, entrega-lhe apenas o que é de sua preferência, anulando produtos contrários ao seu gosto, promovendo e fortalecendo a

polarização de ideias (ANTUNES, 2018, p.20). Seria possível, ingenuamente, argumentar que a personalização pode ser benéfica ao consumidor, pois “não há nada de errado em eliminar o que é irrelevante ou desagradável. Mas o que é bom para os consumidores não é necessariamente bom para os cidadãos” (PARISIER, 2012, on-line).

Esta lógica esbarra na potencialidade da internet como um ambiente autônomo em relação ao conhecimento, pois para Silveira (2019) da mesma forma que as plataformas digitais utilizam a estrutura algorítmica para apresentar produtos específicos que sejam do interesse do usuário, podem fazer o mesmo com informações políticas e sociais. Esta dinâmica promove o que Parisier (2012) chama de bolhas do filtro, caracterizadas por dificultar o desenvolvimento da cidadania ao reforçar imagens do mundo que o usuário já conhece, promovendo, conseqüentemente, uma fragmentação da realidade, proporcionando divisão pública e minando o diálogo entre partes distintas.

Parisier (2012) complementa ainda que as bolhas dos filtros — em razão dos algoritmos — são continuamente ajustadas de acordo com o movimento dos sujeitos, e se tornam cada vez mais “inteligentes” na realização de suas tarefas, dificultando sua compreensão. O autor aponta que não se pode dizer que eles deixam de ser código e ganham vida própria, porém a complexidade que se instaura dificulta até mesmo a explicação por parte dos próprios programadores. De modo geral, observa-se a expectativa frustrada da internet como descentralizadora do poder, visto que, atualmente, o concentra, através do que Parisier (2012) chama de censura de segunda ordem, processo que advém da manipulação da curadoria, do contexto e do direcionamento da informação.

Portanto, compreende-se que, ainda que seja mais fácil reunir um grupo de pessoas através da internet, a personalização, proposta pelos algoritmos, dificulta a ação para atingir um público mais amplo, e por isso representa uma ameaça à vida pública (PARISIER, 2012). Entende-se, em conjunto com o que já foi explicitado, como a ameaça pública a expansão das *Fake News* no ambiente virtual.

Cabe destacar que embora as notícias falsas não sejam próprias da atualidade e nem das plataformas digitais, as proporções e as conseqüências das notícias falsas no ambiente on-line assumem um novo entrave para o desenvolvimento da cidadania (CARDOSO, et al 2018), afinal, fala-se de um ambiente que fomenta um fácil e rápido espalhamento. Desta forma, são desenvolvidas questões relativas às definições, configurações e desdobramentos.

Pode-se definir *Fake News* como aquelas informações elaboradas e divulgadas com a intenção de prejudicar algo ou alguém, visam enganar, esperando algum retorno político ou econômico, desencadeando um processo de desinformação (WILKE, 2019). Cardoso (et al

2018) concordam com a perspectiva da autora e complementam que este ato de manipular e descontextualizar os fatos, promove também uma dinâmica de enfraquecimento das notícias com base empírica e científica, ou seja, há uma deslegitimação dos atores institucionalizados. E é neste sentido que a discussão é importante para a dissertação, uma vez que os movimentos a serem estudados podem ser deslegitimados no ambiente digital, sofrendo a influência desta dinâmica que também é marcada pelo poder.

Portanto, “é fundamental observar que a credibilidade é um elemento que perpassa a própria existência das instâncias de observação, que almejam produzir informações que não apenas serão vistas por muitos, mas que também tenham a capacidade de influenciar nas questões de interesse público” (HENRIQUES; SILVA, 2017, p.33). Logo, as notícias falsas se tornam instrumentos políticos e /ou ideológicos (CARDOSO et al 2018), e ao mesmo tempo as informações factuais passam a ser descredibilizadas, estabelecendo, conseqüentemente, um cenário de desconfiança, o qual fica cada vez mais difícil distinguir o que é fato ou não. Ognyanova (et al, 2020, p.2) ressalta que a “The consequences of this lack of trust are especially apparent in times of crisis and uncertainty when citizens are most in need of credible sources providing current and reliable information”.

Ao pensar na confiança como uma relação importante para o desenvolvimento da cidadania, o estudo realizado pelos autores encontrou associações entre desinformação, confiança nas mídias e no governo. Os dados demonstraram que o consumo de desinformação estava associado, de modo geral, com a uma diminuição de confiança na mídia, ao mesmo tempo que houve um aumento na confiança nos governos. Contudo, ressaltam que os posicionamentos ideológicos dos sujeitos alteram um pouco esta dinâmica, visto que os liberais passaram a confiar menos nos governos diante das *Fake News*, e em contrapartida os moderados e conservadores passaram a confiar mais. Desta forma, a pesquisa revelou a importância de considerar que o impacto das notícias falsas dependerá de como as mensagens ideológicas, presentes nessas informações fraudulentas, se relacionam com o contexto político como um todo (OGNYANOVA et al 2020).

Em complemento, além das relações políticas, destaca-se que a notícia falsa é permeada por fatores emocionais, fenômeno conhecido como pós-verdade: as informações assumem posturas sensacionalistas, que são utilizadas para reafirmar sentimentos e entendimentos já existentes (CARDOSO, et al, 2018). Chama-se atenção, desde modo, para os dados que demonstram que as notícias fraudulentas tendem a ter maior e mais rápida relevância do que as verdadeiras (WILKE, 2019; CARDOSO et al 2018). Ao se deparar com essa problemática,

é indispensável promover a discussão de outras, uma vez que pensar modos de solução significa esbarrar em outros princípios.

Cardoso (et al 2018) demonstram em seu texto, algumas iniciativas ao redor do mundo para tentar combater as *Fake News*, que vão desde estratégias de retirada de informação do ar pelo próprio governo às multas para propagadores dessas notícias. O primeiro, por exemplo, esbarra no princípio da liberdade, fundamental para a cidadania, já o segundo diz respeito à dificuldade de fazer este filtro, exigindo esforços jurídicos. Diante de tal complexidade, os autores elencaram três abordagens, políticas e acadêmicas, possíveis para o combate às *Fake News*, e que são importantes de serem consideradas neste estudo: a) políticas legislativas; b) ação das instituições privadas, como por exemplo o Facebook, para regular este tipo de conteúdo; c) compreender *Fake News* como um problema que impacta escolhas pessoas e no exercício da cidadania.

Portanto, será aprofundado o item c) (diz respeito às abordagens acadêmicas) buscando apontar, posteriormente, como e quais literacias podem contribuir para que o ambiente digital seja cada vez mais fértil para a cidadania. Mas antes, é preciso considerar a necessidade de se discutir a exclusão digital, cujo enfrentamento também esbarra nas literacias. Neste sentido, entende-se que compreender a questão do acesso no contexto brasileiro é fundamental, uma vez que sem ele, nem as potencialidades e nem os entraves fariam sentido nesta argumentação proposta.

Para compreender melhor essa questão no contexto brasileiro, recorre-se à pesquisa TIC Domicílios (2019), produzida desde 2005 pelo CETIC, cujos resultados revelam que um a cada quatro brasileiros não usa a internet. Ou seja, há 47 milhões de pessoas fora deste espaço. Observa-se que o número de brasileiros sem acesso à internet, ainda é alto, revelando um cenário marcado pela exclusão digital. Para delimitar o entendimento do termo, recorre-se ao trabalho de Knop (2017) que o aborda como um fenômeno capaz de promover a ampliação da desigualdade social de forma ampla.

O autor ainda complementa que ao apreender a exclusão digital é possível observar também as relações de poder e seu reforço, bem como se permite verificar as variáveis socioculturais presentes. Para o autor, a exclusão digital nada mais é do que a reprodução das situações sociais no ambiente off-line, e que evidencia as condições marginalizadas dos sujeitos. Além disso, Knop (2017) a compreende através de seu caráter multidimensional, considerando as desigualdades em diferentes níveis — global, nacional, comunitário e também no que tange ao próprio indivíduo. Ou seja, para lidar com esta problemática são necessários esforços de todos os níveis.

Esta segregação é complexa e precisa ser entendida para além do não acesso, Lévy (2000), por exemplo, entende que é preciso criar condições prévias para o uso das tecnologias. Ou seja, a exclusão digital também está relacionada ao não preparo dos sujeitos para seu uso, bem como à falta de habilidade para dominar as ferramentas digitais como um todo. Desta forma, é relevante compreender como a literacia pode interferir positivamente neste cenário de desigualdade.

### **2.3 Pensando as limitações: lacunas e possibilidades para a cidadania**

Segundo Cocco e Caimi (2020), o termo literacia tem sido utilizado desde 1980 e diz respeito às transformações na relação entre sujeitos sociais e as mídias, destacando que o termo não abandona o conceito de alfabetização, mas o amplia. A diferenciação estabelecida se concentra no entendimento de que a alfabetização se relaciona a ensinar e aprender com base nos processos de escolarização e obtenção de informação, já a literacia diz respeito à habilidade de “traduzir, usar, processar e compreender as competências e as informações aprendidas e ensinadas” (COCO; CAIMI, 2020, p.3).

Portanto, a literacia precisa ser entendida como um processo complexo, contínuo e dinâmico, pautado no uso social do aprendizado, relacionando a competência crítica no cotidiano, “refere-se a uma condição duradoura, passível de ser mobilizada num conjunto alargado de situações” (COCCO; CAIMI, 2020, p.4). Neste sentido, os autores compreendem que o sujeito não é, naturalmente, crítico — a criticidade é uma habilidade que precisa ser desenvolvida, sendo este o objetivo da literacia midiática, articulando as capacidades dos sujeitos envolvidos de se expressarem e participarem. Para os autores a literacia é ampla e atravessa diversas esferas da vida social, tanto em espaços formais, quanto informais, bem como pode ser apreendida a partir de muitas perspectivas como literacia política, mediática, acadêmica, informacional, cultural, entre outras.

A partir das problemáticas já apresentadas ao longo da argumentação, faz sentido discutir, mais especificamente, três literacias: a mediática, informacional e digital. Para Gallotti, Santos e Souza (2015) a primeira relaciona-se à participação ativa dos sujeitos na mídia, à habilidade de apreender com criticidade os conteúdos presentes nos meios de comunicação, bem como de avaliar e usar as mídias. Já a informacional diz sobre o desenvolvimento da capacidade do sujeito de reconhecer quando é preciso buscar uma dada informação, como identificá-la, e se apropriar efetivamente, a fim de produzir novos

conhecimentos, envolvendo o uso de ferramentas, entre elas as tecnológicas, e a solução de problemas com maior consciência (GALLOTTI; SANTOS; SOUZA, 2015).

Em suma, as habilidades apreendidas por meio da LI são elementares ao sujeito social, uma vez que vão desde a identificação, leitura, recepção, interpretação até a decodificação e apropriação da mensagem que retroalimenta esse processo e gera a produção de novo conhecimento e, logo, de novas informações que serão transmitidas por mídias físicas (documentos, jornais, livros) ou digitais (Websites, e-mails e redes sociais são alguns exemplos) e passíveis de identificação, leitura, recepção e demais etapas citadas por outros sujeitos. A literacia mediática, por seu turno, irá potencializar o sujeito ao uso e transmissão de mensagens por mídias mais pertinentes, de acordo com o contexto e a necessidade que se manifesta (GALLOTTI; SANTOS, SOUZA, 2015, p.355).

Já Livingstone, Van Couvering e Thumim (2008 p.106) compreendem que “Media literacy sees media as a lens or window through which to view the world and express oneself while information literacy sees information as a tool with which to act upon the world”. Mais do que estabelecer uma dicotomia entre elas, entende-se a importância de se compreender como elas podem ser benéficas aos agentes sociais. Afinal, as próprias autoras apontam que esta separação está ficando mais nebulosa, uma vez que a informação tem sido, cada vez mais distribuída de forma online, atribuindo o termo de “Information and Media Literacy”.

Por último, pode-se citar a literacia digital, que por sua vez é como um resultado adaptado entre as duas primeiras para o ambiente online, pois segundo Gilster (1997, pp. 1-2), ela é

The ability to understand and use information in multiple formats from a wide range of source when it is presented via computers. (...) It is cognition of what you see on the computer screen when you use the networked medium. It places demands upon you that were always present, though less visible, in the analog media of newspaper and TV. At the same time, it conjures up a new set of challenges that require you to approach networked computers without preconceptions. Not only must you acquire the skill of finding things, you must also acquire the ability to use these things in your life.

Logo, as literacias podem ser importantes, por exemplo, para estabelecer a criticidade em relação às bolhas informacionais, promovendo comportamentos capazes de estourá-las. Já em relação às *Fake News*, um estudo realizado por Jones-Jang, Mortensen e Liu (2021) demonstrou que, através de escalas de diversas literacias, a que mais pode contribuir para o seu

combate é a literacia informacional, uma vez que “focuses on peoples’ abilities to navigate and find information online that is verified and reliable” (JONES-JANG; MORTENSEN; LIU, 2021, p.12). Isso não quer dizer que é a única que deve ser utilizada, ressalta-se que a articulação de outras literacia são fundamentais para lidar com um ambiente cada vez mais complexo e dinâmico.

Além disso, Wilke (2019) aponta que o desafio da literacia no Brasil, se relaciona tanto com a falta de formação de professores para trabalharem com literacia midiática, como também à questão dos déficits da educação brasileira como um todo — marcada pelo analfabetismo e a analfabetismo funcional. Observa-se, portanto, que são desafios estruturais que exigem esforços de todos os setores da sociedade, tanto através de iniciativas formais como informais, com o propósito de ressignificar espaços digitais e tornar os sujeitos capazes de lidarem com as complexidades da informação nos dias atuais. Em paralelo a isso, destaca-se a importância das estratégias para a retomada da confiança em atores comprometidos com as informações factuais e como eles atuam diante dessas questões apresentadas.

A partir de tudo o que foi exposto até aqui, é possível afirmar que o potencial para cidadania que se vislumbra nas redes sociais digitais, esbarra na opacidade sobre os elementos que comandam o ambiente virtual acrescentado às dinâmicas sociais off-lines vigentes, pois ainda que a internet ofereça um lugar para dar voz às pessoas e grupos, não é possível garantir que essas serão ouvidas (HENRIQUES; SILVA, 2017). Entende-se ainda que muito dessa expectativa da internet como uma promessa democrática, diz respeito ao seu surgimento, que ocorreu concomitantemente com a frustração com os meios de comunicação de massa (GOMES, 2005).

Em contrapartida, comunga-se da ideia de Gomes (2005) de que este formato de comunicação mediada por redes de computadores pode melhorar a qualidade democrática da sociedade, tanto porque possui as mesmas deficiências antidemocráticas dos outros meios de comunicação, ou porque carregam vantagens suplementares para a participação democrática. Entende-se que o foco está em compreender como o ambiente digital “pode motivar mais pessoas a ver-se como cidadãos de uma democracia, a envolver-se na política e – para aqueles que têm acesso – a empregar as possibilidades que a rede ainda oferece” (DAHLBERG, 2001, p.53 apud GOMES, 2005, p.76).

Dahlberg (2001 apud GOMES, 2005) ainda considera que a resposta para a maioria das perguntas advindas sobre os desafios na internet, encontra-se exatamente nas circunstâncias sociais. Entende-se, portanto, a relevância de indicar caminhos sociais para que o uso da

internet encontre, de fato, oportunidades para se desenvolver nesse sentido (GOMES, 2005).

Ou seja,

Naturalmente, não há caminho de volta. Nem deveria haver: a internet ainda tem o potencial de ser um meio melhor para a democracia do que a imprensa tradicional, com seus fluxos unidirecionais de informação. Como ressaltou o jornalista A.J. Liebling, a liberdade de imprensa existia apenas para quem tivesse uma prensa. Agora, todos nós temos. O problema é que, neste momento, estamos trocando um sistema que tinha um senso bem-definido e debatido de suas responsabilidades e funções cívicas por outro que não tem qualquer senso ético (PARISIER, 2012, sem página).

Acredita-se, neste sentido, ser importante ponderar e compreender que “While it is key to examine the depths of the dark side of the algorithm, it is also pivotal (...) to investigate the conditions under which social movement actors are able to repurpose the power of big data to pursue social justice” (DENCIAK et al. 2016; MILAN, 2015 apud TRERÉ, 2018, p.369). Para Parisier (2012), é necessário um nível básico de alfabetização algorítmica, uma vez que os cidadãos precisarão, cada vez mais, julgar os sistemas informáticos existentes e que interferem na vida pública. E mais do que isso, Treré (2018, p.372) destaca:

In this evolving scenario, digital media literacy is increasingly relevant, as social actors have to learn not only how to unmask and denounce new authoritarian digital strategies carried out by governments and parties, but also, at the same time, they need to develop sophisticated techniques and tactics to ‘bend the algorithm’ according to their socio-political needs, in order to pursue social justice and political change.

Cabe ressaltar que o autor desenvolve esse posicionamento após analisar o ativismo realizado pelo movimento Indignados que ocorreu na Espanha, cuja estratégia esteve voltada para a apropriação dos algoritmos do *Twitter* para conquistar visibilidade e apresentar as demandas que não estavam sendo publicizadas na plataforma. Neste sentido, observa-se a relevância dos movimentos sociais para compor um ambiente digital voltado para o interesse coletivo e a cidadania como um todo — ainda que não atuem em território fértil para as temáticas articuladas.

Apresentada a potencialidade desses agentes, faz-se relevante uma compreensão mais detalhada acerca dos movimentos sociais, e como suas ações podem contribuir para a minimização e superação dos desafios apresentados. Com isto em perspectiva, o próximo capítulo discute perspectivas e abordagens teóricas sobre eles, seus processos históricos e

organizativos, os desafios comunicacionais, suas conexões com a cidadania e as dinâmicas de atuação no espaço off-line e on-line, a fim de entender como atuam no contrapoder.

### **CAP III – MOVIMENTOS SOCIAIS E SUAS RECONFIGURAÇÕES HISTÓRICAS: TEORIAS SOBRE AS DEMANDAS PÚBLICAS ARTICULADAS**

Este capítulo tem como objetivo apresentar questões mais amplas que permeiam os sujeitos de pesquisa. Isto posto, busca-se estruturar e apontar o conceito que a pesquisa assume sobre movimentos sociais, fazendo-se valer de uma breve revisão histórica, abordando as influências na formação e organização destes atores. Além disso, resgatam-se correntes teóricas sobre a temática a fim de compreender as distintas dimensões trabalhadas por diferentes autores em diferentes períodos, e como elas podem ser úteis para o desenvolvimento de uma abordagem convergente.

Em paralelo, estrutura-se o entendimento sobre o interesse corporativo no assunto público através da articulação de conceitos como responsabilidade social e cidadania empresarial, compreendidos através de uma perspectiva de comunicação estratégica. O intuito desta dinâmica discursiva é entender como e em que medida o setor privado pode se envolver em questões coletivas por meio de uma ação organizada. Neste sentido, busca-se tecer um posicionamento crítico sobre a capacidade desses atores sociais de atuarem em prol da ampliação dos direitos sociais e reverem, de fato, as relações de poder. Tal abordagem também visa engrenar concepções a serem verificadas, ou não, durante a análise de conteúdo do Movimento Mulher 360, cuja descrição institucional também contribuirá e será elaborada no capítulo IV.

Cabe ainda destacar que algumas discussões trabalhadas em outros capítulos são retomadas e associadas à temática dos movimentos sociais e organizações empresariais com a finalidade de verificar a centralidade da comunicação na promoção da cidadania através de sua capacidade de convocar e balizar as estratégias dos projetos mobilizadores. Por fim, são apresentados os possíveis desafios encontrados nesse processo comunicativo que objetiva mobilizar, e como a internet pode intervir, com seus potenciais e limitações, na disputa de poder e disseminação de informação.

#### **3.1 Aspectos históricos para entender as ações coletivas**

Antes de adentrar à discussão sobre movimentos sociais e sua definição, é relevante ressaltar os aspectos históricos que permearam as ações coletivas e alteraram a essência organizativa desses atores. Deste modo, é apresentado nesta seção apontamentos feitos por Maria da Glória Gohn (1997) que teriam influenciado em tais aspectos e que ajudam a compreender, posteriormente, a abordagem acadêmica destes atores. Isto posto, destaca-se que

a história de países latino-americanos é marcada, segundo a autora, por um passado colonial e por processos de exploração, tanto num sentido escravocrata quanto em relação aos seus recursos naturais, cujo impacto social e cultural ainda pode ser observado atualmente. Além disso, partilham de períodos autoritários configurados pelo Estado nacional que influenciaram na acepção e estruturação do “ser cidadão” — como já apresentado no capítulo I — visto que durante os períodos marcados pela busca da democracia, o que estava em discussão não era apenas a reconquista do Estado mediante ao poder da sociedade civil, mas também a criação de regras de civilidade e da própria cidadania (GOHN, 1997).

A autora também apresenta em seu texto algumas dinâmicas e culturas que constituíram o contexto político, como o caso do clientelismo — em forma de coronelismo nos anos 30 (relação de trocas e proteção feitas por políticos), substituindo-se, posteriormente, pelo populismo (marcado por figuras carismáticas). Em consonância, destaca que a partir dos anos 60 houve duas décadas de regimes militares autoritários, cuja característica principal foi a centralização de todas as ações do Estado, pautada em uma ideologia de segurança nacional. Em resumo, observa-se que a autora objetiva, com essas colocações históricas, destacar que elementos culturais e políticos proporcionaram a naturalização do estado das coisas, resultando em uma dificuldade de criar espaços para a democratização como um todo e até mesmo influenciando na percepção coletiva da mesma.

Em contrapartida, o final dos anos 70 e a década seguinte foram marcados pelo ativismo da redemocratização realizada através de pressões advindas da sociedade civil e política, cuja opressão sofrida até aquele momento, fomentou formas de resistência e tomada de consciência sobre as realidades políticas, sociais e culturais, propiciando o crescimento, em termos numéricos, de movimentos sociais. Esses movimentos, segundo Gohn (1997), passaram a apresentar novos aspectos, entre eles o enfoque nos direitos sociais coletivos de grupos discriminados. Já nos anos 90, o que se observou nas pautas foram os efeitos da globalização da industrialização — direcionada pelas vantagens econômicas e fiscais —, o crescimento da economia informal, bem como questões sobre desemprego, que passou a ser realidade tanto nos países de Terceiro como de Primeiro Mundo.

Neste sentido, tal cenário gerou uma mudança nas perspectivas teóricas que passaram a dar mais atenção à sociedade civil em detrimento do que se entendia por sociedade política — enfoque presente na Teoria Marxista —, deixando de lado a compreensão do ativismo de classes para discutir movimentos sociais (GOHN, 1997). Este redirecionamento provoca, portanto, uma ampliação da abordagem coletiva, pois se passa a reconhecer os atores sociais que não se enquadravam na perspectiva operária. Para Karine Goss e Kelly Prudêncio (2004),

estes movimentos caracterizam-se não mais pela busca de uma sociedade idealizada, mas sim pela democratização das relações sociais, reconhecendo particularidades e distinções entre os sujeitos, articulando na esfera pública temáticas que permeiam a sociedade como um todo. Portanto, é possível afirmar que as dinâmicas dos movimentos sociais são formadas e alteradas pelos momentos históricos.

Neste sentido, ao apresentar, brevemente, o panorama fundamentado por Gohn (1997), busca-se compor uma base sólida para compreender as influências que atuaram sobre algumas abordagens teóricas acerca do tema, e que apresentam, entre si, particularidades e divergências na forma de entender e enquadrar as ações coletivas. Segundo Goss e Prudêncio (2004), essa divergência existente na compreensão dos movimentos sociais se dá em razão dos a) aspectos empíricos e teóricos, visto que advém do campo social, sendo apropriado, posteriormente, pelos pesquisadores; do b) engajamento político dos pesquisadores que gera grandes expectativas diante do potencial de transformação dos objetos, afastando-se da capacidade objetiva de avaliar; da c) perspectiva da sociedade civil como locus dos movimentos sociais, cuja perspectiva encaminha para uma “sobrevvalorização do potencial político dos atores sociais e a crença numa falsa independência em relação a partidos políticos e outras organizações” (GOSS; PRUDÊNCIO, 2004, p.76).

Assim sendo, é importante relembrar que as análises de ações coletivas, compreendidas através do conceito de movimentos sociais, surgem numa tentativa de suplantar o conceito marxista de classe social que vigorava até o final da década de 1970. A teoria marxista, por sua vez, estava centrada na compreensão de um sujeito coletivo articulado dentro de uma estrutura capitalista, capaz de fornecer indícios sobre os conflitos sociais existentes (GOSS; PRUDÊNCIO, 2004). Contudo, essa concepção começou a ser modificada no Brasil em meados da década de 1970, ampliando a discussão existente para as microestruturas, considerando, analiticamente, uma multiplicidade de fatores. Desta forma, a próxima seção objetiva explicitar as principais características das teorias que emergiram deste cenário.

### **3.2 As teorias diante dos cenários**

Parte-se do princípio de que cada teoria compreende uma abordagem específica sobre o objeto, cujo direcionamento advém de contextos específicos, influenciada tanto pelas especificidades geográficas quanto pelas experiências históricas que não podem ser desconsideradas. Nesta seção, apresentam-se os princípios mais eminentes de cada teoria, bem como algumas limitações, cuja finalidade não é desvalorizar sua essência estrutural e sua

contribuição para o campo, mas sim considerar possíveis apreensões sobre movimentos sociais e quais os pontos de atenção a serem considerados durante a análise realizada nesta pesquisa. Para Angela Alonso (2009), o cenário apresentado na seção anterior fez surgir teorias que buscam dar conta da realidade que se instalou, uma vez que o sistema teórico desenvolvido no século XX, com a teoria marxista e funcionalista, já não reservava insumos suficientes para apreender tal contexto. Desta forma, a autora aponta três teorias de movimentos sociais que emergiram: a Teoria de Mobilização de Recursos (TMR), a Teoria do Processo Político (TPP) e a Teoria dos Novos Movimentos Sociais (TNMS).

As duas últimas, segundo a autora, partilham de uma perspectiva macro-histórica e se afastam de explicações meramente focadas no setor econômico, bem como se fazem valer da política e da cultura para compreender os movimentos sociais. Por outro lado, ao compará-las, se distanciam no sentido de que a TPP se concentra em desenvolver uma teoria da mobilização política, e a TNMS uma teoria da mudança cultural. Já a TMR — que surgiu e teve grande destaque nos Estados Unidos —, aplica a sociologia das organizações ao seu objeto de estudo, abordando questões relacionadas à concorrência e à burocratização de processos. Além disso, foca na racionalidade, e busca entender a atividade de mobilização que, por sua vez, é entendida a partir de deliberações, cuja característica principal está associada à racionalidade com base em cálculos de custo-benefício. Além disso, compreende que a ação coletiva só é viável diante da organização de recursos humanos e materiais (ALONSO, 2009).

Neste sentido, para a autora, a Teoria do Processo Político compartilha com a Teoria de Mobilização de Recursos o interesse em afirmar a importância da coordenação entre os ativistas, mas se diferenciam pela primeira agregar o elemento cultural, pois tal coordenação, para a TPP, só seria possível através da solidariedade, priorizando uma estrutura capaz de fornecer incentivos/constrangimentos políticos. Em resumo, em comparação com a TMR, ela abre mais espaço para a explicação das ações coletivas por meio da cultura. Além disso, compreende que “os movimentos sociais seriam, então, uma forma histórica de expressão de reivindicações que não existiu sempre, nem em toda parte” (ALONSO, 2009, p.57). Em complemento, Euzeneia Carlos (2015, p.18) propõe que TPP “recai sobre o papel do contexto político-institucional na emergência da ação coletiva”, e que as estruturas de incentivos e/ou constrangimentos políticos permitem que os atores sejam motivados ou não a se engajarem. A autora destaca ainda que tais estruturas fazem emergir oportunidades para o surgimento de movimentos sociais, cuja essência passaria por organizações formais capazes de propiciar a mobilização.

Voltando-se para a Teoria dos Novos Movimentos Sociais, a autora situa que esta é a escola com menor coesão, cuja diferença está centrada numa abordagem efetivamente cultural para os movimentos sociais. A teoria destina um olhar para as mobilizações que não mais pertencem às classes, mas sim às posições socioculturais marginalizadas que visam persuadir a sociedade através de ações diretas. Ou seja, os movimentos sociais são assimilados como portadores de um projeto de mudança cultural originário de situações problemáticas. A teoria se debruça na dimensão cultural e compreende disputas nos campos simbólicos e identitários, bem como é caracterizada por relações de confiança e solidariedade, cujo objetivo final “envolve a construção de novas identidades, culturas, linguagens e hábitos” (CARLOS, 2015, p.19). Em relação ao posicionamento político, Alberto Melucci (1989) aponta que os novos movimentos sociais não são focados em tais aspectos, ou seja, não buscam conquistar o poder político ou apoio do Estado, o que se destaca é a autonomia dos atores diante do sistema que ocupam. Para Alonso (2009) o principal ponto de convergência entre autores da TNMS é que uma mudança macrosocial promove uma forma nova de dominação com pouca delimitação entre a esfera pública e privada, cuja dinâmica, pautada nos elementos culturais, é capaz de alterar as subjetividades e promover um novo campo de conflitos.

Mas, por outro lado, a teoria dá menor destaque ao campo político permeado pela mobilização, aos interesses envolvidos em tal processo e aos recursos materiais necessários. Carlos (2015) destaca que a teoria se dedica pouco a compreender aspectos relativos à organização dos movimentos, visto que seu enfoque está direcionado para movimentos espontâneos cuja participação é direta. Para Alonso (2009) a principal crítica à teoria foi tecida sobre a visão idealizada do objeto — entendido como um sujeito revolucionário novo —, e sobre a fragilidade temporal existente ao designar o adjetivo “novo”. Em complemento, a autora afirma que a TNMS também foi acusada de focar nos aspectos sociais, deixando de lado as dinâmicas político-institucionais, bem como seu conceito de identidade foi julgado como vago e sua demonstração empírica insuficiente para explicar casos fora do seu contexto de surgimento — como os que ocorreram na América Latina — e por negligenciar algumas mobilizações.

### 3.3 Sínteses teóricas em favor da compreensão de movimentos sociais

As teorias mencionadas na seção anterior sofreram desdobramentos ao longo do tempo que, segundo Carlos (2015), revelou uma dinâmica de reconhecimento das contribuições levantadas pelas distintas correntes, processo que ela denominou de “convergência mínima”. Tal cenário foi estabelecido através da revisitação das teorias por parte de seus autores: os teóricos da NMS, por exemplo, passaram a considerar e assimilar a questão da estratégia e a ação instrumental presente nos movimentos, assim como os teóricos da MR e do PP passaram a reconhecer os aspectos culturais (CARLOS, 2015). Ainda que essa convergência não seja aspecto central, ela ajuda a compor o aporte teórico que esta dissertação necessita, pois se entende que, mais relevante do que apresentar e definir uma única teoria para visualizar sujeitos de pesquisa tão complexos e dinâmicos como movimentos sociais, é compreender de que maneira cada teoria pode colaborar para expandir a metodologia e as discussões propostas.

Em aproximação com o que pontua Carlos (2015), situa-se que o reconhecimento das lacunas, já citadas, nas correntes teóricas, leva ao reconhecimento de novas definições no campo da sociologia que, segundo Alonso (2009), buscam realizar sínteses conceituais e abordagens integradas. Neste sentido, a autora chama atenção para a definição de movimentos sociais desenvolvida por Mario Diani (1992, p. 3) que pode ser explicitado como “(...) networks of informal interaction between a plurality of individuals, groups and/or organisations, engaged in a political and/or cultural conflict, on the basis of a shared collective identity”. Essa concepção, segundo o próprio autor, é capaz de fornecer parâmetros para diferenciar os movimentos sociais de outras ações coletivas. Ao observar o posicionamento de Diani (1992), é possível constatar a complexidade e heterogeneidade que ele busca agregar à temática, propondo o termo Redes de Movimentos Sociais (RMS). Em complemento, Ilse Scherer-Warren (2008, p.515 apud Carlos, 2011, p.56) propõe que tais redes “caracterizam-se por articular a heterogeneidade de múltiplos atores coletivos em torno de unidades de referências normativas, relativamente abertas e plurais”.

A partir da perspectiva de redes, Carlos (2011), ao longo de sua argumentação, sintetiza alguns elementos relativos aos movimentos sociais para propor seu próprio entendimento. Para isso, resgata as atualizações teóricas mencionadas no início desta seção, apontando divergências e convergências presentes em cada autor exponencial, ao mesmo tempo que apresenta possíveis formas de pensá-las criticamente. Em resumo, o processo de estruturação de seu conceito perpassa pelo aprofundamento das teorias já citadas — TMR, TPP e TNMS. De modo geral, compreende que

o conceito de RMS oferece contribuições relevantes ao estudo dos movimentos e de suas identidades coletivas, ao suplantando teorias dominantes centradas na estrutura de preferências e interesses, na mobilização de recursos, na organização formal, na atividade não-institucional. Por sua vez, valoriza a diversidade de dinâmicas identitárias, interacionais e conflituosas que se constituem entre uma multiplicidade de atores, assim como sua mudança (ou ressignificação) ao longo do tempo (CARLOS, 2011, p.159).

Por buscar entender as redes de movimentos sociais a partir de pontos que julga serem centrais em cada uma das teorias comentadas anteriormente, e argumentar o quanto a compreensão de Redes de Movimentos Sociais pode contribuir para o campo científico, a autora fundamenta sua discussão em três elementos: (I) o conceito de movimento social como organização, (II) a estrutura de oportunidades políticas e o (III) *frame* da ação coletiva.

O primeiro ponto diz respeito à passagem do conceito forjado pelos fundamentos da Teoria de Mobilização de Recursos: “Organização de Movimentos Sociais”. A autora destaca, a fim de contrapor a perspectiva da TMR, — movimentos sociais como organizações centralizadas, impulsionadas por lógicas racionais e aspectos burocráticos, como empresas que competem entre si —, que os analistas de redes sociais (como por exemplo, o próprio Diani) investem uma concepção diferente. Nessa concepção o movimento social é entendido como uma rede de interações informais, constituída por atores heterogêneos que partilham de uma dada identidade em contraposição a um oponente bem definido. Além disso, no que tange às ações, complementa que os protestos são entendidos apenas como uma parte, de modo que não se pode dizer que um protesto (atualmente, entendido também dentro do ambiente on-line), por si só, seja considerado um movimento, sendo este mais um modo de distingui-los de outros tipos de ações coletivas (CARLOS, 2011).

Essas ações são compreendidas pela autora por períodos de alternância, alguns momentos mais intensos, chamado de fase de visibilidade, outros mais brandos, chamado de fase de latência, cuja discussão está presente no texto já apresentado de Melucci (1989). Para o autor, a fase de latência diz respeito a inserção de novos códigos culturais, uma mudança no sistema de significados, bem como na prática dos sujeitos. Já a fase de visibilidade demonstra a tomada de decisão, revelando a ação. Compreende ainda, de forma integrada, que essas fases se relacionam à medida que “A latência permite a visibilidade por alimentar o primeiro com recursos de solidariedade e com uma estrutura cultural para a mobilização. A visibilidade (...) fornece energia para renovar a solidariedade e facilita a criação de novos grupos” (MELUCCI, 1989, p.62). Para Carlos (2011) essas as duas características propostas por um autor da Teoria

dos Novos Movimentos Sociais, favorecem a compreensão da RMS, pois apreende que os ambientes extra e intra institucional possuem fronteiras nem sempre muito claras e fáceis de serem distinguidas e, neste sentido, os movimentos podem atuar nestes dois espectros, articulando uma manifestação política contínua e intermitente.

O segundo ponto proposto pela autora é relativo às oportunidades políticas, termo cunhado por teóricos da PP que entendem que as estruturas políticas são essenciais para a ação coletiva, no sentido de que a ação ocorre mediante às oportunidades políticas oferecidas externamente ao movimento. Deste modo, o entendimento de redes sociais reformularia tal concepção, pois estabelece que o contexto político não determina a ação coletiva, destacando a importância da estrutura e dinâmica instituída a partir das práticas relacionais presentes em tais redes, cuja argumentação está fundamentada no estudo realizado por Maryjane Osa.

O terceiro e último ponto, está centrado na questão dos *frames* entendidos pelos teóricos da TPP como um esquema de interpretação que permite que os indivíduos reconheçam os acontecimentos ao seu redor, organizem a experiência e orientem sua ação, cujo esquema é alterado de acordo com a especificidade de cada movimento. Contudo, articulando o trabalho de Mische (2003), a autora argumenta que o conceito concebido por estes autores é limitado para analisar os aspectos culturais, uma vez que parte da ideia de uma interação homogênea, não conflituosa. Além disso, esses teóricos instituem a ideia de movimentos sociais como formas culturais pré-concebidas e autônomas, ignorando a complexidade e multidimensionalidade existente, ao mesmo tempo que desconsideram a relação mútua entre atores e estruturas. Carlos (2011) parte do princípio de que compreender a dimensão cultural a partir da estrutura de rede — que destaca a transversalidade conversacional e comunicativa dos contatos dentro das redes e entre elas — possibilita “o exame da ação coletiva ao longo do tempo, reconstruindo os discursos parciais dos movimentos e, assim, percebendo seu caráter dinâmico, suas mudanças e permanências” (CARLOS, 2011, p.163).

Com isto em perspectiva e focando em uma compreensão convergente, entende-se que os “movimentos sociais não surgem pela simples presença de desigualdade, nem resultam diretamente de cálculos de interesses ou de valores” (ALONSO, 2009, p.72), em outras palavras, a autora compreende que a ação estratégica está presente nas próprias mobilizações, a fim de controlar e gerenciar recursos necessários para ação coletiva, ao mesmo tempo que o sentimento de solidariedade e identidade coletiva são relevantes. Reconhece-se, ao encontro disso, que os movimentos conectam ativistas e organizações, formal ou informalmente, pautando-se em dinâmicas que envolvem recursos, informação, poder e valores, fazendo-se valer de uma estrutura policêntrica (ALONSO, 2009).

Além disso, Goss e Prudêncio (2004) entendem que a ideia proposta pelo termo “redes” infere um maior alcance das ações dos atores sociais, posto que, ao invés de focar nos aspectos em que se assemelham, a ação coletiva visa compreender em quais pontos as diferenças existentes se tocam. Há, deste modo, uma outra configuração da ação coletiva que está centrada no fato de que os atores ocupam a esfera pública com “uma mensagem originada na esfera privada e coletivizada pelas redes” (GOSS; PRUDÊNCIO, 2004, p.82). Torna-se inútil, portanto, focar apenas em um agente, fazendo-se necessário considerar a tal da rede de movimentos, que se torna cada vez mais expansiva através das tecnologias de comunicação.

Neste sentido, as autoras ainda empreendem, em seu texto, a diferenciação entre os termos “coletivos em rede” e “redes de movimentos”. O primeiro termo diz respeito ao contato direto com a instância comunicacional dos atores sociais ou organizações na internet, cujo objetivo é promover informações, conseguir apoio e desenvolver ações coletivas estratégicas. Já o segundo se refere às redes sociais complexas que compõem um campo simbólico que integra sujeitos e atores coletivos, ultrapassando as organizações. Por fim, postulam os coletivos em rede como forma de instrumentalizar as redes de movimentos existentes, reforçando que tais redes são balizadas por determinados períodos de latência e visibilidade, como já foi ressaltado anteriormente.

Por fim, é preciso lembrar que, embora o enfoque desta pesquisa seja de caráter comunicacional, correntes sociológicas são utilizadas para estruturar a discussão e situar, de forma integrada, os sujeitos de pesquisa. Deste modo, identifica-se na conceituação de redes de movimentos sociais (pautada na articulação entre as teorias explicitadas) elementos importantes para entender e analisar os movimentos escolhidos em face à comunicação, relacionando-os às questões já apresentadas no decorrer do trabalho. Por isso, a próxima seção traz discussões sobre esses agentes, como, por exemplo, seus modos de articulação, sua importância dentro da sociedade, como estão alinhados aos princípios democráticos, e a fundação de seus projetos mobilizadores.

### **3.4 Movimentos sociais e mobilizações: demandas sociais articuladas através da comunicação**

Já foi exposto até aqui a relação entre movimentos, acontecimentos históricos e demandas sociais, sendo possível estabelecer conexões entre este e o capítulo I — no qual se discute sobre a importância da cidadania para a sociedade. Com isso em perspectiva, nesta seção, tal associação será aprofundada, destacando a centralidade dos movimentos sociais no

processo de busca pela garantia dos direitos através de suas mobilizações e qual é a sua importância para a reunião, organização e reivindicação de interesses coletivos.

A princípio, é preciso levantar o questionamento sobre o que é que se entende por mobilização de modo geral e, neste sentido, destaca-se a definição proposta por Henriques, Braga e Mafra (2007, p.3) que propõe que

Mobilizar é convocar estas vontades de pessoas que vivem no meio social (e optaram por um sistema político democrático) para que as coisas funcionem bem e para todos; é mostrar o problema, compartilhá-lo, distribuí-lo, para que assim as pessoas se sintam co-responsáveis por ele e passem a agir na tentativa de solucioná-lo. (...) implica que a própria sociedade gere meios de solucionar os problemas com os quais o Estado por si só não seja capaz de lidar.

Ao encontro desta conceituação, observa-se um aspecto central trabalhado pelos autores e que também baliza esta pesquisa: o fato de que para gerar mobilização é preciso, no mínimo, possuir informação, ou seja, apresentar, tornar mais visível o problema que está na sociedade e que muitas vezes são invisibilizados. Neste sentido, os autores complementam que tal processo utiliza de estratégias comunicativas a fim de ampliar o potencial mobilizador, bem como é preciso entrar em contato com determinadas emoções capazes de promover reflexões acerca da problemática em pauta. Ao encontro disso, Cicilia Peruzzo (2010, p.3) aponta que “A comunicação faz parte dos processos de mobilização dos movimentos sociais em toda a história e em conformidade com os recursos disponíveis em cada época”, e que esta comunicação torna pública uma informação e é a partir dela que a ação se estrutura.

Neste sentido histórico, Alonso (2009) resgata o pensamento de Melucci (1986) de que, ao não mais ter o Estado como principal alvo (após a redemocratização), a mobilização teria como foco produzir e circular conhecimento, tendo como pauta a sua democratização, aproximando-se, neste sentido, da problematização que direciona esta pesquisa que pensa os movimentos sociais como possíveis mediadores desta dinâmica. Henriques, Braga e Mafra (2007) compreendem que se deve partir de uma comunicação mobilizadora entendida através de sua capacidade de coordenar ações e não como um mecanismo de controle. O desafio dessa coordenação, portanto, estaria no fato de que se deve gerar e manter canais de comunicação livres, capazes de permitir a interação entre os públicos e movimentos, evitando que esta dinâmica seja caótica e aleatória. Ou seja, entendem que o planejamento da ação comunicativa deve ser direcionado para permitir o envolvimento crítico dos diversos públicos através dos vínculos estabelecidos com o projeto que guia a mobilização.

Em complemento, Alonso (2009) pontua que a ação estratégica faz parte das mobilizações, advinda de um plano objetivo — que orienta e organiza a ação coletiva —, mas também se amplia em direção ao caráter subjetivista, no sentido de que revela a formação de solidariedade e identidades coletivas. Isso levou às novas configurações e, nos anos 90, estabeleceu-se a ideia de que o ativismo é como um “(...) fluxo contínuo de interação social. (...) Os atores construiriam a ação coletiva, à medida que se comunicam, produzem e negociam significados, avaliam e reconhecem o que têm em comum, tomam decisões” (ALONSO, 2009, p.73). Essa negociação é fundada em dissensos que

como bem demonstra Rancière (1996a; 1996b), o dissenso não é a guerra de todos contra todos, mas sim as situações de conflito ordenadas, de discussão e argumentação, não entre parceiros já constituídos, mas entre sujeitos sociais que demonstrem a existência de um objeto sobre o qual é preciso argumentar visando à reordenação da partilha do sensível (MAGNO; BARBOSA, 2007, p.271).

Portanto, a mobilização está intimamente ligada ao compartilhamento e confronto de visões de mundo, e que perpassa por emoções, principalmente aquelas relativas à solidariedade e compaixão que, como já abordado, são importantes para criação de identidade. Essas emoções apresentam um desafio, pois há uma tendência em manipulá-las, sendo essa uma consequência que deve ser recriminada ao pensar na criação de espaços ideais para o desenvolvimento da cidadania (HENRIQUES; BRAGA; MAFRA, 2007). Compreende-se, deste modo, a relevância entre associar emoção e reflexão sobre as causas que guiam o movimento. Henriques, Braga e Mafra (2007) entendem também que um projeto de mobilização precisa ser planejado com a finalidade de garantir coesão e continuidade. Concomitantemente, destacam que o mesmo precisa reconhecer que a busca por mobilização de todos os seus públicos em todos os momentos não é necessária, afinal isto perderia seu caráter aberto e flexível. Ou seja, “participação institucional deve ser uma decisão estratégica” (HENRIQUES; BRAGA; MAFRA, 2007, p.10).

Isto posto, verifica-se a relevância dos movimentos sociais para a construção e organização de espaços cujo objetivo de democratizar a informação perpassa pela necessidade de articular e facilitar os assuntos públicos, fazendo-se valer de estratégias comunicativas — cuja dinâmica será aprofundada, posteriormente, no campo da internet. Contudo, antes é preciso entender o ambiente corporativo em prol do interesse público, com a finalidade de estabelecer parâmetros para situar um dos movimentos escolhidos para o estudo.

### **3.5 Organizações e responsabilidade social: nuances do interesse privado no assunto público**

Até aqui foi possível entender os princípios que estruturam os movimentos sociais, seu compromisso com a questão pública e com a cidadania. Como contraponto e por exigência analítica de um dos contextos de pesquisa — mais especificamente, o Movimento Mulher 360 —, amplia-se a discussão recorrendo ao entendimento dos aspectos estruturais que podem ajudar a compreender como as organizações privadas atuam em causas públicas. Além disso, destaca-se como esses atores convergem ou divergem em relação aos princípios que guiam seus projetos de ação quando comparados aos movimentos sociais populares, bem como se busca refletir em que medida os interesses do mercado os afastam do interesse público. Por último, discute-se sobre o potencial da sociedade de se beneficiar de tais ações ainda que sua fonte motivadora não advenha de princípios relacionados à cidadania.

Ao discutir sobre o compromisso do setor privado com a esfera social pública, acredita-se ser relevante refletir sobre os princípios básicos organizacionais que podem ser motivadores neste processo. Para Kunsch (2016), os diversos problemas sociais são questões que precisam engajar todos os atores da sociedade, inclusive o setor empresarial. Em sua perspectiva, não é mais possível pensar em organizações centradas em si mesmas e em seus negócios: agora, tem-se um cenário em que precisam assumir uma nova mentalidade — para além do discurso — a fim de que não percam espaço e continuem ativas no mercado.

Attila Magno e Silva Barbosa (2007) comungam desta perspectiva da autora, e situam que tal apreensão se instaurou através de um discurso pautado na ideia de que as empresas são permeadas por pressões advindas da sociedade civil, e que contribuem para resolver as problemáticas sociais, aumentando, conseqüentemente, o seu senso de responsabilidade social. Magno e Barbosa (2007), assim como Glaucia Torres e Zulmar Fachin (2020), compreendem que tal cenário está associado ao fenômeno globalizante da economia e dos princípios neoliberais, promovendo a ideia do papel político da empresa, visto que há um aumento da cooperação entre mercado e sociedade civil, afinal, tal princípio de cooperação, fundamentaria, “o desenvolvimento integrado de sistemas socioeconômicos e produtivos” (MAGNO; BARBOSA, 2007, p.269).

Cria-se, portanto, uma comunicação direcionada para a construção e publicização destas perspectivas, desenvolvendo “um processo de significação, enquadrando a forma como as entidades comunicam intencionalmente e visando a criação de sentidos para com os seus

públicos” (SILVA; RUÃO; GONÇALVES, 2019, p.594). Ou seja, compreende-se uma forma de conduzir as conquistas dos objetivos corporativos. Neste sentido, diversas organizações utilizam o conceito de Responsabilidade Social Empresarial para designarem o comprometimento com as questões de interesse público. Contudo, Magno e Barbosa (2007) destacam que o termo está, invariavelmente, fundado numa lógica de mercado e que os critérios que guiam a avaliação e condução dos projetos voltados para tal objetivo, também se fundamentam nesta mesma lógica. Logo, surge a necessidade desta seção: discutir os interesses do setor privado em relação à promoção da cidadania. Pois, ainda que seja óbvio que o interesse da sociedade civil é diferente do empresarial, é relevante para esta pesquisa compreender em que termos se relacionam ou se distanciam.

Lauro Alves (2001) concorda com a premissa de que as empresas sempre buscam otimizar seus resultados financeiros, mas acrescenta que o setor corporativo pode gerar mais do que riqueza material para a sociedade, não apenas através do que deve fazer, mas também pelo que deixa de fazer. O autor, no aprofundamento de sua discussão, apreende o termo de cidadania empresarial, definida como “um conjunto de princípios e sistemas de gestão destinados à criação ou preservação de valor para a sociedade” (ALVES, 2001, p.81). Ao encontro disso, Torres e Fachin (2020) destacam que ao incorporar o conceito de cidadania, a empresa associa-se ativamente ao termo, ou seja, passa articular a noção de pertencimento, impactando na comunidade em que atua, se comprometendo a concretizar o bem comum, reforçando a ideia de que não se pode apenas se concentrar na maximização do lucro — é neste ponto que é necessário um posicionamento crítico.

Neste modo de atenção, destaca-se o argumento apresentado, posteriormente no texto, pelos mesmos autores de que a cidadania empresarial é inteligente (empregam exatamente este termo) à medida que ajuda a construir uma legitimidade social capaz de fortalecer a sua imagem. Como consequência deste posicionamento, as empresas estabelecem uma boa relação com seus consumidores e ampliam seu rendimento econômico, e para comprovar tal posicionamento, os autores apresentam alguns exemplos. Ou seja, reconhecem o benefício de uma empresa cidadã não pelo seu impacto social, e sim econômico. Ao encontro disso, Magno e Braga (2007) também articulam suas considerações teóricas acerca do tema a um estudo empírico, e concluem que a noção de cidadania que advém de projetos empresariais reconhece seus beneficiários como indivíduos passivos no processo que lhes envolve. E mais do que isso, apontam que “estamos diante de mais um ardil do mercado que visa à destituição de posturas efetivamente dissensuais e potencialmente contra-hegemônicas” (MAGNO; BARBOSA, 2007, p.279).

Desta maneira, estabelecem que a noção de responsabilidade social empresarial, não contribui para um senso de cidadania real, visto que opera numa dinâmica de minimizar o dissenso, que é central para uma cena política voltada para os aspectos democráticos, impondo um determinado discurso como “legítimo para a resolução dos problemas sociais” (MAGNO; BARBOSA, 2007, p.268). Logo, é possível e necessário questionar o envolvimento corporativo nas causas públicas, sendo este um aspecto a ser observado durante a análise institucional do Movimento Mulher 360 e de suas publicações.

E mais do que isso, ainda que sua lógica de ação em prol da sociedade esteja pautada no aspecto econômico, questiona-se: “em que medida os conteúdos publicados — por um movimento empresarial — contribuem para levar informação às mulheres sobre seu direito e impactam a esfera social?”. Na próxima seção, portanto, busca-se compreender as bases que influenciam no desenvolvimento de um projeto de mobilização no campo da comunicação digital.

### **3.6 Movimentos e a comunicação digital da informação**

Após apresentar a centralidade dos movimentos sociais e, até mesmo das ações empresariais no processo de fortalecimento da cidadania, é possível desenvolver a ideia de qual espaço a comunicação ocupa nesta dinâmica complexa. Fundamentada em discussões já apresentadas em outros capítulos, esta seção tem como foco estreitar a abordagem do estudo, a fim de desenvolver as bases dos objetivos de pesquisa propostos.

Neste sentido, acredita-se ser relevante, antes de aprofundar tal discussão, ponderar que, assim como destacado por Marcus Abílio Pereira (2011), a ação on-line não tende a substituir a off-line, afinal a internet pode ser um ambiente importante para a organização, mas não como um fim em si. Ou seja, no que tange às formas de protesto, não se parte de uma ideia de substituição e sim de complementaridade. O autor aponta também que as formas de mobilização seguem duas possíveis estratégias: a primeira compreende a internet como suporte para ações que já ocorriam no espaço off-line, e a segunda se refere à ação que se realiza na própria internet.

Esta dinâmica de mobilização virtual pode ser denominada como ciberativismo que, segundo Maria Eugênia Rigitano (2003), é um aprimoramento da atuação e das técnicas de comunicação utilizadas pelos grupos sociais que fortalecem a atuação em rede — vide que sua estrutura já foi descrita em outra oportunidade. A autora com base em Vegh (2003) aponta três classificações para pensar o ativismo on-line: a primeira categoria pode ser caracterizada pela

utilização da internet como uma fonte alternativa para a circulação, produção e acesso à informação, como uma possibilidade de superar as pautas apresentadas pelas mídias hegemônicas e podendo, a partir disso, incentivar o sujeito a se engajar numa ação mobilizadora, seja ela off-line ou on-line. Já a segunda categoria apreende o ambiente digital a partir da sua capacidade de gerar organização e mobilização para uma dada ação, podendo ter a finalidade de: a) convidar para um ação off-line; b) para chamar para uma ação que costuma ser realizada off-line, mas que no ambiente digital pode facilitar a execução; e c) para organizar e mobilizar uma ação, exclusivamente, on-line. A terceira, e última, categoria é caracterizada por uma dinâmica de ação/reação, denominada de hacktivism ou ativismo hacker, que envolve diferentes tipos de ações virtuais que visam quebrar o fluxo da internet como, por exemplo, aquelas capazes de congestionar e/ou derrubar sites, e até mesmo efetuar cibercrimes ou ciberterrorismo.

Cabe destacar, portanto, que os movimentos se utilizam da internet de acordo com seus interesses e estratégias, gerando novos repertórios, fazendo se valer da disseminação de informações, de diferentes modos, assim como recorrem às combinações entre as ferramentas de comunicação (PEREIRA, 2011). Neste sentido, o autor destaca que as vantagens da internet como meio de comunicação dos movimentos sociais podem ser traduzidas através da facilidade, tanto em um nível geográfico quanto econômico, de exercer pressão em outros atores sociais. Como exemplo, é possível citar um cenário no qual determinados deputados estão prestes a votar sobre um projeto de lei que afeta, ou pode vir a afetar, o projeto de um dado movimento, fazendo emergir a ação coletiva (PEREIRA, 2011).

Outro ponto a ser considerado é que alguns atores estão mais expostos a sofrerem algum tipo de violência, sendo a internet uma barreira que impede tal perigo (PEREIRA, 2011). Por outro lado, não se pode ignorar que outras formas de violência também podem ser facilitadas e incentivadas na internet, posto sua estrutura descentralizada e as ferramentas disponíveis que permitem o anonimato do usuário, gerando uma sensação de desresponsabilização (RECUERO; SOARES, 2013).

Diante dos potenciais existentes na internet para a ação dos atores que se visa discutir nesta dissertação, poderia se vislumbrar tais dinâmicas para a cidadania. Porém, compartilhamos da ponderação realizada por Pereira (2011): a internet não é capaz de resolver a problemática da desigualdade da participação, pois como já foi abordado no capítulo II, há muitos desafios a serem enfrentados para que de fato este seja um ambiente democrático, principalmente, ao considerar os índices de exclusão digital. Além disso, outra problemática é referente a quantidade informacional, pois, bem como situa Jorge Duarte (2007, p.5), uma comunicação

pública de qualidade (aproximando, neste caso, da comunicação produzida por organizações que visam tratar de assuntos de interesse público) não se restringe ao alcance e quantidade de mensagem. Segundo sua percepção, para garantir tal qualidade, é preciso criar “uma cultura de comunicação que perpassa todos os setores envolvidos com o interesse público, o compromisso do diálogo em suas diferentes formas e de considerar a perspectiva do outro na busca de consensos possíveis e de avançar na consolidação da democracia”.

Por fim, ao refletir toda a discussão realizada até o momento, é preciso destacar que a internet não favorece a cidadania em si mesma, ou seja, não carrega em sua essência uma capacidade democratizadora que foi aspirada por muitos em seu princípio, pelo contrário. Ao encontro disso, destaca-se que as configurações que se apresentam como entraves, reforçam a concepção de Castells sobre o impacto social de uma tecnologia, pois para o autor tais reverberações só podem ser verificadas através das práticas dos usuários, empresas e o próprio Estado. Posto este cenário complexo e cada vez mais heterogêneo, pensa-se a internet como uma possibilidade — e não como condição essencial, meio ou fim — de promover a cidadania no sentido de que facilita a partilha de informação e, conseqüentemente, a tomada de consciência sobre assuntos de interesse público que talvez não seria possível em outros espaços.

Logo, aqueles que fazem parte da rede e que sabem lidar com este contexto multi informacional, carregam o potencial de promover a cidadania, seja através da a) facilitação da informação, e colocando-a de modo estratégico na rede para que chegue aos interessados de forma acessível; e/ou por meio da b) propagação da informação resgatada na internet para o ambiente off-line e ampliando o seu conhecimento; e/ou através da c) ações pela garantia de habilidades e condições informacionais a todos os sujeitos.

Compreende-se, neste sentido, a premissa de “uma comunicação que se vincula às lutas mais amplas de segmentos populacionais organizados e tem por finalidade contribuir para solucionar problemas que afetam o dia-a-dia das pessoas empobrecidas e a ampliação dos direitos de cidadania” (PERUZZO, 2008, p.2). Portanto, os movimentos podem ser compreendidos como intermediadores, tanto no sentido de que podem produzir conteúdos articulados e pensados estrategicamente — comprometidos em levar informação para fora do ambiente virtual—, quanto no sentido de se posicionarem como agentes contra a desigualdade informacional.

Deste modo e para abranger ambas perspectivas, espera-se verificar tal concepção concentrando este estudo na análise da produção de conteúdo e como o mesmo se relaciona com as possibilidades de promover a cidadania no ambiente digital através do conhecimento, abrindo espaços para repensar e reformular as relações de poder presentes na estrutura social.

Afinal, os movimentos visam ampliar essas questões, processo que é fundado em dinâmicas comunicativas, as quais se reconfiguram constantemente, sendo a internet uma ferramenta para isso. Dentre os movimentos que buscam a revisão das relações de poder, é possível citar, mais especificamente, o movimento feminista, que segundo Soares (1994) busca compreender tais dinâmicas em todos aspectos e níveis sociais.

Com isto em perspectiva, o próximo capítulo busca estruturar um entendimento histórico geral do movimento, com enfoque nas especificidades do contexto brasileiro, a fim de levantar considerações relevantes para a compreensão dos sujeitos de pesquisa. Além disso, propõe-se uma apresentação institucional do Movimento de Mulheres Camponesas e do Movimento Mulher 360°, fazendo, ao final, uma análise comparativa, a fim de discutir em que medida eles convergem ou não. Por fim, o que se espera para o próximo capítulo, é desenvolver um embasamento para verificar como cada um dos movimentos se relaciona com os elementos da cidadania e com o compromisso de tornar informações, acerca dos direitos das mulheres, públicas.

## **Capítulo IV – O ATIVISMO FEMINISTA: DINÂMICAS NOS MOVIMENTOS EM PROL DAS MULHERES TRABALHADORAS**

A sociedade democrática é permeada por agentes sociais que visam questionar e reformular as relações de poder vigente. Entre eles, é possível citar o movimento feminista que está constantemente colocando em perspectiva as condições de desigualdade de gênero — mas não somente — vivenciadas pelas mulheres. Neste sentido, Sueli Carneiro (2019) apresenta o movimento de mulheres no Brasil como um dos mais respeitados no âmbito mundial, e destaca a relevância das mobilizações sociais promovidas, posto que a Constituição de 1988 abarcou cerca de 80% de demandas articuladas na esfera pública. A título de exemplo, cita o protagonismo do movimento em ações que levaram a conquista de creches, a descriminalização do aborto e a anistia.

Contudo, assim como aponta Luis Felipe Miguel (2015), as conquistas legais não podem ser entendidas como um indicativo de que a desigualdade foi, de fato, superada, pois parte do princípio de que, neste novo cenário, a dominação se estrutura de um outro jeito, exigindo novas formas e ferramentas mais sofisticadas para compreendê-la. Ao mesmo tempo, é preciso considerar que tais conquistas revelam a dinâmica de atuação, influência e reconhecimento social dos movimentos, posto que as leis refletem as relações de poder e padrões existentes que permeiam a sociedade, bem como articulam as disputas por significados e vivências (PITANGUY, 2019). Logo, o objetivo deste capítulo é compreender a influência exercida pelo movimento de mulheres na construção da cidadania e na tomada de consciência sobre a urgência de se defender, e buscar por direitos e políticas públicas voltadas para as questões de gênero e seus elementos atravessadores.

Para tal, desenvolve-se uma breve retrospectiva histórica ampla, considerando diversos acontecimentos mundiais, contudo, o foco está em compreender como essas dinâmicas externas influenciaram o contexto brasileiro e quais são as especificidades locais. Nessa retrospectiva proposta, também se recorre aos teóricos que organizam as tendências feministas de acordo com os períodos denominados de ondas, entre elas, a vivenciada atualmente: a quarta onda. Tais perspectivas contemporâneas apresentam características e conceitos importantes para a discussão proposta, entre eles o ciberfeminismo, através do qual se apresenta a relação entre internet e feminismos.

Busca-se, em complemento, desenvolver questões relativas ao conceito de interseccionalidade e como ele pode contribuir para a compreensão dos feminismos na atualidade. Além disso, considera-se que o termo também ajuda a pensar elementos relativos à cidadania e nas diferenças existentes entre os sujeitos de pesquisa. Em conexão, é nesta

oportunidade que são descritos com maiores detalhes: apresentação do panorama histórico de cada movimento, posicionamento, diretrizes, e, de modo geral, as aspirações para a sociedade brasileira.

Verifica-se também como eles se aproximam ou se distanciam quando comparados um ao outro, e em que medida objetivam contribuir para o exercício pleno da cidadania, sendo este último elemento retomado na parte de análise de conteúdo a fim de comparar prática e posicionamento institucional. Por fim, compreende-se que o Movimento de Mulheres Camponesas e o Mulher 360 possuem grande complexidade diante dos interesses coletivos, bem como seus elementos históricos são fundamentais para compreender como eles se relacionam com a sociedade e com as informações de interesse das mulheres.

#### **4.1 Entendendo os feminismos**

O livro “Feminismo e política: uma introdução” é uma coletânea de textos de Flávia Biroli e Luis Felipe Miguel que discute a relação entre feminismo e política retomando aspectos históricos e sociais, e que serviu de base para as primeiras impressões e reflexões acerca do tema aqui proposto. Neste sentido, Miguel (2015), para falar do surgimento do movimento, aponta que o feminismo pode ser entendido como um resultado não esperado da Revolução Francesa. Isso se deu pelo fato de que as mulheres, segundo Joasey da Silva, Valter do Carmo e Giovana Ramos (2021), mesmo participando ativamente da Revolução, não eram consideradas sujeitos de direitos, ou seja, cidadãs, e ao se defrontarem com tal situação, passaram a reivindicar os mesmos direitos dado aos homens de seu tempo.

Ao encontro disso, cabe destacar que seu surgimento como um movimento político e intelectual se deu do século XVIII para o XIX, caracterizado pela discussão sobre a submissão da mulher na esfera doméstica e sua exclusão da esfera pública. Essa reflexão sobre as duas esferas na vivência feminina é, segundo Flavia Biroli (2015), uma das principais características do pensamento feminista, pois se parte do princípio de que para construir uma sociedade democrática, não é possível desassociar a esfera política da vida social, bem como o público do privado. Logo, ao considerar as relações de poder — que muito interessam a esta pesquisa —, é preciso destacar que “O feminismo reconhece um poder não somente no nível do público estatal, mas o poder presente em todo o tecido social, fazendo a concepção da política ampliar, como também a noção de sujeito — todos aqueles que têm uma posição subalterna nas relações de poder existentes são chamados a transformá-las” (SOARES, 1994, p.22).

Numa perspectiva do feminismo como teoria, Ângela Arruda (2019) prefere pensar de modo múltiplo e aplicar o plural — feminismos —, situando que as teorias feministas buscam tornar público a situação das mulheres, tanto em relação aos problemas já conhecidos, quanto aqueles que ainda podem vir a ser enfrentados. Para fundamentar seu pensamento, parte da concepção de identidade, considerando que as representações sociais são elementos presentes nas teorias feministas, uma vez que o campo simbólico faz parte da construção da subjetividade humana e dos próprios gêneros. Em consonância, Joan Scott (2019) observa que a identidade de gênero advém da linguagem, apontando que

“[...] o conceito de gênero estrutura a percepção e a organização concreta e simbólica de toda a vida social. Na medida em que essas referências estabelecem distribuições de poder (um controle ou um acesso diferencial aos recursos materiais e simbólicos), o gênero torna-se implicado na concepção de construção do poder em si” (SCOTT, 2019, p.7).

Tal construção simbólica é também abordada por Bila Sorj (2019) que, em seu texto, apresenta um panorama geral sobre as produções feministas que buscam explicar a vida social, observando que essas são permeadas por argumentos que têm como base comum a categoria de gênero e envolvem, minimamente, duas questões: a) a questão biológica inata que, por sua vez, não é capaz de explicar as diferenças comportamentais entre homens e mulheres; e b) a concepção de que o poder é desigual entre os sexos e de que é direito da mulher ocupar os espaços na vida social.

Sobre as produções intelectuais de caráter feminista, Albertina de Oliveira Costa, Carmem Barroso e Cynthia Sarti (2019), escrevem um artigo, cuja originalidade é antiga e precisa ser considerada — 1985. Levantam, nesta oportunidade, algumas características de pesquisas sobre mulheres no Brasil, apontando questões relativas à multidisciplinaridade e uma constante dificuldade de compreender quais estudos poderiam ser designados como feministas. Posto tal dificuldade, propõem que “ser feminista, ser mulher em luta, quer dizer vontade de superação das assimetrias na relação de gênero, da exploração das mulheres, diferentes formulações, baseadas em fundamentações divergentes” (COSTA; BARROSO; SARTI; 2019, p.110-111). Ou seja,

Mais do que tentar separar quem é ou não feminista, talvez seja profícuo procurar identificar as diversas vertentes ou os distintos feminismos, e procurar explicitar as diferenças, identificar os distintos projetos, os diversos paradigmas, para definir com quem é possível manter uma unidade para elaborar projetos que mantenham acesas as nossas utopias, e criem possibilidades de construir símbolos, valores, linguagens marcadas por relações de colaboração e não de domínio entre as pessoas (SOARES, 1994, p.24).

Ao encontro desta questão, Costa, Barroso e Sarti (2019) observam que, ao longo do tempo, o feminismo reuniu diversas tendências no que diz respeito a orientações políticas-ideológicas, e apontam as três que julgam ser as principais: liberal, radical e a socialista. Assim como as autoras em seu texto e com base no objetivo desta pesquisa, enfoca-se que, independentemente de seu viés ideológico, todas partilham de um ponto único: a opressão que atinge as mulheres e, com base nisso, buscam pela superação das desigualdades entre os sexos. Ao considerar que este ativismo é histórico, cujos acontecimentos ajudam a entender a dinâmica que vivenciamos atualmente, seu conhecimento é relevante para compreender qual é seu espaço no campo social vivenciado atualmente. Com isto em perspectiva, a próxima seção apresenta uma breve sequência de acontecimentos que foram importantes para a estruturação do feminismo como movimento social.

#### 4.1.1 Trajetória histórica do feminismo

Considera-se, antes de tudo, a centralidade de compreender os diferentes cenários que abarcam a história do feminismo, posto suas particularidades, influências e configurações socioculturais. Neste sentido, optou-se, nesta seção, por apresentar, a princípio, um cenário internacional mais amplo, visto que sua influência também pode ser observada na formação do feminismo brasileiro. A caracterização deste último será aplicada na seção seguinte, visto que tal dinâmica permitirá desenvolver comparações e identificar posturas exclusivas do repertório feminista que se aproxima dos sujeitos de pesquisa.

Ao falar sobre momentos históricos do feminismo, sendo também conhecidos como “ondas”, é preciso destacar que esses demonstram e justificam os diferentes agenciamentos do movimento feminista ao longo do tempo, apresentando à esfera pública demandas distintas de acordo com as realidades de cada período, e é no sentido de compreender tais especificidades que se justifica a divisão (MASSA; LORENZETTO, 2019). Em convergência, Olívia Perez e Arlene Ricoldi (2020) compreendem que a ideia de ondas ajuda a organizar a realidade,

explicitando algumas tendências do movimento. Além disso, é preciso, ao olhar para os processos históricos, considerar o que argumenta Roberta Massa e Bruno Lorenzetto ao proporem que uma onda se relaciona com elementos da anterior, ou seja, é um processo de fusão que não desconsidera o que foi assimilado anteriormente, podendo ser divididas em primeira, segunda, terceira e quarta onda — sendo esta última ainda não reconhecida por todos os teóricos.

A respeito da primeira onda do feminismo, cujo início é reconhecido nas últimas décadas do século XIX, pode-se destacar que a principal característica recai sobre a demanda significada e apresentada pelo movimento sufragista — ações sociais pelo direito das mulheres ao voto. Tal discussão surge a partir das questões levantadas pelo ideal revolucionário francês, já citado no início do capítulo que não contemplava as mulheres, o que impulsionou, de modo não previsto, o ativismo pelo direito à participação política das mesmas. A partir de 1908, o movimento sufragista se desenvolveu e atuou de forma mais incisiva, através de protestos públicos, assumindo um caráter mais radical quanto às suas ações (MASSA; LORENZETTO, 2019).

Já a segunda onda surge a partir de um contexto de desmobilização sofrido após a conquista do direito ao voto aliado ao período entre guerras. Porém, após a publicação do livro “Segundo Sexo” de Simone de Beauvoir, cuja obra apresentou a frase: “ninguém nasce mulher: torna-se mulher”, houve um novo impulso do movimento feminista que buscou denunciar opressão masculina. Iniciou-se, deste modo, a inserção da pauta sobre a relação entre ambiente público e privado que passaram a ser entendidos como centrais nas discussões sobre o poder, representado principalmente pelo slogan “o pessoal é político”. A segunda onda partiu do princípio de que era necessário dar visibilidade às questões privadas, posto que sua problemática só seria resolvida a partir de esforços coletivos, ao mesmo tempo que começaram a surgir discussões sobre a liberdade sexual feminina e a questão da autonomia em relação aos seus próprios corpos (MASSA; LORENZETTO, 2019). Outra marca desta onda, segundo os autores, foi a criação de grupos de conscientização, cuja pauta era apresentar experiências pessoais relacionadas às opressões sofridas.

Os autores compreendem ainda que, em 1970, surgem algumas rupturas dentro do feminismo fomentadas pela ideia da inexistência de homogeneidade que, até o momento, negava as influências e disparidades proporcionadas pelas relações de classe, raça, gênero e sexualidade. Neste momento, “percebeu-se que o discurso universal, na verdade, é excludente, pois não há uma universalização da categoria mulheres (...). A depender da interseccionalidade (...) o quadro de opressão sofrido pela mulher se modificar ou, em outras palavras, aumentaria”

(MASSA; LORENZETTO, 2019, p.73). Destaca-se que tal afirmativa, proposta pelos autores, encaminha algumas reflexões propostas ao final desta dissertação.

A terceira onda, por sua vez, também chamada de pós-feminismo, pode ser caracterizada, segundo os autores, como um movimento feminista mais difuso. Neste período, surgiram debates sobre o empoderamento feminino e questões de violência contra a mulher, articulando, em paralelo, a necessidade de proteção da ideia de diversidade entre as mesmas e as diferentes questões sociais que as permeiam (MASSA; LORENZETTO, 2019).

Já a quarta onda, presente nos tempos atuais, pode ser caracterizada pelo processo de institucionalização das demandas e pela articulação das mesmas via internet. Além disso, Perez e Ricoldi (2020) retomam Ana Cláudia Felgueiras (2017) que chama a quarta onda de ciberfeminismo, uma vez que sua formação é dada por militantes nativas da era digital e que sabem utilizar e compreendem o potencial da comunicação digital. Além disso, como já visto no capítulo anterior, a internet modifica o modo de atuação dos movimentos, não sendo diferente com o feminista, que passou a repensar sua militância a partir dos princípios digitais (PEREZ; RICOLDI, 2020).

Após essa breve apresentação geral sobre a história do feminismo, a próxima seção objetiva apresentar as especificidades presentes no cenário brasileiro, visto que as influências eurocêntricas e americanas foram ressignificadas de acordo com as relações políticas e sociais que eram vivenciadas no território nacional.

#### 4.1.2 Especificidades do feminismo no contexto brasileiro

Na coletânea “Pensamento Feminista Brasileiro: formação e contexto”, organizado por Heloisa Buarque de Hollanda e publicado no ano de 2019, encontram-se diversos textos capazes de fornecer um parâmetro social e histórico das relações de dominação sofrida pelas mulheres, bem como o papel do feminismo no contexto brasileiro, que foram e ainda serão utilizados ao longo deste capítulo. Entre os textos, chama-se atenção para o de Constância Lima Duarte (2019) cuja contribuição está associada, principalmente, ao delineamento dos primeiros pensamentos feministas no Brasil.

A história do feminismo, na concepção da autora, é considerada desconhecida tanto pelo fato de não ser muito contada, quanto por possuir uma produção bibliográfica fragmentada. Diante deste desafio, propõe uma compreensão mais ampla do feminismo, através de “gesto ou ações que resulte em protesto contra a opressão e discriminação da mulher,

ou que exija a ampliação de seus direitos civis e políticos, por iniciativa individual ou de grupo” (DUARTE, 2019, p.26). Duarte (2019) entende que, ao tomar como base tal compreensão, permite-se o reconhecimento dos momentos iniciais do ativismo brasileiro e o conhecimento do que ela chama de “primeiras e legítimas feministas brasileiras”. Assim, organiza sua discussão histórica a partir de quatro momentos de visibilidade que podem ser datados pelos anos de 1830, 1870, 1920 e 1970.

O primeiro momento foi marcado, principalmente, pela contribuição de Nísia Floresta Brasileira Augusta com o seu primeiro livro “Direitos das mulheres e injustiça dos homens”, considerado o texto fundante do feminismo no Brasil, pois se trata de uma nova produção fundamentada nas características do cenário local, embora tenha sido inspirado pela literatura externa, mais especificamente o texto “Vindication of the rights of woman” de Mary Wollstonecraft — considerada a primeira feminista inglesa. Neste sentido, é relevante ressaltar que este primeiro momento não nasce, especificamente, dentro do Brasil, ou seja, uma produção genuinamente brasileira. Além disso, Duarte (2019) afirma que a autora não propõe, diferentemente das autoras estrangeiras, uma revolução: sua discussão estava centrada em refletir sobre o potencial da educação para a libertação das mulheres. De modo geral, para Nísia Floresta antes das brasileiras serem emancipadas politicamente, era preciso que fossem consideradas seres pensantes (DUARTE, 2019).

O segundo momento destacado pela autora é bem alinhado ao anterior e se caracteriza pelo grande número de jornais de postura feminista. As produções divulgadas visavam conscientizar o poder exercido sobre as mulheres em diversos âmbitos sociais, bem como reforçavam a ideia de que a educação era uma premissa básica para a libertação desejada, sendo necessário estabelecer o direito e a igualdade em seu acesso. Além disso, os escritos iniciavam uma rede de apoio que também fazia circular a produção intelectual, e que foi central para conscientização das mulheres, preparando o contexto que estava por vir (DUARTE, 2019).

Deste modo, o terceiro momento — que, ao ser compreendido através das ondas já citadas, se enquadra na primeira — é determinado por uma movimentação que até então não havia sido observada: mulheres mais ou menos organizadas, cuja reivindicação estava concentrada, principalmente, na questão do voto, ao ensino superior e ao aumento da possibilidade de atuação em diversas áreas profissionais, marcada também pela forte produção literária e jornalística. Chama-se atenção para a questão do voto e a forte influência dos Estados Unidos nas ações das feministas brasileiras, posto que apresentaram as mesmas propostas de “equiparação jurídica e política e medidas de proteção ao trabalho da mulher” (ALVES, 2019, p.61). Contudo, para a autora, diferem-se em relação à assimilação social e extensão, visto que,

no Brasil, restringiu-se a elite, cuja determinação está associada ao caráter político-histórico, já mencionado nesta dissertação.

Já o quarto momento — que pode ser enquadrado na segunda onda — foi permeado pelas influências da ditadura militar de 1964, especialmente, a partir da década de 70 (PEREZ; RICOLDI, 2020). Segundo as autoras, a pauta da autonomia era a base para o movimento feminista e se estendia para os demais movimentos do período que traziam em suas ações a questão da independência da opressão do Estado. Por consequência, esta onda contava com feministas exiladas, militantes dos partidos políticos, bem como universitárias e acadêmicas (PEREZ; RICOLDI, 2020).

Neste sentido, o momento também pode ser caracterizado pela forte alteração cultural e conquista de algumas pautas antes reivindicadas, principalmente em relação à participação política e intelectual, marcada pelas ocupações de mulheres em diferentes níveis políticos e a legitimação da produção acadêmica (DUARTE, 2019, p.45). Além disso, Sorj (2019) destaca que o movimento feminista no Brasil estava distante de uma concepção identitária única e, nos anos 70, ao mesmo tempo que ganhava visibilidade e força na esfera pública, surgiam identidades que ela chama de “sobrenomeadas”, como por exemplo, o caso de mulheres negras, mulheres sindicalistas e mulheres rurais.

Estendendo temporalmente o pensamento de Duarte (2019), situa-se que a terceira onda é vivenciada no Brasil a partir de marcas da onda anterior: apresentando demandas específicas e ressaltando a diversidade entre as mulheres (SILVA; CARMO; RAMOS, 2021). Para os autores, uma das conquistas mais importantes deste período é a criação da Secretaria do Estado dos Direitos das Mulheres e a Secretária Especial de Políticas para as Mulheres, cujo objetivo era articular políticas públicas para atender as demandas das mulheres. Além disso, destacam que as mulheres passaram a ingressar na esfera política, assumindo cargos em todos os níveis (municipais, estaduais e federais), defendendo diretamente seus interesses.

Por fim, a quarta onda, segundo Perez e Ricoldi (2020, p.8), possui três características no Brasil: “a presença dos meios de comunicação digitais; a adoção de diversas clivagens sociais atreladas ao gênero na luta feminista, ou a disseminação da ideia de um feminismo interseccional e a organização em forma de coletivos”. Tais características serão importantes ao longo da análise, posto que estabelecem parâmetros do ativismo feminista atual. Dentre essas três características, acredita-se ser de extrema relevância uma discussão mais profunda à respeito do conceito de interseccionalidade, a fim de desenvolver um repertório capaz de estruturar uma compreensão mais crítica sobre os movimentos escolhidos, tanto porque

articulam tal característica intrinsecamente, quanto pelo fato de que quando comparados entre si, escancaram realidades e objetivos distintos das mulheres trabalhadoras.

## **4.2 Interseccionalidades**

Considera-se que o feminismo, assim como outros movimentos, foi afetado por uma perspectiva eurocêntrica e universalizante sobre o “ser mulher”, produzindo uma barreira para o reconhecimento das diferenças entre as mulheres que o integravam, em segunda instância, têm-se como consequência “o silêncio sobre outras formas de opressão que não somente o sexismo” (CARNEIRO, 2019, p. 273). Tal problemática, segundo a autora, vêm à tona e exige uma revisão de tal status que compreende que uma desvalorização dupla permeia seu cotidiano, na qual apreende que o racismo rebaixa o status advindo do gênero, revelando a existência de contradições e desigualdades até mesmo entre as próprias mulheres.

Perez e Ricoldi (2020) situam que o conceito de interseccionalidade é introduzido na academia brasileira nos anos 2000 e que ganha, atualmente, uma nova força com as intelectuais negras articulando seus posicionamentos via internet. Compreendem que o conceito permite pensar em diversos feminismos, entendendo a mulher para além de uma única categoria — gênero —, considerando os possíveis intercruzamentos ao observar as desigualdades e pela busca dos direitos dessas mulheres, afinal “é a interação dessas categorias que atuam na produção e manutenção das desigualdades” (PEREZ; RICOLDI, 2020, p.12). Neste sentido, a interseccionalidade, para elas, resgata a ideia de superação de um feminismo branco e de classe média — como já visto, características observadas em outros momentos —, colocando também em perspectiva questões de raça, gênero, classe, sexualidade, deficiência e outros elementos que podem endossar a violência experienciada por uma mulher.

Em complemento, Crenshaw (2002, p. 177 apud PEREZ; RICOLDI, 2020) entende que a conceituação trata especificamente da forma pela qual o racismo, o patriarcalismo, a opressão de classe e outros sistemas discriminatórios criam desigualdades básicas. Portanto, a cultura política das mulheres, segundo Mary Garcia Castro (2019), deve buscar reconhecer as heterogeneidades existentes, ao mesmo tempo que deve afastar recortes individualizantes. Neste sentido, resgata-se a concepção proposta por Audre Lorde (2019) de que, ao ignorar as questões de raça que incidem sobre as mulheres e suas reverberações, apresenta-se uma séria ameaça à mobilização de mulheres. A autora também chama atenção para o fato de que alguns problemas são próprios das mulheres negras e que, em alguns momentos, surge a possibilidade

— julgada por ela como uma armadilha — das mulheres brancas se assimilarem às dinâmicas do opressor com a promessa de que podem compartilhar o poder com os mesmos.

Por fim, é relevante, metodologicamente, destacar que as categorias consideradas por Perez e Ricoldi (2020)— embora não sejam centrais para esta dissertação — contribuem para refletir sobre as interseccionalidades que se espera levar em consideração durante a análise, reforçando a complexidade existente ao tratar do ativismo das mulheres e sua relação com a cidadania, visto que “é preciso criticar as formas da democracia que não reconhecem a diversidade humana, que definem o bem comum a partir de formas radicalmente distintas da construção dos sujeitos” (SOARES, 1994, p.24).

Neste sentido e como uma etapa prévia à análise, as próximas seções deste capítulo visam apresentar o repertório histórico de cada sujeito de pesquisa, como estão organizados nas redes sociais digitais e quais elementos estão articulados em suas ações em prol dos direitos das mulheres. Espera-se, neste momento, destacar possíveis alinhamentos e desvios entre eles, bem como refletir sobre o compromisso público dos mesmos com a cidadania e a negociação das relações de poder.

#### **4.3 Movimento de Mulheres Camponesas – MMC**

Os processos de organização e formação do Movimento de Mulheres Camponesas (MMC), em uma perspectiva genérica, estão sintetizados no que chamam de Feminismo Camponês Popular. Em seu site oficial, apontam que o movimento contribui para este ativismo mais amplo, posto que “construímos e o enriquecemos todos os dias, como fazemos também a história, não nas condições que queremos, mas nas condições que encontramos, lutando pela libertação das mulheres.” Entendem, neste sentido, que a história do MMC é parte do Feminismo Camponês Popular, composto também pelo campesinato latino-americano e caribenho em prol de um feminismo que se mobiliza por uma sociedade sem desigualdades.

Em sua particularidade, o MMC existe, segundo seu site oficial, há mais de 37 anos, se intitulado como “autônomo, democrático, popular, feminista e de classe, na perspectiva socialista”, cujos direcionamentos buscam reafirmar a igualdade das mulheres diante de seus direitos, e agir contra todos os tipos de violência sofrida pelas mesmas e a classe trabalhadora como um todo. Neste sentido, considera a superação das violências como fundamental, posto que apresentam entraves para a formulação das novas relações que o movimento propõe — destacando que precisam ser observadas, principalmente, a partir do espectro das mulheres negras, indígenas e mais empobrecidas (CINELLI, 2013).

Em sua base histórica, observa-se a influência da movimentação de mulheres nos estados na década de 1980 em paralelo à manifestação dos movimentos do campo. Segundo seu site, este cenário fomentou o surgimento da bandeira do Reconhecimento e Valorização das Trabalhadoras Rurais que motivou ações específicas, como a libertação da mulher, sindicalização, questões relacionadas à documentação, direitos previdenciários e políticos. De tal contexto, situam que houve, em um dado momento, a necessidade da articulação com outras mulheres organizadas em outros movimentos do campo no Brasil. Em meio a tal demanda, tem-se, em 1995, a criação da Articulação Nacional de Mulheres Trabalhadoras Rurais que reunia diversos movimentos que convergiam em sua temática.

Essa articulação foi marcada por acampamentos estaduais e nacionais que se voltaram para a continuidade do ativismo sobre os direitos já citados anteriormente, pelo desenvolvimento de uma formação política-ideológica direcionada aos diferentes níveis da militância e de base, bem como pela produção de cartilhas, vídeos e outros materiais de comunicação como instrumentos de trabalho. Ao longo do tempo, esses movimentos de mulheres foram se consolidando nos estados, o que levou a necessidade de unificação, criando um movimento autônomo, cuja finalidade era conquistar uma expressão nacional. Este processo foi fundamentado a partir de atividades dos grupos de base e com o I Congresso Nacional ocorrido em Brasília no ano de 2004 que acabou por consolidar o MMC (CINELLI, 2013).

Atualmente, o movimento é composto, segundo seu site, por uma diversidade de mulheres e designa que

mulher camponesa, é aquela que, de uma ou de outra maneira, produz o alimento e garante a subsistência da família. É a pequena agricultora, a pescadora artesanal, a quebradeira de coco, as extrativistas, arrendatárias, meeiras, ribeirinhas, posseiras, bóias-frias, diaristas, parceiras, sem-terra, acampadas e assentadas, assalariadas rurais e indígenas (SITE OFICIAL MMC, 2021).

Posto sua amplitude não só em relação ao seu público, mas também em extensão — presente em várias as regiões do Brasil —, cabe ressaltar seu modo organizativo que pode ser dividido em seis. São eles: a) Grupo de base (espaço de formação para as ações, coordenado por duas dirigentes); b) Direções municipais (articulam e coordenam atividades de um dado município, compostas por uma dirigente de cada grupo de base); c) Direções regionais (articulam as atividades nas regionais de cada estado, coordenadas por duas dirigentes de cada município); d) Direções estaduais (articulam e coordenam as atividades do movimento no

Estado, compostas por duas dirigentes de cada regional); e) Coordenação nacional (responsável por alinhar as políticas ao movimento nacional através da articulação das atividades propostas pelos estados, composta por duas integrantes de cada estado); f) Direção executiva (implementa e viabiliza as decisões da Coordenação Nacional, composta por 10 pessoas da coordenação nacional, reunindo coordenadoras das equipes de trabalho). Quanto à instância máxima de decisão do movimento, destaca-se a Assembleia Nacional que ocorre de três em três anos e visa aprofundar as articulações realizadas em assembleias de instâncias menores.

Tal organização está voltada para a concretização da missão do MMC que visa

a libertação das mulheres trabalhadoras de qualquer tipo de opressão e discriminação. Isso se concretiza nas lutas, na organização, na formação e na implementação de experiências de resistência popular, onde as mulheres sejam protagonistas de sua história. Lutamos por uma sociedade baseada em novas relações sociais entre os seres humanos e deles com a natureza (SITE OFICIAL MMC, 2021).

A missão proposta também articula, segundo seu site, algumas bandeiras defendidas paralelamente pelo movimento, como por exemplo o “Projeto de Agricultura Camponesa Ecológico” (que apreende a prática feminista e a pauta da defesa da vida, bem como alterações nas relações sociais e políticas), o projeto popular de agricultura camponesa, a ampliação de direitos sociais, o projeto popular para o Brasil e participação política da mulher na sociedade. Neste sentido, Catiane Cinelli (2013) aponta que a formação do MMC é guiada pelos princípios da educação popular, cuja base é a própria realidade vivida pelas mulheres e outros agentes históricos que permeiam o movimento, e é nesta troca que tomam consciência sobre sua posição social e política.

Com a expansão das tecnologias de comunicação, essas trocas se ampliaram e passaram a ocupar outros espaços oferecidos pela internet, entre eles as redes sociais digitais. Logo, cabe destacar que, além do site oficial, o Movimento de Mulheres Camponesas está presente no Facebook (8.244 seguidores e 7.648 curtidas), Instagram (5.066 seguidores), Youtube (3.92 inscritos) e Twitter (1.471 seguidores). Ainda que não seja um objetivo metodológico analisar o site oficial, entende-se que é relevante considerar, mesmo que brevemente, algumas características deste ambiente, visto que esta é sua face institucional na internet.

Recentemente, sua plataforma passou por uma atualização, tanto em seu layout quanto em relação aos textos, apresentando novas campanhas e destacando as principais ações do momento. Em sua página inicial, chama-se atenção para uma estrutura que indica, a priori, notícias mais recentes — que se relacionam às suas diretrizes —, bem como os últimos vídeos

produzidos pelo movimento, um link para o Twitter, uma breve apresentação da campanha vigente e informações sintéticas sobre a formação das camponesas. De modo geral, o site é estruturado por seis abas: 1) MMC (apresentação institucional, histórica e organizativa); 2) Feminismo Camponês Popular (articulação com outras ações mais amplas); 3) Sementes Crioulas (apresentação de campanhas atuais); 4) Basta de Violência Contra Mulher (textos de conscientização sobre violência contra mulher, ativismo antirracista e contra a LGBTfobia); 5) Biblioteca (materiais informativos); e 6) Contato (meios de se comunicar com o movimento e links para outras redes sociais).

O movimento também apresenta diversas fotos de suas integrantes em ações sociais e de base, fornecendo uma forte proximidade e humanização da causa. Além disso, outro ponto de destaque é a aba “Biblioteca” que reúne materiais informativos — cartilha, livros, folders, vídeos, poesias e músicas produzidas pelo movimento — com conteúdo tanto educativo, de base, sobre questões que envolvem gênero, quanto de caráter institucional do movimento e seus princípios direcionadores. Esta aba reúne temas cuja intenção é refletir e apresentar os direitos das mulheres e sua importância. Destaca-se ainda que tais produtos comunicacionais reforçam a identidade visual do movimento — marcada pela cor roxa —, articulando ilustrações e imagens, fazendo-se valer de uma linguagem acessível e direta.

Em relação a identidade visual, a principal referência é sua bandeira e que está em todas as atividades realizadas, caracterizada pela “cor lilás, o chapéu de palha e o lenço lilás, que expressam a resistência das mulheres trabalhadoras deverão estar presente em tudo aquilo que nos identifica”. Em consonância, o movimento reconhece a importância de uma unidade institucional, à medida que busca criar uma esfera de identificação ao ponto de que uma mulher militante seja capaz de transparecer o próprio MMC.

#### **4.4 Movimento Mulher 360 – MM360**

O Movimento Mulher 360 foi idealizado pelo Walmart em 2013, com o objetivo de promover a diversidade e a participação feminina no ambiente empresarial. Contudo, cabe destacar que foi apenas em 2015 que o movimento ganhou força e passou a ser uma associação independente sem fins lucrativos, sendo formado por diversas organizações que compõem o setor empresarial do Brasil. Atualmente, tem como sócio-fundadoras empresas como Bombril, Cargill, Coca-Cola, DelRio, Diageo, Johnson & Johnson, Natura, Nestlé, PepsiCo, Santander, Unilever e Walmart.

O movimento, segundo seu site oficial, parte do princípio de que há diversos desafios relacionados à questão de gênero a serem superados não somente fora, como dentro das empresas. Entendem que isso pode se concretizar a partir da conquista de direitos básicos, especificado pela própria organização como o fim da violência e o assédio, e pela busca por condições igualitárias nas condições de trabalho, explicitados pela inexistência de diferença salarial entre os sexos que desempenhem as mesmas funções e o incentivo para que mulheres ocupem cargos de liderança. Compreendem também que essa igualdade é um dos fatores básicos para formar uma economia forte e uma sociedade mais justa, estável e com qualidade de vida, ao mesmo tempo que acelera o desenvolvimento das organizações. Neste sentido, sua missão no site pode ser resumida pela intenção de contribuir, a partir de uma visão 360, para o empoderamento econômico da mulher brasileira.

Ao encontro disso, afirma que é preciso um esforço de toda a economia, visando contribuir para o empoderamento feminino “o que significa possibilitar que as mulheres desenvolvam plenamente suas capacidades, dar condições para que elas tenham as mesmas oportunidades de trabalho e assegurar a igualdade em direitos sociais e econômicos” (SITE OFICIAL MM360, 2021). Neste sentido, possuem sete princípios de empoderamento que são importantes para esta dissertação à medida que são as bases tanto das atividades como dos conteúdos programáticos do referido movimento. Esses princípios são resultados da colaboração entre a ONU Mulheres e o Pacto Global das Nações Unidas, e são eles: liderança, igualdade de oportunidade, inclusão e não discriminação, saúde, segurança e fim da violência, educação e formação, desenvolvimento empresarial e práticas de cadeia de fornecedores, liderança comunitária e engajamento e acompanhamento, medição e resultado.

Além disso, o MM360 possui 12 indicadores, alinhados aos seus objetivos que servem, além de mensurar, para orientar e desenvolver um foco da igualdade de gênero, e entender quais ações podem servir de inspiração para outras empresas. Além disso, o seu compromisso em levar conhecimento à sociedade, pode ser observado dentro do próprio site, já que é possível encontrar uma seção denominada “números” que apresenta diversos dados estatísticos — monitorados por agências externas — sobre a atuação da mulher nas esferas sociais, bem como os benefícios empresariais que poderiam ser conquistados a partir da igualdade de gênero.

No que tange às ações, são segmentadas por públicos e que, a princípio, tem o intuito de incentivar as empresas em ações mais concretas dentro das próprias organizações, e posteriormente levá-las às mulheres nas comunidades e da cadeia de suprimentos. Em seu site, elencam os motivos pelos quais essas ações são essenciais para o modelo de negócio das empresas, apontando a importância da mulher neste cenário, sendo eles: “O fortalecimento do

setor produtivo; O desenvolvimento de comércios mais justos em novos mercados; Aumento na produtividade dos empregados; Crescimento na habilidade de atrair talentos; Melhoria do relacionamento com governos e órgãos reguladores; Progressos nos resultados e na performance financeira” (SITE OFICIAL MM360, 2021). Chama-se atenção, neste sentido, para a tentativa de justificar sua relevância e aumentar a aderência da causa proposta, ao mesmo tempo que é preciso observar, criticamente, que há um enfoque meramente mercadológico neste processo de convencimento.

Além disso, está organizado em três frentes: 1) fomento; 2) sistematização; e 3) disseminação. A primeira engloba ações que promovem o diálogo com associados e a realização do café da manhã com os CEOs das empresas signatárias, bem como a assessoria entre pares, cujo objetivo é discutir e trocar informações. Já a sistematização envolve a reunião de indicadores, banco para melhores práticas e publicações de guias e manuais, visando organizar conhecimento e práticas desenvolvidas pelas empresas. Por fim, a disseminação é formada por metas para mobilização da sociedade, advocacy e o apoio aos seminários e eventos, com o objetivo de difundir o que foi coletado na fase anterior.

Em seu site oficial, possuem materiais sobre o universo da mulher que pertence ao setor empresarial e que podem ser encontrados na aba de notícias, artigos e publicações. Num sentido mais prático, observa-se que o movimento também se dedica, desde agosto de 2021, em reunir compilados de vagas de emprego. Possui ainda outros formatos para disseminar informação, como é o caso do “MM360CAST”, um conteúdo em áudio — conhecido como podcast —, com duração média de 35 minutos, bem como e-books. Esses últimos remetem à identidade do movimento, articulando uma linguagem acessível, associada às imagens e ícones, com informações organizadas visualmente, sendo alguns assuntos os mesmos tratados pelos podcasts e os conteúdos escritos já mencionados.

Assim como feito na análise institucional do movimento anterior, observa-se que o site do MM360 apresenta, logo na interface inicial, quatro possíveis conteúdos de interesse, fazendo-se valer de imagens de alta qualidade. Por outro lado, as fotografias que são apresentadas não remetem a ação específica do movimento, como é no caso do primeiro site analisado, o que proporciona um certo distanciamento. Além do site, o movimento está presente em redes sociais digitais como o Facebook (36.782 curtidas e 36.687 seguidores), Instagram (3.570 seguidores), LinkedIn (36.439 seguidores), Youtube (285 inscritos) e Twitter, sendo este último inativo, usado pela última vez no ano de 2018.

## CAPÍTULO V – PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia escolhida para a realização do trabalho foi a Hermenêutica de profundidade (HP) proposta por Thompson (2011), cuja organização é compreendida em quatro etapas. O primeiro passo é uma etapa prévia à HP, chamada Interpretação da Doxa, uma espécie de compreensão da vida cotidiana e do senso comum, que tem como objetivo fazer com que o pesquisador verifique como um determinado mundo social é significado. Cabe ressaltar que, a fim de construir um cenário articulado às teorias levantadas, esta etapa foi realizada posteriormente à Análise Sócio-histórica, visto que as questões seriam mais bem fundamentadas, o que não impediu que as articulações teóricas fossem revisadas e consideradas após os resultados dos formulários.

No que tange a primeira etapa da Hermenêutica de Profundidade — a análise sócio-histórica —, partiu-se do princípio de que seu objetivo é

(...) reconstruir as condições e contextos sócio-históricos de produção, circulação e recepção das formas simbólicas, examinar as regras e convenções, as relações sociais e instituições, e a distribuição de poder, recursos e oportunidades em virtude das quais esses contextos constroem campos diferenciados e socialmente estruturados (THOMPSON, 2011, p.369).

Para isto, foi realizado um estudo exploratório que construiu um referencial teórico a partir de uma pesquisa bibliográfica apresentada nas fases anteriores. Já a segunda etapa da HP de Thompson (2011) é a Análise Formal ou Discursiva, que diz respeito à organização das formas simbólicas com suas características estruturais de padrões e relações. Thompson (2011) aponta que há diversas formas de elaborar a Análise Formal e que a escolha do método depende do objetivo e das circunstâncias que se pretende investigar.

O método escolhido foi a Análise de Conteúdo segundo Bardin (2011, p.44), cuja proposta se baseia em “um conjunto de técnicas de análises das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens” e que neste estudo contará com uma abordagem quali-quantitativa para promover uma confluência de dados. Assim, a fim de estruturar e conseguir apresentar todo o processo de análise situado pela autora, recorreu-se ao manual de análise de conteúdo categorial proposto por Sampaio e Lycarião (2021) que desenvolve algumas revisões sobre a proposta metodológica de Bardin (2011), cujas considerações foram entendidas como mais alinhadas aos objetivos desta pesquisa.

Antes de adentrar ao detalhamento do processo, ressalta-se que ao iniciar a coleta no dia primeiro de fevereiro, percebeu-se que o Youtube não estava mais sendo utilizado pelo

Movimento Mulher 360 — necessário lembrar que entre a data de elaboração do projeto e coleta se deu 1 ano e 4 meses. Logo, optou-se por não analisar a plataforma, uma vez que o elemento de temporalidade é importante para as inferências que se espera fazer e comparar. Contudo, a fim de abarcar conteúdos em vídeo e atendendo a sugestão do parecerista da agência de fomento, FAPESP, optou-se por reformular a proposta e inserir a análise dos stories — publicação com duração de apenas 24 horas — de cada movimento, tanto na plataforma do Facebook quanto do Instagram. Com isto em perspectiva, sobressaltou uma preocupação: a efemeridade do conteúdo que já havia sido destacada no projeto como um desafio para coleta. Logo, percebeu-se a necessidade de se estabelecer um processo manual diário, comprometido com um horário específico que será detalhado posteriormente.

Ao encontro disso, Sampaio e Lycarião (2021) pontuam sobre a importância de se ter clareza sobre a unidade amostral, ou seja, o que é que de fato será analisado. Isto posto, a Análise de Conteúdo contará com duas unidades: publicações no feed e publicações no story, isto ajudará a compreender se há intenções diferentes em cada espaço, ou se um atua como réplica do outro. Já quanto ao recorte amostral, a perspectiva que se instaura é de aleatoriedade, focando no âmbito temporal, a fim de que seja possível extrair as lógicas comunicacionais de cada sujeito de pesquisa. Ou seja, não se estabeleceu, a priori, um valor numérico exato, mas sim o período de um mês a três meses, a depender do volume encontrado em cada período, a fim de que a qualidade de análise não seja comprometida.

É relevante delinear que as categorias propostas para efetuar a análise se fundamentam em discussões realizadas ao longo desta dissertação — mais especificamente relacionadas às questões de mobilização na internet — e as especificidades estruturais das redes sociais digitais escolhidas. Quanto ao processo de codificação, optou-se por um método dedutivo, ou seja, após a coleta do conteúdo amostral e a realização da leitura flutuante, estabeleceram-se as categorias.

Para facilitar e dar início a leitura flutuante, optou-se por desenvolver no Excel uma visão geral sobre a amostra, com informações gerais sobre as publicações no feed e no story<sup>1</sup>. Com essa estrutura são observadas as primeiras reflexões e a verificação de elementos que se repetem ou que podem ser agrupados, bem como fornece indícios de elementos relevantes nos produtos e na lógica comunicativa dos sujeitos de pesquisa.

Além disso, destaca-se que a etapa inicial da análise, apresentada na qualificação, serviu como teste de confiabilidade, isto porque se acredita que a Análise de Conteúdo deva procurar a cientificidade, mesmo sendo realizada por um indivíduo revestido de subjetividades

---

<sup>1</sup> [https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ED7b40rNVBQoMTGSB7osfEjfoZ\\_4gx-cUVmrVDCxuaE/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ED7b40rNVBQoMTGSB7osfEjfoZ_4gx-cUVmrVDCxuaE/edit?usp=sharing)

(SAMPAIO, LYCARIÃO, 2021). Este teste busca por objetividade das categorias e códigos propostos, e que posteriormente serão sistematizados através de um material à parte e único. Esse material é denominado de livro de códigos e visa “descrever categorias e seus códigos (...) assim como as regras para a codificação, que devem ser seguidas explicitamente pelos codificadores” (SAMPAIO, LYCARIÃO, 2021, p. 63) buscando transparência e possibilitando uma futura replicação por pares acadêmicos.

Por fim, são realizadas inferências que consideram as seguintes questões: a) o nível de profundidade dos debates sobre os direitos que perpassam as relações de poder; b) como a comunicação digital amplia a difusão da informação; c) como a informação foi adaptada para a rede social (discussão sobre o grau de sua simplificação, apropriação e acessibilidade) e como a informação se configura em diferentes redes sociais; d) qual perspectiva os movimentos atuam (compreender se é numa esfera coletiva ou individual do direito); e) como abordam os direitos de diferentes mulheres e se realizam as discussões sobre as especificidades de cada militância.

Tal processo é a fase Interpretação/Reinterpretação que permite ao pesquisador a articulação das duas etapas anteriores a fim de reformular os sentidos e criar uma síntese (THOMPSON, 2011). Logo, toda a organização metodológica apresentada busca estabelecer considerações críticas aos produtos comunicacionais analisados, alinhando-os às questões contextuais e teóricas.

#### **4.5 Paralelos entre os sujeitos de pesquisa**

Após apresentar a trajetória histórica do movimento de mulheres como um todo e sua disseminação no contexto brasileiro, bem como as especificidades institucionais de cada movimento, desenvolve-se aqui uma visão geral quando comparados entre si. Essa escolha não pretende reduzi-los, mas sim compreender quais são as perspectivas cidadãs articuladas em cada movimento tendo como plano de fundo os temas trabalhados até aqui.

Isto posto, o primeiro ponto é considerar a origem: um movimento é popular, fundamentado num processo histórico de mobilizações anteriores, cuja causa advém propriamente da necessidade de se fazer visível na esfera pública. Já o outro surge através de uma iniciativa privada, com uma estrutura pré-concebida, reunindo outros pares interessados em articular a causa das mulheres no ambiente empresarial. Neste sentido, suas motivações se configuram de forma completamente diferente, não apenas porque tratam de mulheres que

trabalham em cenários quase que opostos, mas principalmente por quem é que os compõem e como se estruturaram ao longo do tempo.

Para se concretizar, o MM360 fundamenta sua relevância a partir dos possíveis retornos financeiros proporcionados pela causa, retomando e confirmando o posicionamento — apresentado no capítulo III — de Torres e Fachin (2020) sobre os interesses empresariais nas causas públicas. Por outro lado, o MMC busca se justificar pela necessidade de atuar contra as desigualdades que assolam a realidade das mulheres. Este comparativo revela que a centralidade da argumentação de ambos é convencer seu público-alvo, se fortalecer e legitimar: de um lado, destacando o que importa às mulheres camponesas, de outro o que importa às empresas.

Afinal, ainda que o MM360 carregue o termo “movimento” — que retoma a ideia de ativismos populares —, seu projeto de mobilização é formado pelo setor empresarial. Mais do que isso, é preciso considerar que embora essas mesmas empresas sejam formadas por mulheres, essas não são apresentadas no site numa posição de protagonista, exceto a gestora executiva da organização. Ao contrário do que acontece no Movimento de Mulheres Camponesas, visto que apresentam uma diretriz fundada pelas próprias integrantes de interesse e que podem ser vistas e conhecidas através das próprias imagens do site, criando um cenário de pessoalidade e personificação.

Essa proximidade também se dá pela preocupação do MMC em designar quais são as mulheres que abrange, suas ocupações culturais e trabalhistas — ribeirinhas, indígenas, diaristas e etc. Ou seja, com este público em perspectiva, exigem-se mobilizações voltadas para uma articulação que reforce a necessidade de políticas públicas para a construção de uma sociedade mais igualitária como um todo e não somente no que tange ao trabalho. Já o MM360 está centrado, especificamente, na busca pelo desenvolvimento econômico da mulher através da alteração de comportamentos na esfera empresarial. Logo, a proposta deste último não está direcionada para mobilizar o Estado em razão de seus interesses, posto que sua imersão na esfera social se dá através de uma proposta autônoma e, em segundo plano, considera a necessidade de agir nas comunidades.

Além disso, embora o MM360 compreenda, institucionalmente, a relevância da interseccionalidade — observada em suas publicações do site — isto não é encontrado em sua missão ou apresentação, visto que foca no empoderamento econômico feminino através de incentivos empresariais. Sendo a missão do MMC mais revolucionária, ao propor uma nova reformulação das relações sociais, pois entende que a estrutura atual não é capaz de fomentar

a mudança almejada, ou seja, questiona as relações de poder e entende a necessidade de ressignificá-las para a real emancipação das mulheres.

Ambos se apresentam, a partir do site, como engajados num processo de levar informação ao público e estão focados em partilhar tanto assuntos mais específicos relativos ao movimento, como discussões mais amplas (como conceitos de gênero, dados estatísticos e conteúdos sobre os direitos das mulheres). Mas se diferem quando se fala de levar informação off-line — e como argumentado no capítulo III, esta é também uma importante tarefa para a democratização da informação. Deste modo, as ações do MMC se mostram mais ativas com as próprias mulheres, já o MM360, a partir do que foi explicitado no site, desenvolve ações diretamente com as entidades e seus gestores, não focando em atividades com aquelas afetadas pela causa — sendo essa uma responsabilidade de cada empresa integrante, autonomamente. Pode-se dizer, portanto, que o MM360 se aproxima mais de uma ideia de associação do que de um movimento, posto que seu funcionamento está pautado em organizar e orientar ações de caráter individual por parte das empresas.

Isto posto, não cabe aqui fazer juízo de valor sobre os projetos, mas é relevante sublinhar que embora o compromisso público do MM360 não seja a matriz de ação e justificativa para sua existência, sua relevância na produção e espalhamento de conteúdo não pode ser ignorada. Observa-se que as dinâmicas dos sujeitos de pesquisa muito se distanciam, mas que ao fim compartilham da ideia de que é preciso mudar, ainda que para tal objetivo entendam a necessidade de uma trajetória e amplitude distinta.

Por isto, é importante aprofundar o conhecimento sobre o que os movimentos escolhidos de fato comunicam e suas estratégias para ampliar o potencial da comunicação especialmente nas redes sociais digitais. Tal proposta será concretizada nesta segunda etapa da pesquisa que pretende observar metodologicamente, a interface da comunicação digital como suporte para democratizar a informação.

## 5.1 Interpretação da Doxa

Para a interpretação da Doxa, foi enviado um formulário do Google Forms para mulheres de diferentes idades, totalizando, ao fim, 164 respostas. O intuito foi verificar como elas percebem a informação no ambiente digital, posto que a percepção de cada mulher sobre consumo informacional pode ser diferente, à medida que ocupam um determinado lugar na estrutura social e desempenham distintos papéis, e possuem idades.

Esse questionário ficou aberto para respostas do dia 18 ao dia 23 de janeiro — data que excedeu o número de questionários propostos a princípio: 150. Além disso, sua estrutura foi composta por 14 perguntas elaboradas de acordo com as reflexões adquiridas no desenvolvimento teórico da pesquisa e nas temáticas relevantes para a interpretação na Análise de Conteúdo. Também é preciso ressaltar que elas não foram obrigatórias, pois se considerou que tal obrigatoriedade poderia afastar mulheres com limitações de interpretação e falta de afinidade com a tecnologia. Por isso, é possível notar que nem todas as perguntas retêm a amostragem total.

Com essa preocupação integrativa em perspectiva, as perguntas buscaram um caráter objetivo, optando por um sistema de múltipla escolha, ao mesmo tempo que se permitiu assinalar “outras opções”, visto que também se buscava por uma diversidade em relação à concepção de quem propôs os questionamentos iniciais. Ou seja, algumas perguntas apresentam respostas não esperadas (sem alternativa) que poderão, por questões metodológicas, serem agrupadas a outra alternativa prévia, ou a uma resposta de outra mulher que respondeu ao mesmo questionário. Tais nuances e disparidades serão acionadas na descrição dos dados.

É necessário destacar, como uma limitação estrutural, o fato de que a ferramenta do Formulário Google, não permitiu a realização do cruzamento dos dados obtidos (por exemplo: em qual meio mulheres com mais de 60 anos costumam se informar), contudo, posto que este não é objetivo da pesquisa, essa articulação não atrapalha nos fins desejados. Por outro lado, destaca-se a importância deste cruzamento para pesquisas futuras ou desmembramentos acadêmicos desta dissertação.

Quanto ao processo de espalhamento do questionário, esclarece-se que os primeiros foram enviados para mulheres do convívio da pesquisadora e, posteriormente, para outras mulheres, indicadas pelas primeiras. Devido ao volume conquistado nesta etapa, não houve a necessidade de divulgá-los em grupos do Facebook. Tal dinâmica pode ter influenciado a amostragem coletada, visto que a maioria (32,9%) das mulheres que responderam ao

formulário compartilham da mesma faixa etária da pesquisadora, contudo essa configuração também não compromete a discussão, uma vez que o objetivo deste formulário não foi garantir um recorte sobre uma determinada realidade, isentando-se de uma amostragem rigorosa.

O foco foi identificar percepções sobre o assunto que poderiam escapar da compreensão da pesquisadora, bem como desconstruir possíveis crenças prévias e não, necessariamente, estruturar a discussão proposta pela dissertação. Desta maneira, achou-se dispensável o detalhamento dos resultados obtidos, visto que é parte de um processo metodológico maior que será explanado posteriormente, contudo os dados estão disponíveis on-line para consultas<sup>2</sup>. De modo geral, através da aplicação do formulário, as mulheres identificaram limitações para encontrar e interpretar informação, tanto geral, como sobre seus direitos, reforçando a importância dos agentes comprometidos com a simplificação e viabilização dessas informações. Com isto em perspectiva, o próximo passo é entender isso na prática, portanto, a seção seguinte realiza a Análise de Conteúdo dos produtos comunicacionais do Movimento de Mulheres Camponesas e do Movimento Mulher 360°.

## **5.2 Análise de Conteúdo**

Antes de adentrar e detalhar o processo de coleta e análise do material, é preciso relembrar, como já mencionado em outro momento, que o Youtube do MM360 está desatualizado há mais de um ano — o que era diferente de quando o projeto foi redigido e o compromisso com tal rede fora instalado. Isso reforça o que já havia sido considerado no projeto: a dinamicidade do universo e sujeitos analisados, fazendo com que haja a necessidade de adequações metodológicas ao longo da trajetória de pesquisa, a fim de que objetivos propostos sejam atingidos.

Isto posto, optou-se por adicionar a análise dos stories. Esta nova consideração exigiu uma coleta diária e manual dos conteúdos, sendo esses acessados, gravados (quando stories) e printados (quando publicação no feed) todos os dias no mesmo horário — 20:05 da noite. A proposta de gravar o conteúdo de 24 horas é para que a análise não seja comprometida, bem como o teste de confiabilidade possa ser aplicado posteriormente por outros codificadores ou pela própria pesquisadora.

---

<sup>2</sup> [https://docs.google.com/document/d/1YSDRknzUIZrR3z1ZjoN0SCQuaLkfNqxDrHC\\_prlnE74/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/document/d/1YSDRknzUIZrR3z1ZjoN0SCQuaLkfNqxDrHC_prlnE74/edit?usp=sharing)

A reunião de todo o material coletado é também um desafio, por isso, optou-se por agregá-lo na nuvem do Google<sup>3</sup> — Google Drive<sup>4</sup> — por motivos de segurança e facilidade de acesso, organizando-os de acordo com etapas da pesquisa, sendo três: publicações, visualização geral da coleta e codificação. A primeira reúne todas as publicações coletadas e já nomeadas de acordo com a sua configuração, a segunda pasta contém a tabela de visualização geral, e a terceira reúne a codificação separada por mês.

Cabe destacar que a tabela de visualização geral teve como objetivo efetivar o processo indutivo da criação das categorias, bem como servir de suporte para as inferências. Tal procedimento foi feito por meio de duas abas no Excel — uma para o MMC e outro para o MM360 — com as seguintes considerações em cada uma delas: data, presença ou não de publicação através das cores verde (sim) e vermelho (não), quantidade de publicações do dia, temática geral de cada publicação do dia, presença ou ausência de stories também referenciadas pelas cores verde e vermelha, quantidade de stories, temática de cada um, e, por fim, a consideração também através de cores sobre a convergência de conteúdo entre as redes sociais Instagram e Facebook — quando houve divergência, se descreveu qual foi a temática e em qual rede estava.

Isso permitiu a familiarização com os padrões de publicação e a identificação de possíveis elementos impeditivos, bem como a percepção de elementos necessários à formulação dos códigos e categorias. Além disso, a divisão em duas abas distintas foi proposta pois haverá duas análises, uma vez que há dois movimentos em questão, contudo, pondera-se que as categorias aplicadas às publicações serão as mesmas. Logo, com esta breve explanação dos indicativos que direcionam esta pesquisa, tem-se as seguintes categorias em cada unidade amostral, considerando suas especificidades estruturais e conteudistas — o que reforça a importância de tal separação entre a análise de stories e de publicações no feed.

Também a fim de proporcionar maior organização e para facilitar a referência de cada conteúdo ao longo da pesquisa, foram criados códigos para denominar cada conteúdo. Para as publicações a respeito do feed, acrescentou-se a letra F e para os stories, a letra S, do mesmo modo que a letra A diz respeito ao Movimento de Mulheres Camponesas, e a letra B ao Movimento Mulher 360. Logo, pode-se dizer que a publicação 55sa, diz respeito a quinquagésimo quinto story do MMC, do mesmo modo que 9fb, é a nona publicação no feed do MM360.

---

<sup>3</sup> [encurtador.com.br/inKOR](https://encurtador.com.br/inKOR)

<sup>4</sup> Esses dados, bem como o formulário, estão disponíveis no Google Drive para compor o plano de dados da FAPESP, reforçando o compromisso de deixar tais informações públicas e armazenadas de modo seguro.

Após a organização e visualização do material, iniciou-se a criação das categorias, bem como suas delimitações e códigos correspondentes. Isto posto, a próxima seção visa estabelecer e explicar as categorias destinadas a codificar a unidade amostral 1 (publicações realizadas no feed).

### 5.2.1 Unidade amostral 1: publicações no feed

Já se situou o que é unidade amostral, e nesta etapa apresenta-se qual a unidade de análise a ser abordada. Logo, destaca-se que se optou por analisar a publicação como um todo, tendo como prioridade a questão textual. Com isso em perspectiva, pontuam-se as seguintes categorias: (A) formato do conteúdo, (B) origem do conteúdo, (C) recursos aliados, (D) assuntos articulados, (E) modos de mobilização, e (F) usos da plataforma.

**Quadro 1 - Formato de conteúdo no feed**

<b>(A) FORMATO ATRELADO AO CONTEÚDO</b>	
Essa categoria visa delimitar quais foram as ferramentas visuais utilizadas em cada publicação.	
<b>(1)</b>	<b>Vídeo</b>
<b>(2)</b>	<b>Imagem</b>
<b>(3)</b>	<b>Imagens em sequência ou formato carrossel</b>
<b>(4)</b>	<b>Boomerang<sup>5</sup></b>
<b>(5)</b>	<b>Link</b>
<b>(6)</b>	<b>Reprodução de captura de tela (print)</b>

Fonte: elaboração própria (2022)

<sup>5</sup> Ferramenta que apresenta vídeo curto em looping.

**Quadro 2 - Autoria de conteúdo de publicações no feed**

<b>(B) AUTORIA DO CONTEÚDO</b>		
Categoria desenvolvida para codificar quais as origens de produção das publicações. Deve seguir a pergunta: quem publicou o conteúdo a princípio?		
(1)	<b>Autoral</b>	Publicações feitas pela própria página. Diz respeito — exclusivamente — ao ato de publicar, não ao conteúdo produzido.
(2)	<b>Repost/Compartilhamento de conteúdo de terceiros</b>	Publicações ou conteúdos de forma independente realizados por outras páginas de apoiadores, sociedade civil organizada e até mesmo de integrantes.

Fonte: elaboração própria (2022)

**Quadro 3 - Recursos aliados aos conteúdos no feed**

<b>(C) RECURSOS ALIADOS</b>		
Essa categoria diz respeito aos recursos utilizados como suporte ou estratégia para as publicações. Ou seja, diz respeito a uma ferramenta extra ao conteúdo.		
(00)	<b>Não existente</b>	Não há uso de recursos disponibilizados pela plataforma aliados ao conteúdo.
(1)	<b>Descrição da imagem (para cego ver)</b>	Uso de descrição da imagem — ferramenta de caráter inclusivo — para apresentar o conteúdo que o software leitor para cegos não identifica por imagens.
(2)	<b>Hashtags</b>	Uso da ferramenta que agrupa conteúdos temáticos, a fim de organizá-los por interesses dos usuários.
(3)	<b>Links para outras páginas ou ações</b>	Uso de links para ampliar o conteúdo que está relacionado — não incluem aqueles cujo formato é o próprio link.
(4)	<b>Marcação</b>	Uso de menção de outro usuário.
(5)	<b>Combinação de mais de um recurso</b>	Utilização de mais de um dos recursos citados acima.

Fonte: elaboração própria (2022)

**Quadro 4 - Temáticas articuladas no feed**

<b>(D) TEMÁTICAS ARTICULADAS</b>		
Essa categoria diz respeito aos assuntos propostos em cada publicação		
<b>(1)</b>	<b>Informativo sobre os direitos das mulheres no ambiente de trabalho</b>	Publicações cujo objetivo é esclarecer através de um conteúdo informativo, alguma questão relativa aos direitos das mulheres na perspectiva do trabalho.
<b>(2)</b>	<b>Informativo sobre os direitos das mulheres</b>	Publicações cujo objetivo é esclarecer através de um conteúdo informativo, alguma questão relativa aos direitos das mulheres para além daqueles relativos aos trabalhistas.
<b>(3)</b>	<b>Informativo sobre temáticas paralelas aos direitos das mulheres</b>	Publicações cujo objetivo é esclarecer através de um conteúdo informativo, alguma questão paralela aos direitos das mulheres, mas que de alguma forma perpassa pela agenda do movimento.
<b>(4)</b>	<b>Ação referente aos direitos das mulheres diretamente</b>	Publicações que demonstram uma atividade na esfera pública referente à militância das mulheres ou em prol delas. Seja de caráter de relatório, como também em formato de chamada para o futuro. Também entram nesta categoria publicações sobre a presença de figuras pertencentes ao movimento em eventos.
<b>(5)</b>	<b>Ação paralela aos direitos das mulheres</b>	Publicações que demonstram uma atividade na esfera pública referente a uma causa paralela à temática central, mas que perpassam pela agenda do movimento. Seja de caráter de relatório, como também por meio de chamada para o futuro. Também entram nesta categoria as publicações sobre a presença de figuras pertencentes ao grupo em eventos.
<b>(6)</b>	<b>Denúncia relativa à causa das mulheres</b>	Publicações com teor de repúdio e/ou denúncia de alguma situação relativa a uma mulher ou grupo de mulheres.
<b>(7)</b>	<b>Denúncia relativa às causas paralelas das mulheres</b>	Publicações com teor de repúdio e/ou denúncia de alguma situação relativa a uma temática paralela à questão das mulheres, mas que interessam ao movimento, ou que julga relevante se posicionar.
<b>(8)</b>	<b>Datas relevantes para o movimento</b>	Publicações sobre datas comemorativas, marcos históricos, bem como homenagens para figuras falecidas.
<b>(9)</b>	<b>Inspiracional</b>	Publicações cujo objetivo é inspirar mulheres através da divulgação de ações desenvolvidas por mulheres ou entidades organizacionais que de alguma forma buscaram superar uma situação vigente relativa às mesmas. Entram nesta categoria aquelas publicações que pretendem demonstrar/divulgar

		atividades/produtos de mulheres pertencentes ao movimento de forma individual.
(10)	<b>Parcerias</b>	Publicações que mostram parcerias entre o movimento e outra organização e/ou figura pública. Entram nesta categoria conteúdos relativos ao pedido de ajuda/apoio/doação a outras organizações, visto que este é um modo de reforçar uma dada parceria.
(11)	<b>Aspecto institucional</b>	Publicações cujos elementos articulados, visam, de algum modo, fortalecer os aspectos institucionais, seja pela identidade visual, seja pelo reforço das diretrizes internas. Entram nesta categoria também aquelas que demonstram uma inclinação ou oposição <b>política</b> , uma vez que se entende que é um reforço ideológico do aspecto institucional.

Fonte: elaboração própria (2022)

### Quadro 5 - Modos de mobilização

<b>(E) MODOS DE MOBILIZAÇÃO</b>		
Posto o caráter intrínseco de mobilização dos movimentos, essa categoria visa identificar quais as maneiras de propor mobilizações foram convocadas.		
(00)	<b>Não existente</b>	Publicações que não apresentam o caráter de mobilização social, ou seja, que não incitam a opinião pública a agir diante de uma situação de problema coletivo.
(1)	<b>Chamada para ação on-line</b>	Publicações que apresentam o caráter de mobilização social, ou seja, que incitam a opinião pública a agir diante de uma situação de problema coletivo através da internet.
(2)	<b>Chamada para ação off-line</b>	Publicações que apresentam o caráter de mobilização social, ou seja, que incitam a opinião pública a agir diante de uma situação de problema coletivo no ambiente físico.
(3)	<b>Chamada para ação on-line e off-line</b>	Publicações que apresentam o caráter de mobilização social, ou seja, que incitam a opinião pública a agir diante de uma situação de problema coletivo no ambiente físico e digital.
(4)	<b>Mobilização construtivista</b>	Publicações que propõem uma ação a fim de gerar mobilização posteriormente, é de longo prazo. Foco está no processo e é de caráter educativo.

Fonte: elaboração própria (2022)

### Quadro 6 - Uso das plataformas no feed

<b>(F) USO DAS PLATAFORMAS</b>	
Busca definir qual foi a plataforma de publicização do conteúdo	
<b>(1)</b>	<b>Apenas no Facebook</b>
<b>(2)</b>	<b>Apenas no Instagram</b>
<b>(3)</b>	<b>Mesmo conteúdo nas duas plataformas</b>

Fonte: elaboração própria (2022)

#### 5.2.2 Unidade amostral 2: publicações no story

Ao adentrar na segunda unidade amostral, é relevante ressaltar que a unidade de análise são os stories como um todo, uma vez que seu espaço articula/possibilita, intrinsecamente, conteúdo em formatos audiovisuais, bem como escritos. Com isso em perspectiva, pontuam-se as seguintes categorias: (A) formato do conteúdo, (B) origem do conteúdo, (C) recursos aliados, (D) assuntos articulados, (E) modos de mobilização, e (F) usos da plataforma.

### Quadro 7 - Formato de conteúdo de publicações no story

<b>(A) FORMATO DO CONTEÚDO</b>	
Essa categoria visa delimitar quais foram as ferramentas visuais utilizadas em cada story.	
<b>(1)</b>	<b>Vídeo</b>
<b>(2)</b>	<b>Imagem</b>
<b>(3)</b>	<b>Boomerang</b>
<b>(4)</b>	<b>Captura de tela</b>
<b>(5)</b>	<b>Apenas escritos</b>

Fonte: elaboração própria (2022)

**Quadro 8 - Origem de conteúdo de publicações no story**

<b>(B) ORIGEM DO CONTEÚDO</b>		
Categoria desenvolvida para codificar qual a origem de cada story.		
<b>(1)</b>	<b>Diretamente no story</b>	Conteúdo em vídeo gravado diretamente no story, ou seja, sem intermédio de outras ferramentas disponibilizadas pela plataforma.
<b>(2)</b>	<b>Repost de conteúdo do feed de si mesmo</b>	Conteúdo de caráter replicável do feed, cuja publicação advém do feed do próprio movimento.
<b>(3)</b>	<b>Repost de conteúdo do feed de terceiros</b>	Conteúdo de caráter replicável do feed, cuja publicação advém do feed de outros atores.
<b>(4)</b>	<b>Repost de terceiros no story por marcação</b>	Conteúdo de caráter replicável advindo de outros perfis que marcaram o @ movimento.

Fonte: elaboração própria (2022)

**Quadro 9 - Recursos aliados aos stories**

<b>(C) RECURSOS ALIADOS</b>		
Essa categoria diz respeito aos recursos utilizados como suporte ou estratégia para os stories.		
<b>(00)</b>	<b>Não existente</b>	Não há uso de recursos disponibilizados pela plataforma aliados ao conteúdo.
<b>(1)</b>	<b>Links para outras páginas ou ações</b>	Uso de links para ampliar o conteúdo que está relacionado ao story.
<b>(2)</b>	<b>Hashtags</b>	Uso da ferramenta que agrupa conteúdos temáticos, a fim de organizá-los por interesses dos usuários.
<b>(3)</b>	<b>Enquetes e quiz</b>	Uso da ferramenta de caráter interativo que visa saber a opinião do usuário a respeito de algo através de alternativas.
<b>(4)</b>	<b>Caixinhas de perguntas</b>	Uso da ferramenta de caráter interativo que visa criar um espaço específico dentro do story, para interação direta.
<b>(5)</b>	<b>Marcação</b>	Uso de menção de outro usuário.
<b>(6)</b>	<b>Uso de gifs e emojis</b>	Uso de figuras para representar ações e sentimentos.
<b>(7)</b>	<b>Combinação de mais de um recurso</b>	Utilização de mais de um dos recursos citados acima.
<b>(8)</b>	<b>Lembrete para alguma ação</b>	Recurso que ao ser ativado pelo usuário, o lembrará de alguma atividade, geralmente, utilizado para lembrar de <i>lives</i> .

Fonte: elaboração própria (2022)

**Quadro 10 - Temáticas articuladas no story**

<b>(D) TEMÁTICAS ARTICULADAS</b>		
Essa categoria diz respeito ao assunto proposto em cada story		
<b>00</b>	<b>Não identificado</b>	Publicações em que apenas com o story não é possível identificar sobre o que se trata. São publicações que exigem que o usuário clique para compreender de fato a temática do conteúdo.
<b>(1)</b>	<b>Informativo sobre os direitos das mulheres no ambiente de trabalho</b>	Publicações cujo objetivo é esclarecer através de um conteúdo informativo, alguma questão relativa aos direitos das mulheres na perspectiva do trabalho.
<b>(2)</b>	<b>Informativo sobre os direitos das mulheres</b>	Publicações cujo objetivo é esclarecer através de um conteúdo informativo, alguma questão relativa aos direitos das mulheres para além daqueles relativos aos trabalhistas.
<b>(3)</b>	<b>Informativo sobre temáticas paralelas aos direitos das mulheres</b>	Publicações cujo objetivo é esclarecer através de um conteúdo informativo, alguma questão paralela aos direitos das mulheres, mas que de alguma forma perpassa pela agenda do movimento.
<b>(4)</b>	<b>Ação referente aos direitos das mulheres diretamente</b>	Publicações que demonstram uma atividade na esfera pública referente à militância das mulheres ou em prol delas. Seja de caráter de relatório, como também ao realizar chamada para o futuro. Também entram nesta categoria publicações sobre a presença de figuras pertencentes ao movimento em eventos.
<b>(5)</b>	<b>Ação paralela aos direitos das mulheres</b>	Publicações que demonstram uma atividade na esfera pública referente à causa paralela à temática central, mas que perpassam pela agenda do movimento. Seja de caráter de relatório, como também ao realizar chamada para o futuro. Também entram nesta categoria publicações sobre a presença de figuras pertencentes ao grupo em eventos.
<b>(6)</b>	<b>Denúncia relativa à causa das mulheres</b>	Publicações com teor de repúdio e/ou denúncia de alguma situação relativa a uma mulher ou grupo de mulheres.
<b>(7)</b>	<b>Denúncia relativa às causas paralelas das mulheres</b>	Publicações com teor de repúdio e/ou denúncia de alguma situação relativa a uma temática paralela à questão das mulheres, mas que interessam ao movimento, ou que julga relevante se posicionar.
<b>(8)</b>	<b>Datas relevantes para o movimento</b>	Publicações sobre datas comemorativas, marcos históricos, bem como homenagens para figuras falecidas.
<b>(9)</b>	<b>Inspiracional</b>	Publicações cujo objetivo é inspirar mulheres através da divulgação de ações desenvolvidas por mulheres ou entidades organizacionais que de alguma forma buscaram superar uma situação vigente relativa às mesmas. Entram

		nesta categoria aquelas publicações que pretendem demonstrar/divulgar atividades/produtos de mulheres pertencentes ao movimento de forma individual.
(10)	<b>Parcerias</b>	Publicações que mostram parcerias entre o movimento e outra organização e/ou figura pública. Entram nesta categoria conteúdos relativos ao pedido de ajuda/apoio/doação a outras organizações, visto que este é um modo de reforçar uma dada parceria.
(11)	<b>Aspecto institucional</b>	Publicações cujos elementos articulados, visam, de algum modo, fortalecer os aspectos institucionais, seja pela identidade visual, seja pelo reforço das diretrizes internas. Entram nesta categoria também aquelas que demonstram uma inclinação ou oposição <b>política</b> , uma vez que se entende que é um reforço ideológico do aspecto institucional.

Fonte: elaboração própria (2022)

### Quadro 11 - Modos de mobilização no story

(E) MODOS DE MOBILIZAÇÃO		
Posto o caráter intrínseco de mobilização dos movimentos, essa categoria visa identificar quais as maneiras de propor mobilizações foram convocadas, tanto numa ação on-line quanto off-line.		
(00)	<b>Não existente</b>	Publicações que não apresentam o caráter de mobilização social, ou seja, que não incitam a opinião pública a agir diante de uma situação de problema coletivo ou que não é possível identificar.
(1)	<b>Chamada para ação on-line</b>	Publicações que apresentam o caráter de mobilização social, ou seja, que incitam a opinião pública a agir diante de uma situação de problema coletivo através da internet.
(2)	<b>Chamada para ação off-line</b>	Publicações que apresentam o caráter de mobilização social, ou seja, que incitam a opinião pública a agir diante de uma situação de problema coletivo no ambiente físico.
(3)	<b>Chamada para ação on-line e off-line</b>	Publicações que apresentam o caráter de mobilização social, ou seja, que incitam a opinião pública a agir diante de uma situação de problema coletivo no ambiente físico e digital.
(4)	<b>Mobilização construtivista</b>	Publicações que propõem uma ação a fim de gerar mobilização posteriormente. Foco está no processo e tende a ter um caráter educativo.

Fonte: elaboração própria (2022)

## Quadro 12 - Uso do story nas plataformas

<b>(F) USO DAS PLATAFORMAS</b>	
Busca definir qual foi a plataforma de publicização do conteúdo	
<b>(1)</b>	<b>Apenas no Facebook</b>
<b>(2)</b>	<b>Apenas no Instagram</b>
<b>(3)</b>	<b>Mesmo conteúdo nas duas plataformas</b>

Fonte: elaboração própria (2022)

Para a validação e assertividade dos resultados, o processo de codificação foi realizado — com uma amostra parcial de uma semana — por três vezes até que houvesse clareza na aplicação de cada código, bem como a verificação da suficiência das categorias ora propostas. Ressalta-se, neste sentido, que em cada momento houve um refinamento dos códigos, buscando uma transparência em sua aplicação. A partir deste processo, foi possível verificar os resultados demonstrados nas próximas seções.

### 5.2.3 Abordagem quantitativa do conteúdo no feed

Nesta etapa, apresenta-se numericamente a relação entre os sujeitos de pesquisa e as postagens publicadas nos meses de fevereiro, março e abril de 2022, e como esses conteúdos se relacionam aos direitos das mulheres. Neste processo, são analisadas, ao todo, 526 publicações, sendo 152 no feed e 250 stories do MMC, e 69 no feed e 55 stories do MM360, formando, deste modo, uma amostra considerável e passível de discussões sobre o fazer comunicacional de cada um.

O primeiro ponto que se pode observar desses números gerais é que a quantidade de conteúdo publicado pelo MMC foi superior ao do MM360, bem como se diferenciaram na proporção de conteúdos produzidos para o stories e feed. Tais números são prelúdios, como se comprovará mais adiante, para entender as dinâmicas das temáticas articuladas pelos movimentos, e o modo como isso é transposto do feed para o stories. Além disso, destaca-se a importância e influência do contexto na questão volumétrica de conteúdo, visto que o mês com maior quantidade de postagens foi março — no qual se comemora o dia internacional da mulher.

Ao adentrar de fato à análise de conteúdo do feed, o primeiro ponto a ser desenvolvido diz respeito ao formato do conteúdo adotado. Neste sentido, identifica-se que o MMC articulou mais modos diferentes do que o MM360 que, por sua vez, se utilizou, na maioria das vezes, imagens, embora seja importante ressaltar que tal formato foi também maioria no caso do Movimento de Mulheres Camponesas, principalmente se considerar que no formato carrossel, a maioria dos conteúdos também são somente de imagens — e, em algumas exceções, foi possível constatar também o uso de vídeos dentro desses carrosséis de imagens.

**Tabela 1 - Quantificação dos formatos no feed**

<b>Formato</b>	<b>MMC</b>	<b>MM360</b>
Vídeo	<b>24</b>	<b>4</b>
Imagem	<b>74</b>	<b>55</b>
Imagens em sequência ou formato carrossel	<b>46</b>	<b>8</b>
Boomerang	<b>0</b>	<b>0</b>
Link	<b>5</b>	<b>2</b>
Captura de tela (print)	<b>3</b>	<b>0</b>

Fonte: elaboração própria (2022)

Além disso, é interessante analisar o processo de criação deste conteúdo, uma vez que o MMC se mostrou mais equilibrado no que diz respeito às produções autorais e postagens elaboradas por terceiros, enquanto o MM360 só publicou conteúdos próprios. Contudo, como um adiantamento da análise qualitativa, identificou-se que, embora todos os conteúdos do MM360 sejam autorais, a maioria deles contém dados e trechos de entrevistas realizadas por outras organizações, principalmente revistas que visam discutir sobre o ambiente empresarial e o universo feminino, como por exemplo, a Forbes e a Marie Claire.

De modo geral, pode-se dizer que tal equilíbrio atrelado ao MMC demonstra uma forte característica do mesmo e que se repetirá em outras categorias: sua articulação com outros movimentos e atores como uma necessidade organizacional, reforçando que suas pautas estão atreladas às diversas causas sociais e que exigem, para o alcance de seus objetivos, mudanças múltiplas em todos os setores da sociedade, cujas conexões serão melhores desenvolvidas ao logo da análise.

**Tabela 2 - Quantificação de autoria do conteúdo no feed**

<b>Autoria</b>	<b>MMC</b>	<b>MM360</b>
Autoral	<b>126</b>	<b>69</b>
Conteúdo de terceiros	<b>26</b>	<b>0</b>

Fonte: elaboração própria (2022)

Já no que tange os usos dos recursos disponíveis nas plataformas — que complementam e ampliam a potencialidade das publicações —, nota-se que o MM360 fez a combinação de vários recursos, utilizando em todas as vezes, sem exceção, a descrição de imagem, também conhecida como “para cego ver”, cuja relevância se destaca quando se pensa em produzir uma comunicação mais acessível. Por outro lado, o MMC deixou de utilizar recursos em 35 oportunidades, embora seja importante ponderar e reconhecer sua preocupação em efetivar combinações de recursos, visto que a maioria das publicações atendeu a esse código.

De modo mais específico, a maioria das combinações realizadas pelo MMC foi de hashtags e o uso de marcação, e do MM360 foi o uso da descrição da imagem e também hashtags, o que indica que a hashtag é um ponto em comum e que demonstra uma tentativa dos sujeitos de pesquisa de associar os conteúdos produzidos a outros já existentes na rede, buscando também gerar visibilidade.

**Tabela 3 - Quantificação de recursos aliados no feed**

<b>Recurso</b>	<b>MMC</b>	<b>MM360</b>
Não existente	<b>35</b>	<b>0</b>
Descrição da imagem (para cego ver)	<b>0</b>	<b>0</b>
Hashtags	<b>45</b>	<b>0</b>
Links para outras páginas ou ações	<b>13</b>	<b>0</b>
Marcação	<b>6</b>	<b>0</b>
Combinação de mais de um recurso	<b>53</b>	<b>69</b>

Fonte: elaboração própria (2022)

Além disso, o uso dos recursos do MM360 tendeu a ser mais padronizado e por isso não demonstrou tantas variações numéricas como no caso do MMC. Em consonância, também foi possível notar este aspecto de uniformidade do MM360 na sua articulação temática. Isso

porque, na maioria das vezes, o conteúdo apresentou informações de caráter inspiracional, compreendendo, deste modo, os direitos das mulheres não a partir deles em si e de suas reverberações sociais, mas sim através da publicização de conquistas femininas, como se reforçasse a possibilidade de superação de um status quo de forma autônoma. Já o MMC, chamou atenção, mais uma vez, para seu entrecruzamento de causas, divulgando, principalmente, temáticas paralelas aos direitos das mulheres, falando sobre agroecologia e racismo — sendo esses campos os mais direcionados para a conexão desenvolvida pelo movimento, e já comentada, com outras pautas sociais.

O MMC também demonstrou clamar por direitos, tanto numa perspectiva estritamente das mulheres quanto numa perspectiva mais ampla da sociedade, ao mesmo tempo que buscou reforçá-los nos finais de algumas publicações, apresentando, mais uma vez, a faceta complexa e multifatorial de sua militância. Este aspecto multifatorial revelou que o movimento está próximo do campo político, refletindo sobre suas tensões, e apoiando ou recriminando figuras representativas, diferentemente do MM360, que não levantou pautas sobre essa esfera.

**Tabela 4 - Quantificação de temáticas no feed**

<b>Assuntos</b>	<b>MMC</b>	<b>MM360</b>
Informativo sobre os direitos das mulheres no ambiente de trabalho	<b>0</b>	<b>7</b>
Informativo sobre os direitos das mulheres	<b>1</b>	<b>4</b>
Informativo sobre temáticas paralelas aos direitos das mulheres	<b>27</b>	<b>3</b>
Ação referente aos direitos das mulheres diretamente	<b>28</b>	<b>9</b>
Ação paralela aos direitos das mulheres	<b>43</b>	<b>8</b>
Denúncia relativa à causa das mulheres	<b>0</b>	<b>1</b>
Denúncia relativa às causas paralelas das mulheres	<b>11</b>	<b>0</b>
Datas relevantes para o movimento	<b>22</b>	
Inspiracional	<b>4</b>	<b>22</b>
Parcerias	<b>6</b>	<b>9</b>
Aspecto institucional	<b>10</b>	<b>6</b>

Fonte: elaboração própria (2022)

Após destrinchar as temáticas mais articuladas, considera-se relevante entender como elas estavam direcionadas para a mobilização, visto que este é um aspecto, de modo geral, como visto nas seções teóricas, importante para os movimentos. Neste sentido, destaca-se que essa intencionalidade não foi uma ação recorrente dos sujeitos de pesquisa, e quando aplicada, a maioria foi proposta na esfera digital. Além disso, ao mesmo tempo que o número de publicações atreladas às mobilizações não tenham sido maioria, observa-se, de modo específico, que o MMC, quando comparado com o outro movimento, propôs mais ações off-line — o que reforça seu aspecto popular, que vai às ruas em prol de seus direitos —, enquanto todas as ações propostas pelo MM360 se situam, exclusivamente, no campo digital, através de convites para a participação em eventos e, muitas vezes, associados a uma mobilização de caráter construtivista.

Nesta oportunidade, retoma-se o fato de que a internet nem sempre é utilizada pelos movimentos com o propósito de gerar mobilização — o que pode justificar a grande quantidade de publicações que não teve tal objetivo —, principalmente no que tange a chamar para uma ação off-line, posto que seu público de interesse para mobilização pode não se encontrar nesse espaço, ao mesmo tempo que anunciar sua ação na internet poderia prejudicar sua eficácia e efeito desejado. Logo, reforça-se que a inserção de tal categoria na análise não visa simplificar possíveis estratégias de mobilização, mas sim reforçar a internet como um espaço possível e viável para tal, mas que não termina si mesmo.

**Tabela 5 - Quantificação de modos de mobilização no feed**

<b>Mobilização</b>	<b>MMC</b>	<b>MM360</b>
Não existente	<b>115</b>	<b>51</b>
Chamada para ação on-line	<b>13</b>	<b>5</b>
Chamada para ação off-line	<b>8</b>	<b>0</b>
Chamada para ação on-line e off-line	<b>0</b>	<b>0</b>
Mobilização construtivista	<b>16</b>	<b>13</b>

Fonte: elaboração própria (2022)

Já sobre as plataformas, observa-se que o MM360 não apresentou a mesma uniformização indicada em outras categorias quanto à distribuição de conteúdo nas duas redes sociais digitais. Já o MMC chama atenção por replicar, na maioria das vezes, nas duas plataformas, e nos momentos em que isso não ocorreu, foi por causa da estrutura deste

conteúdo, como é o caso das transmissões ao vivo (salvas e feitas somente no Facebook), compartilhamento estritamente de links (função permitida apenas no Facebook), e compartilhamento de conteúdo de terceiros feitos somente em uma das plataformas.

**Tabela 6 - Quantificação de uso das plataformas no feed**

<b>Plataforma</b>	<b>MMC</b>	<b>MM360</b>
Apenas no Facebook	<b>17</b>	<b>4</b>
Apenas no Instagram	<b>4</b>	<b>40</b>
Mesmo conteúdo nas duas plataformas	<b>131</b>	<b>25</b>

Fonte: elaboração própria (2022)

Por fim, aponta-se — de modo inicial e a ser retomado com maior profundidade na análise qualitativa — que, em alguns casos, o MM360 replicou o mesmo conteúdo nas redes, propondo apenas pequenas alterações na estrutura do texto, como o caso de inserir um espaço a mais entre uma frase e outra, não mudando sua essência, e por isso foi enquadrado no processo de codificação no “mesmo conteúdo nas duas plataformas”. Além disso, os números indicam que, para o MM360, o Instagram possui um protagonismo, não sendo possível afirmar, com assertividade, o porquê de sua preferência por tal plataforma, abrindo margem para investigações futuras dessa pesquisa.

Isto posto, a próxima etapa diz respeito à análise dos stories que, por sua vez, permitirá a reflexão sobre como o conteúdo é transposto num formato conciso e efêmero. Além disso, tal processo ajudará a compor uma visão geral das dinâmicas comunicativas, estruturando também uma análise qualitativa mais completa.

#### 5.2.4 Abordagem quantitativa do conteúdo no story

Imaginou-se, no início da pesquisa que a maioria dos conteúdos seriam articulados no story, uma vez que permite a fácil replicação de conteúdos de si mesmo e de terceiros, sem recorrer às ferramentas externas — como é o caso das ferramentas de repost de conteúdo de feed utilizadas no Instagram e que exige aplicativo paralelo —, bem como por apresentar, em alguns casos, sequências de conteúdo. Contudo, isso só aconteceu para o MMC, lembrando que a maioria das publicações do MM360 ficou concentrada no feed — 55 stories e 69 publicações.

Dentre os formatos mais utilizados, ambos os movimentos optaram pelas imagens, ficando em segundo lugar o uso de vídeos. Neste caso, é preciso considerar que os vídeos

compartilhados, e não aqueles feitos diretamente no story, tenderam a ser desconexos ou não permitiram compreensão dos conteúdos em decorrência de sua curta duração, apresentando apenas uma parcela do vídeo, exigindo que o usuário clicasse e adentrasse ao conteúdo completo caso quisesse compreender a mensagem. Nesses casos, como será demonstrado posteriormente, a temática do story foi classificada como “não identificado”.

**Tabela 7 – Quantificação de formato de conteúdo no story**

<b>Formato</b>	<b>MMC</b>	<b>MM360</b>
Vídeo	<b>26</b>	<b>4</b>
Imagem	<b>210</b>	<b>50</b>
Boomerang	<b>0</b>	<b>0</b>
Captura de tela (print)	<b>10</b>	<b>1</b>
Apenas escritos	<b>4</b>	<b>0</b>

Fonte: elaboração própria (2022)

Quanto a origem dos stories, percebe-se que houve uma grande interação do MMC com outras páginas e apoiadores — reforçando mais uma vez sua versão interseccional —, o que torna o story um espaço importante para divulgação do movimento, visto que rompe com possíveis bolhas informacionais, atingindo novos usuários. Ao encontro disso, foi possível observar que o story, no caso do MMC, tendeu a ser um espaço para demonstrar suas aspirações, diretrizes e apoios oferecidos e recebidos de outros atores sociais.

Já o MM360, se mostrou ser mais seletivo, não replicando os conteúdos feitos por ele mesmo no feed, e sim focando no story como uma ferramenta em si mesma. Isso pode ser observado, por exemplo, no caso de não terem replicado a publicação [45fb](#), e sim ao produzirem um story diretamente com as imagens dessa mesma publicação ([49sb](#)). Analisando tal escolha e considerando uma perspectiva estratégica, ressalta-se que se por um lado, neste caso, o conteúdo se adaptou perfeitamente ao formato, por outro, perdeu a oportunidade de divulgar o conteúdo presente no feed e, conseqüentemente, a possibilidade de torná-lo um conteúdo mais visível na plataforma através dos algoritmos e sua consideração de relevância do conteúdo.

**Tabela 8 - Quantificação de origem do conteúdo nos stories**

<b>Autoria</b>	<b>MMC</b>	<b>MM360</b>
Diretamente do story	<b>10</b>	<b>29</b>
Repost de conteúdo do feed de si mesmo	<b>64</b>	<b>0</b>
Repost de conteúdo do feed de terceiros	<b>68</b>	<b>11</b>
Repost de terceiros nos stories por marcação	<b>108</b>	<b>15</b>

Fonte: elaboração própria (2022)

Quanto ao uso de recursos, a maioria dos conteúdos apresentados pelo MMC não contaram com nenhum. Em contrapartida, o MM360 se preocupou em articular os recursos, usando diversas combinações, fazendo-se valer algumas vezes de marcação — principalmente quando havia articulação temática com outros atores — e de links quando necessária a expansão do assunto.

**Tabela 9 - Quantificação de recursos aliados ao story**

<b>Recurso</b>	<b>MMC</b>	<b>MM360</b>
Não existente	<b>206</b>	<b>13</b>
Links para outras páginas ou ações	<b>3</b>	<b>0</b>
Hashtags	<b>4</b>	<b>14</b>
Enquetes e quis	<b>0</b>	<b>0</b>
Caixinhas de perguntas	<b>0</b>	<b>0</b>
Marcação	<b>23</b>	<b>12</b>
Uso de gifs e emojis	<b>9</b>	<b>1</b>
Combinação de mais de um recurso	<b>5</b>	<b>14</b>
Lembrete para alguma ação	<b>0</b>	<b>1</b>

Já em relação ao assunto, retoma-se a questão limitante já citada no que tange a dificuldade na identificação da temática no story. Ou seja, ao tomar como unidade o story, só foi possível classificar aqueles conteúdos com imagens que firmavam a temática por si só ou que houvesse algo escrito explicitamente para indicar o assunto. Esse ponto também tem-se outra complexidade: distorção da temática quando o conteúdo é lido apenas parcialmente no

stories, como é o caso da publicação [1fa](#) e do story [1sa](#), que foram enquadrados em categorias distintas — tal desafio também será retomado na análise qualitativa.

Pois, ao entendermos que, neste caso, se tratou da divulgação de um texto reflexivo de uma das integrantes, a perspectiva se expande, sendo possível identificar a intencionalidade e fundamento temático que se enquadra no código “inspiracional”. Quando este contexto é privado ao usuário, é possível associar a publicação à categoria 10, sendo entendido como uma parceria/apoio de Chico Buarque nas ações feministas. A mesma coisa ocorre com o story [8sa](#) que se apresenta, ao ser analisado isoladamente, dentro do aspecto institucional, e quando o conteúdo é expandido ([7fa](#)), percebe-se que se trata de uma ação referente aos direitos das mulheres diretamente.

**Tabela 10 - Quantificação de temáticas no story**

<b>Assuntos</b>	<b>MMC</b>	<b>MM360</b>
Não identificado	<b>49</b>	<b>1</b>
Informativo sobre os direitos das mulheres no ambiente de trabalho	<b>0</b>	<b>12</b>
Informativo sobre os direitos das mulheres	<b>0</b>	<b>3</b>
Informativo sobre temáticas paralelas aos direitos das mulheres	<b>35</b>	<b>0</b>
Ação referente aos direitos das mulheres diretamente	<b>21</b>	<b>28</b>
Ação paralela aos direitos das mulheres	<b>43</b>	<b>5</b>
Denúncia relativa à causa das mulheres	<b>0</b>	<b>0</b>
Denúncia relativa às causas paralelas das mulheres	<b>10</b>	<b>0</b>
Datas relevantes para o movimento	<b>36</b>	<b>0</b>
Inspiracional	<b>7</b>	<b>0</b>
Parcerias	<b>15</b>	<b>5</b>
Aspecto institucional	<b>34</b>	<b>1</b>

Fonte: elaboração própria (2022)

Tal limitação relativa ao story , devido ao seu formato reduzido, também se desdobra na dificuldade de identificar chamadas para mobilização, que só puderam ser identificadas e

codificadas como tal aquelas feitas de modo explícito no stories, ou nos casos em que a imagem já fizesse alguma chamada por si mesma, sem exigir complementos, como no [185sa](#).

**Tabela 11 - Quantificação de modos de mobilização no story**

<b>Recurso</b>	<b>MMC</b>	<b>MM360</b>
Não existente	<b>218</b>	<b>39</b>
Chamada para ação on-line	<b>7</b>	<b>1</b>
Chamada para ação off-line	<b>11</b>	<b>0</b>
Chamada para ação on-line e off-line	<b>0</b>	<b>0</b>
Mobilização construtivista	<b>14</b>	<b>15</b>

Fonte: elaboração própria (2022)

Quanto ao uso das plataformas, percebe-se que o que o MMC publicou, no início da coleta, o mesmo material presente Instagram no Facebook, demonstrando convergência e unidade de assuntos. Contudo, após o dia dois de março, o movimento deixou de postar nos stories Facebook, focando apenas naqueles produzidos no Instagram, como foi o caso da maioria, quase absoluta, das publicações no story do MM360.

**Tabela 12 - Quantificação de uso das plataformas no story**

<b>Recurso</b>	<b>MMC</b>	<b>MM360</b>
Apenas no Facebook	<b>0</b>	<b>0</b>
Apenas no Instagram	<b>179</b>	<b>54</b>
Mesmo conteúdo nas duas plataformas	<b>71</b>	<b>1</b>

Fonte: elaboração própria (2022)

Por fim, foi possível identificar alguns stories repetidos do MMC, como é o caso [52sa](#) e [54sa](#), e o [53sa](#) e [55sa](#). E que o MM360, como já mencionado brevemente, não utiliza seus stories para replicar — diretamente, embora poste o conteúdo de forma isolada, conforme na publicação [13fb](#) que é destrinchada nos stories [4sb](#), [5sb](#), [6sb](#) — o seu conteúdo apresentado no feed, diferentemente do que faz o MMC, que tende, na maioria das vezes, a compartilhar seu próprio conteúdo no story.

Logo, após apresentar os dados quantitativos coletados, é possível destacar que, como o esperado, os sujeitos de pesquisa possuem diferentes maneiras e estratégias de se posicionarem através de suas páginas. Desta maneira, busca-se na próxima seção desenvolver alguns aspectos qualitativos que sejam capazes de ajudar a entender a dinâmica da comunicação dos movimentos, bem como se espera identificar e reafirmar os alinhamentos, ou não, do âmbito institucional diante da prática comunicacional.

#### 5.2.5 Abordagem qualitativa do conteúdo no feed e dos stories

Ao longo da análise quantitativa, alguns elementos qualitativos já foram mencionados para conectar assuntos e fornecer melhor compreensão dos dados numéricos, contudo, acredita-se ser relevante estender alguns aspectos. Nesta intenção, julga-se dispensável a separação entre o story e o feed para a formulação da análise, uma vez que a abordagem qualitativa se torna mais completa quando ambos são analisados de modo conjunto, sendo possível verificar convergências, escolhas estratégicas para cada formato e como cada ator social estudado faz o uso de sua comunicação como um todo.

Assim, acredita-se que esta etapa deve discutir, a princípio, a questão da interseccionalidade, pois este é um importante elemento, como firmado na discussão teórica, para refletir a respeito da comunicação sobre os direitos das mulheres — foco de investigação da pesquisa. Desta maneira, identificou-se formas muito distintas de apresentar tal interseccionalidade e que, conseqüentemente, revelam um alinhamento entre estrutura organizacional, contexto e ações.

De modo mais minucioso, destaca-se que o Movimento de Mulheres Camponesas repetiu em algumas publicações ([19fa](#); [68fa](#); [83fa](#)) palavras e expressões que resumem suas diretrizes e dão destaque para suas conexões com outros atores e temáticas, afirmando sua oposição às violências, racismo, machismo, fome e capitalismo. Além disso, em algumas ocasiões, como na publicação [115fa](#), também reforçou a importância de uma militância contra a lgbtfobia na realidade indígena.

Já nos conteúdos do Movimento Mulher 360, foi possível identificar a interseccionalidade sendo discutida de modo mais objetivo e, muitas vezes, associada a uma ação de uma empresa parceira, não necessariamente promovida pelo MM360. Dentre essas temáticas, foi possível acessar informações de caráter inspiracional de mulheres deficientes e sobre a problemática do capacitismo ([34fb](#)), bem como se articulou a questão geracional ([64fb](#)) e a visibilidade negra e ações para tal no contexto corporativo ([33fb](#)). Desta maneira, foram

constadas postagens que se aproximavam de uma valorização do aspecto institucional, como pode ser verificado na publicação [63fb](#), mais especificamente no trecho que destaca um dos pilares do movimento.

Em contrapartida, o MMC carrega essa interseccionalidade tão intrinsecamente — como visto na apresentação institucional (através de sua perspectiva diversa do “ser mulher”) e na abordagem quantitativa —, que se torna difícil definir tais delimitações. Na publicação [40fa](#), por exemplo, a última frase articulou a questão social, a racial, de gênero e nuances políticas. Nesse sentido, tal interseccionalidade do MMC também foi reforçada e identificada nos conteúdos que visavam apresentar parcerias, não apenas através das palavras, mas também por meio do uso estratégico da fotografia, como foi o caso do conteúdo [11sa](#). Neste story, observa-se a bandeira do movimento e de outros atores, estabelecendo uma conexão entre suas identidades, reforçando também a proximidade do movimento a outras militâncias e organizações — aspecto já mencionado neste trabalho.

Já o MM360, ao apresentar conteúdos de parcerias — que podem ser resumidos em postagem com o objetivo de divulgar a aderência de empresas ao movimento — produziram publicações mais diretas, por meio de artes que visavam associar o logotipo da organização em questão ao do MM360, como foi o caso da [45fb](#). Outro exemplo é a publicação [65fb](#), na qual se pôde notar que, ao firmar a parceria, a organização que estava se atrelando ao movimento, também se comprometia com diretrizes dele: “a busca pela equidade de gênero e o desenvolvimento econômico feminino”. Ou seja, nesta relação há um alinhamento, explícito, de valores entre as figuras envolvidas.

Outro aspecto interessante de se observar, são os conteúdos do Movimento de Mulheres Camponesas enquadrados em “datas relevantes para o movimento” que se mostraram estratégicos e fundamentados. Isso porque apresentavam, conjuntamente, informações históricas a respeito da referida data, delimitando o “porquê” de sua relevância, fornecendo contexto e, em algumas publicações, aproximando a temática de uma questão relativa ao momento presente. Um exemplo é caso da publicação [10fa](#): utilizaram o dia da “Luta Indígena” para apontar, brevemente, sobre um projeto de lei (PL 490) que ameaçava direitos dos indígenas.

Já no código “ação paralela aos direitos das mulheres”, foram enquadradas publicações como a [11fa](#) que, por sua vez, visava apontar mobilizações que estavam sendo realizadas, sem uma identificação objetiva dos autores da ação, para barrar o projeto de lei que visa a liberação de agrotóxicos. Nessa publicação, entendeu-se que não havia chamada para mobilização, visto o pedido de engajamento centrava-se em acompanhar os desdobramentos da campanha

proposta, bem como para divulgar a mesma em outros espaços, diferentemente do que ocorre na [14fa](#) — que convoca, de fato, uma ação: tuitaço<sup>6</sup>.

Adentrando, portanto, no âmbito da mobilização, entende-se como participação on-line toda chamada para ação de caráter complexo, no sentido de que a ação proposta precisa carregar uma intencionalidade de ação e buscar alterar uma dada situação. Dentre esses conteúdos, pode-se citar a [12fa](#), cuja chamada para mobilização foi articulada com elementos informativos que visavam convencer a importância da ação — assinar petição on-line para barrar projeto de lei. Ou seja, a mesma publicação, pôde ser enquadrada, dentro da categoria temática, no código “Informativo sobre temáticas paralelas aos direitos das mulheres”, uma vez que a petição e as informações apresentadas dizem respeito à agroecologia.

Da mesma forma, é possível observar que o conteúdo da [22fa](#) não foi enquadrado como “chamada para ação on-line”, embora tenha pedido aos seus seguidores para assistir ao documentário, isso não se mostrou como ação complexa, e o mesmo ocorre com a [35fa](#). Ao encontro disso, as publicações [69fa](#) e [70fa](#), chamam atenção, pois embora façam referência a uma chamada para ação com a frase “vamos juntos nessa luta”, não se considerou isso de fato chamada para mobilização, posto seu aspecto genérico, sem maiores instruções. O mesmo acontece com a publicação [13fa](#), que apresentou uma chamada para ação de modo generalista: sem dizer exatamente ao usuário “como”, apenas apontando que “é hora de denunciar, pressionar e impedir”, enquadrando-se, portanto, em mobilização não existente, pois se entende que a mobilização exige instruções mínimas.

Resumidamente, pode-se ter clareza de tais critérios na codificação da publicação [78sa](#) que foi enquadrada em “chamada para mobilização off-line”, pois embora a chamada de modo direto não tenha sido proferida, considerou-se que ao indicar local, data e horário, se pressupõe a base para participar de uma determinada ação que visa modificar uma realidade. Além disso, o MMC relatou com frequência suas mobilizações internas, mas, nesses casos, por não convocarem uma chamada para ação através das plataformas, também não foi assinalada nenhum tipo de mobilização, como é o caso da [56fa e 124fa](#).

Para delimitar o código “mobilização construtiva” pode-se tomar como exemplo a [54fa](#) e [49fb](#), pois a mobilização proposta no conteúdo é a longo prazo: se mobiliza, primeiramente, de modo informacional, para posteriormente gerar uma ação estratégica, forte e alinhada aos propósitos dos movimentos.

---

<sup>6</sup> Ação coletiva, realizada na plataforma do Twitter, que visa gerar visibilidade para uma temática através do uso de hashtags.

Quanto à autoria das publicações, percebeu-se que no Facebook é mais fácil realizar tal distinção, visto que a plataforma disponibiliza o botão “compartilhar”, diferentemente do que ocorre no Instagram — que necessita de uma ferramenta externa. Desta maneira, foram entendidas como republicações os conteúdos do feed com marcação explícita de “repost ou reposted from”, uma vez que não se poderia afirmar a origem de outro modo. Dentro dessa modalidade, pode-se utilizar a [112fa](#) para ilustrar tal dinâmica, pois além de ter indicado que o conteúdo foi produzido por terceiros, é possível observar também a presença do conteúdo nas duas redes sociais digitais. Entendeu-se que, neste caso, a publicação feita no Facebook não adveio de fonte original, sendo, na realidade, uma replicação do conteúdo publicado no Instagram do MMC.

No que tange os elementos estratégicos da comunicação e de possíveis formas de ampliar a visibilidade dos movimentos, pode-se destacar a importância das hashtags, que é reconhecida pelos atores analisados, conforme mencionado anteriormente. Contudo, na publicação [22fa](#), identifica-se o uso da #sextou<sup>7</sup>, que por sua vez, é uma hashtag que leva ao *shadowban* — banimento fantasma ocasionado por infração de alguma diretriz da plataforma —, prejudicando sua visibilidade, uma vez que a rede social digital não entregará o conteúdo aos seus usuários de maneira habitual.

É preciso pontuar também que, mesmo em alguns casos o conteúdo do Facebook e do Instagram serem os mesmos quanto ao seu texto, em outros, é possível destacar que o MMC inseriu mais fotos no Facebook, posto que esta plataforma, quando comparada ao Instagram — limitado a 10 —, permite maior quantidade no compartilhamento de imagens. Contudo, por ter definido o texto como prioridade analítica, designou-se, nessas ocasiões, a aplicação do código “Mesmo conteúdo nas duas plataformas”. Isso pode ser identificado também nas publicações do MM360, como a [16fb](#) e [17fb](#), que possuem o mesmo conteúdo, porém em formatos diferentes e dias distintos. Cabe ressaltar que, neste caso, por não terem sido realizados no mesmo dia, não se considerou como “mesmo conteúdo nas duas redes”, sendo a 16fb classificada como conteúdo do Facebook, e o 17fb do Instagram. Além disso, retoma-se o fato de que foi possível identificar a existência de algumas pequenas adaptações estruturais no corpo do texto, mas que não são capazes de tornar os conteúdos distintos.

Ao encontro disso, observa-se que, especificamente o MM360, optou, em diversos momentos, por uma estratégia desafiadora para a categorização do formato utilizado. Tal dificuldade pode ser ilustrada pela [61fb](#) que, no Facebook, possuía o formato de link, e no

---

<sup>7</sup> Tornou-se *shadowban* pois em inglês assume teor sexual: “sex to u”

Instagram, por não facilitar tal formato, havia apenas uma imagem. Diferentemente, da publicação 16fb e 17fb que puderam ser analisadas separadamente, posto que foram publicadas em dias distintos, neste caso, não seria possível tal manobra. Logo, considerou-se que a publicação, para ambas as redes, entraria na categoria de formato “imagem”, uma vez que o link também apresentava uma imagem na publicação. Contudo, determinou-se que era preciso diferenciar tal escolha e explicar tal procedimento aqui, visto que fez parte das escolhas de categorização e que também revela uma percepção de uso estratégico de cada rede social.

Em contraposição o MMC desperdiçou em determinados momentos, como no story [37sa](#), o uso estratégico da plataforma, ao não inserir link de acesso para o filme que está divulgando diretamente no story, embora faça isso no seguinte — revelando, paralelamente, a falta de padronização em seu ato de postar, contrastando com a uniformidade do MM360 comentada em outra oportunidade. Uma situação semelhante ocorreu no caso do [73sa](#), em que o link foi apenas colado nos stories, e não inserido por meio da ferramenta disponibilizada e adequada para tal. Neste caso, o recurso de link não foi considerado na categoria, visto que não foi utilizado como esperado e impossibilitando seu acesso.

Outra questão desafiadora para análise, diz respeito às flutuações da categoria, fazendo-se necessário o detalhamento de algumas escolhas deste processo. Na publicação [141fa](#) tem-se, a princípio, um conteúdo que articula uma data relevante ao MMC, contudo, ao ser observado mais atentamente, percebeu-se que o foco principal era apresentar as ações que se desenvolveriam para comemorar tal data. Algo parecido ocorreu na [142fa](#): a data ficou em segundo plano e a intencionalidade da publicação foi relatar a ação através do compartilhamento de um vídeo.

Outro exemplo, é a publicação [56fa](#) que ainda que seja uma ação que tem como pano de fundo a questão das mulheres, o seu maior intento, estava na questão paralela a elas: a soberania alimentar, sendo codificada, desta maneira, na “ação paralela aos direitos das mulheres”. Mais uma vez, reafirma-se que a aplicação da categoria pretende identificar o fim principal de cada conteúdo, indo além do indício mais provável num primeiro contato não aprofundado. Isso porque na categoria “datas relevantes para o movimento” são enquadradas publicações que se dedicam a falar sobre a importância da data para o movimento.

Conforme identificado, esses deslocamentos também podem ocorrer no caso de conteúdo republicado por marcação, como no caso do story [15sa](#) — o Levante Popular da Juventude, publicou o conteúdo postado no feed do MMC ([6fa](#)). Neste processo, o story repostado pelo MMC foi enquadrado em “parcerias” na categoria de assuntos, uma vez que demonstrou uma confluência de militância entre as duas organizações, principalmente porque

o Levante escreveu em sua postagem “Que linda é essa construção coletiva!”. Em contrapartida, quando o conteúdo só foi repostado, mantém-se no código 8 (“datas relevantes para o movimento”), como é o caso da publicação [17sa](#) — mesmo conteúdo, porém postado por outro terceiro e que, por ter sido marcado, o movimento republicou em sua rede.

De modo igualmente complexo, tem-se a publicação [58fa](#). Neste conteúdo, embora haja um informativo sobre temáticas paralelas às mulheres, a publicação foi enquadrada em “ação referente aos direitos das mulheres”, uma vez que o informativo está, primordialmente, direcionado para fortalecer a causa da ação proposta no dia 08 de março. Contudo, muitas vezes quando o dia 08 é citado, como é o caso da [61fa](#), não se pode dizer que é uma ação voltada para os direitos das mulheres de modo dedutivo, uma vez que o slogan e a própria legenda tendem a reforçar uma ação de oposição ao governo Bolsonaro (uma temática paralela aos direitos das mulheres, ainda que interfira nas mesmas), exigindo um contexto para proporcionar o entendimento. Desta maneira, ressalta-se que o foco foi categorizar a partir da análise exclusiva da publicação, eximindo-se do contexto, uma vez que a internet é um ambiente de fragmentação de informação. Além disso, considerando que se espera observar essa dinâmica comunicacional, foi firmado que essa seria a maneira mais adequada de codificar.

Ao encontro desta questão contextual e de sua fragilidade no espaço on-line, pode-se citar o story [5sa](#) que, por sua vez, apresenta um conteúdo de teor de denúncia com a imagem de um homem estampada — justificando seu enquadramento no assunto “Denúncia relativa às causas paralelas das mulheres”. Contudo, reconhece-se que não é possível compreender com profundidade o contexto racial presente na postagem e o nível de violência sofrida por tal figura. Ou seja, não fornecer informações sobre um dado cenário, pode proporcionar um abismo entre a intencionalidade da publicação e seu efeito no público-alvo.

Já no que diz respeito aos conteúdos informativos, percebe-se que o MM360 buscou ser mais objetivo e pedagógico, no sentido de que articulou exemplos, fazendo-se valer de falas que não seriam adequadas em contraposição de como seria o ideal, como é o caso da discussão sobre a temática de parentalidade apresentadas nos stories [4sb](#), [5sb](#), [6sb](#), e a publicação [13fb](#).

Por fim, a partir da análise aqui apresentada, é possível notar que tanto o Movimento de Mulher 360 quanto o Movimento de Mulheres Camponesas, entendem a centralidade da comunicação para firmar suas existências na esfera pública e o quanto ela pode ser estratégica para fortalecer e direcionar esforços coletivos, mesmo que não utilizem toda sua potencialidade. Assim, embora cada movimento articule conteúdos de modo singular, ambos são atentos, em algum grau e nível técnico, ao seu papel informativo sobre os direitos das mulheres e nos tensionamentos das relações de poder vigentes. De modo geral, observou-se

também que a comunicação feita pelos movimentos é direcionada por um entendimento-base das dificuldades enfrentadas pelas mulheres e de quem são elas, uma espécie de diagnóstico particular da realidade, o que gera entre eles os distanciamentos comentados, bem como envolve a percepção de cada movimento sobre a problemática central a ser solucionada para que tais dificuldades sejam sanadas, e quais esforços e atores precisam ser acionados neste processo.

Neste sentido, relembra-se que o fazer comunicacional está intrincado às diversas estruturas sociais, onde estes dois elementos (comunicação e estrutura) estão em constante retroalimentação, reforçando a importância da investigação ora proposta. Afinal, entender as dinâmicas comunicativas que visam promover informações sobre os direitos das mulheres, independentemente da origem dos atores e da transparência de suas intencionalidades, é o início, e apenas uma parcela, de um processo complexo de revisão das assimetrias que compõem o cotidiano das mulheres. Em uma sociedade midiaticizada, investigar tais dinâmicas, significa também empreender esforços para trazer à consciência os elementos culturais que moldam o existir.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A fim de aparar e sistematizar todas as discussões articuladas, esta seção se dedica a refletir e elucidar os eixos direcionadores da pesquisa, bem como destacar algumas discussões que efetivam os objetivos propostos e quais os possíveis desdobramentos da pesquisa, uma vez que se acredita em uma ciência cíclica e em constante processo de amadurecimento.

Neste sentido, o primeiro ponto consiste em esclarecer que as inferências articuladas durante a revisão bibliográfica objetivaram, primariamente, estabelecer a dimensão comunicacional, afinal é neste campo investigativo que a pesquisa está situada e se relaciona ao objetivo geral da pesquisa. Deste modo, partiu-se da concepção de comunicação advinda da sociedade midiaticizada, ou seja, comunicação entendida como elemento que permeia, de modo difuso, as estruturas e processos sociais.

Consequentemente, tal configuração social e midiática influencia nas dinâmicas comunicacionais dos movimentos, percepção que levou esta pesquisa a buscar por uma investigação dos movimentos sociais pautada na aproximação entre as bases sociológicas, suas dimensões no ambiente digital, e suas inserções na lógica informacional. Isso porque se entendeu que os movimentos podem encontrar e se apropriar das lógicas das redes sociais digitais para expandir seus discursos de modo estratégico, ou seja, não como uma obrigatoriedade, mas como parte do processo de mobilização social e de um existir socialmente.

Logo, entendeu-se que a internet extrapola a concepção de um ambiente apenas para expor e articular estratégias de comunicação — e, em outra instância, de mobilização —, assumindo uma perspectiva mais expansiva e integrativa diante da sociedade. Além disso, buscou-se entender a dinâmica das redes sociais digitais e como tais estruturas direcionam o uso da informação, através do processo comunicativo, para gerar conhecimento e consequentemente, introduzir perspectivas cidadãs em seus usuários. Logo, foi necessário apontar limitações e potencialidades do uso da internet para tal objetivo, compreendendo, paralelamente, as diversas facetas do problema — como as bolhas informacionais, falta de literacia e a desigualdade de acesso — e de possíveis resoluções.

A percepção de mobilização também foi apreendida a partir dos direitos das mulheres, exigindo uma reflexão histórica sobre os feminismos e suas alterações ao longo do tempo, despejando um enfoque nas atuais formações e diretrizes. Entre as diretrizes, se destacou a questão da interseccionalidade que, por sua vez, também ajudou a entender algumas bases dos sujeitos de pesquisa, e suas composições sociais e culturais.

Neste sentido, um aprofundamento dos atores foi efetuado, inicialmente, pela investigação das bases institucionais e o modo como a organização se posiciona formalmente — por meio dos sites oficiais. Posteriormente, buscou-se entender como tal apresentação foi espelhada na comunicação das redes sociais digitais, processo efetuado a partir da Hermenêutica de Profundidade e, mais especificamente, a partir da Análise de Conteúdo ora descrita na segunda parte deste trabalho. A partir disso, observou-se, empiricamente, as dinâmicas comunicacionais descritas a partir do aporte teórico, através da exposição dos dados quantitativos e qualitativos a respeito do conteúdo divulgados. Cabe reforçar ainda que isso só foi possível por meio de uma elaboração cuidadosa das categorias e códigos que buscaram bases, minimamente, objetivas para destrinchar os elementos comunicacionais.

Também foi possível observar, quantitativamente, que o enfoque temático dos sujeitos de pesquisa não é articular, especificamente, os direitos das mulheres nas redes digitais, o que não retira a relevância social, pois embora não seja a maioria, só o ato de ocupar esses espaços e, em algumas oportunidades, relacionar os direitos das mulheres a um determinado contexto, firmando sua importância e necessidade de proteção, tem-se um grande feito para a revisão das relações de poder. Além disso, como já mencionado, ter acesso a este dado quantitativo, não significa que os movimentos não realizem, com maior enfoque, ações sobre os direitos das mulheres de outro modo e em outros espaços.

Neste sentido, identificou-se que os atores estudados articularam uma perspectiva de direitos das mulheres a partir de visões diferentes sobre as necessidades das mesmas e de como visitá-la e efetivá-la no campo social: um propondo uma mudança geral da sociedade e o outro visando ações intra institucionais, reforçando os feminismos em sua pluralidade. Por mudança geral, pode-se citar, principalmente, discursos relativos às alterações nas lógicas econômicas e políticas, bem como a revisão das hierarquias sociais através do enfrentamento de determinadas estruturas hegemônicas. Já por mudanças intra institucionais, pode-se citar o esforço do MM360 em desenvolver eventos internos para gerar consciência coletiva sobre temáticas que influenciam na garantia da integridade feminina no ambiente corporativo.

Logo, cada ator se apropria de modo muito particular de tais elementos, sendo possível também identificar as diferenças na militância, reafirmando a complexa dinâmica fomentada pela interseccionalidade, e o alinhamento de cada sujeito de pesquisa aos seus objetivos institucionais anteriormente investigados. Com isso, esta pesquisa entende que embora uma determinada ideologia, quando advinda do ambiente corporativo, possa estar em oposição ao feminismo proposto pelo movimento popular — principalmente por versarem concepções econômicas distintas —, ambos atuam na promoção do fluxo informacional sobre os direitos

das mulheres. O ponto que os diferenciam está, portanto, no aspecto valorativo desses direitos, mais especificamente, o que cada movimento entende como primordial para a mudança que propõe.

De modo consequente, este trabalho não se esgota quanto a essa discussão, deixando possibilidades de novas investigações, principalmente, no que tange a busca por identificação de questões internas do Movimento de Mulheres Camponesas e o Movimento Mulher 360, a fim de entender em que medida o posicionamento institucional e a comunicação nas redes sociais digitais, aqui identificadas, estão alinhadas ao cotidiano e estratégia interna de cada ator social. Isso poderia ser realizado, conforme indicado pela banca de qualificação outrora, através de entrevistas, cuja sugestão não foi atendida, nesta oportunidade, por não se conectar aos objetivos propostos da pesquisa.

Além disso, acredita-se ser relevante neste ponto do trabalho, retomar as duas perguntas de pesquisa proposta: em que medida, considerando a configuração, os limites e a complexidade, o ambiente digital apropriado por movimentos sociais é capaz de ampliar a difusão da informação? Como e de que maneira, a difusão da informação por meio das redes sociais on-line, contribui para construção da cidadania brasileira?

Assim, entendeu-se que, os diversos fluxos informacionais que visam gerar conhecimento das mulheres sobre seus direitos efetivados pelos movimentos escolhidos, são, de fato, importantes para a construção da cidadania, mesmo diante dos entraves existentes na internet. Tal compreensão se firma pelo entendimento de que as bases para o processo informativo não necessariamente são formadas no ambiente digital, mas que pode ser o ponto de partida para isso. Logo, não cabe aqui estabelecer um juízo de valor sobre como cada ator está direcionado para promover a cidadania por meio de suas redes sociais de digitais, mas sim, para reforçar a importância desses espaços para compor uma comunicação que visa gerar transformação, seja ela indireta ou diretamente.

Ao refletir sobre a pergunta relativa ao como este processo informativo pode contribuir para o desenvolvimento de uma perspectiva cidadã, tensiona-se, a princípio, que fomentar informação sobre direitos é insuficiente para pensarmos na cidadania como um todo, mas como visto, o acesso à informação e sua capacidade de gerar consciência sobre uma situação problemática, é o primeiro estágio. Assim, neste primeiro estágio, entende-se que é essencial uma comunicação simplificadora, mas não redutiva da informação, iniciando um processo educativo sobre o cenário de enfrentamento e revisão das assimetrias de poder vivenciadas pelas mulheres. Neste sentido, a comunicação dos sujeitos de pesquisa se mostra em tal direção,

ao mesmo tempo que se fortalece quando tal espaço dialógico passa a ser composto por mais atores que ajudam a estruturar uma perspectiva cada vez mais diversa dessa militância.

Contudo, há um longo caminho a ser percorrido para que haja um cenário em que todas as mulheres acessem informações sobre seus direitos de modo simples e fácil, exigindo esforços múltiplos, bem como o reconhecimento e apontamento das camadas estruturais. E é neste sentido que este trabalho reafirma sua relevância: identificando e ponderando a importância das dinâmicas comunicacionais nos diversos campos da sociedade e, mais especificamente, no das redes sociais digitais. Neste sentido, também se entende que outras mudanças nesses espaços ocorrerão, o que pode levar à obsolescência de alguns aspectos compreendidos neste trabalho, contudo o que não se perde, é a importância, constante, de se reconhecer as mídias como espaços, estruturas e dinâmicas que reúnem relações de poder, sendo possível também que essas relações de poder sejam questionadas por diversos atores sociais, principalmente, aqueles que visam construir uma comunicação contra hegemônica.

## REFERÊNCIAS

- ALONSO, Angela. As teorias dos movimentos sociais: um balanço do debate. **Lua Nova: revista de cultura e política**, p. 49-86, 2009.
- ANTUNES, Bruno. A Internet de Pessoas: a web 3.0, a exposição dos usuários nas mídias sociais e a polarização de ideias na rede. **Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional**, v. 20, n. 20, p. 191-203, 2018.
- ALVES, Branca Moreira Constância Lima. A luta das sufragistas. In: BUARQUE DE HOLLANDA, Heloisa (org.). **Pensamento feminista brasileiro: formação e contexto**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, p.49-63, 2019.
- ALVES, Lauro Eduardo Soutello. Governança e cidadania empresarial. **Revista de Administração de Empresas**, v. 41, p. 78-86, 2001.
- ARAÚJO, Eliany Alvarenga de. Informação, cidadania e sociedade no Brasil. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v.2, n.1, 1992.
- ARRUDA, Angela. Feminismo, gênero e representações sociais. In: BUARQUE DE HOLLANDA, Heloisa (org.). **Pensamento feminista brasileiro: formação e contexto**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, p.335-355, 2019.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução: Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BARROS, Laan Mendes. Recepção, mediação e midiatização conexões entre teorias europeias e latino-americanas. In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (Orgs). **Mediação & midiatização**. EDUFBA, p.79-103, 2012. Disponível em: <http://books.scielo.org/id/k64dr>. Acesso: 09 de mar. 2021.
- BARROS, Bruno Mello Correa; DE OLIVEIRA, Rafael Santos. A informação e a Comunicação no Estado Democrático de Direito: Um Olhar sobre as Nuances e Perspectivas da Sociedade em Rede. **DIREITO**, p. 83-94, 2017.
- BRAGA, José Luiz. Instituições & Midiatização - um olhar comunicacional. In: FERREIRA, Jairo; ROSA, Ana Paula da et al. (orgs.). **Entre o que se diz e o que se pensa – onde está a midiatização?** Santa Maria: FACOS-UFSM, p. 291–311, 2018.
- BIROLI, Flávia; MIGUEL, Luis Felipe. **Feminismo e política: uma introdução**. Boitempo Editorial, 2015.
- CALLAND, Richard. Access to information: how it is useful and how it is used? In: Neuman, Laura. **Access to information: a key to democracy**. Atlanta: The Carter Center. 2002.
- CARDOSO, Gustavo et al. As fake news numa Sociedade Pós-Verdade: Contextualização, potenciais soluções e análise. **Observatório da Comunicação**, Lisboa, Portugal, 2018.

CETIC. **TIC Domicílios**, 2019. Disponível em: <https://cetic.br/pesquisa/domicilios/>

CARLOS, Euzeneia. Movimentos sociais e sistema político nas teorias dos movimentos sociais. **Interseções: Revista de Estudos Interdisciplinares**, v. 17, n. 1, 2015.

\_\_\_\_\_. Contribuições da análise de redes sociais às teorias de movimentos sociais. **Revista de Sociologia e Política**, v. 19, p. 153-166, 2011.

CARNEIRO, Sueli. Mulheres em movimento: contribuições do feminismo negro. In: BUARQUE DE HOLLANDA, Heloisa (org.). **Pensamento feminista brasileiro: formação e contexto**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, p.271-289, 2019.

CARVALHO, José Murilo de. **Cidadania no Brasil: o longo caminho**. 13. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.

CASTELLS, Manuel. **Sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

\_\_\_\_\_. **A Galáxia Internet: reflexões sobre a Internet, negócios e a sociedade**. Zahar, 2003.

CASTRO, Mary Garcia. Mulheres sindicalizadas: classe, gênero, raça, e geração na produção de novos sujeitos políticos, um estudo de caso. In: BUARQUE DE HOLLANDA, Heloisa (org.). **Pensamento feminista brasileiro: formação e contexto**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, p.213-232, 2019.

CINELLI, Catiane. Movimento de Mulheres Camponesas: 30 anos de história na construção de novas relações. **Revista Grifos**, v. 22, n. 34/35, p. 37-49, 2013.

COCCO, Ricardo; CAIMI, Flávia Eloisa. Literacia para as mídias: diálogos pedagógicos e sociais. **Horizontes**, v. 38, n. 1, 2020.

CORTINA, Adela. **Cidadãos do mundo: para uma teoria da cidadania**. Trad. de Silvana Cobucci Leite. São Paulo: Loyola, 2001.

COSTA, Albertina de Oliveira; BARROSO, Carmem; SARTI, Cynthia. Pesquisa sobre mulher no Brasil: do limbo ao gueto? In: BUARQUE DE HOLLANDA, Heloisa (org.). **Pensamento feminista brasileiro: formação e contexto**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, p.109-134, 2019.

COSTA, Sely Maria de Souza; LEITE, Fernando César Lima. Imbricações teóricas entre comunicação e gestão da informação e do conhecimento na Ciência da Informação. In: COSTA, Sely Maria de Souza.; LEITE, Fernando César Lima.; TAVARES, Rosemeire Barbosa. (Orgs.). **Comunicação da informação, gestão da informação e gestão do conhecimento**. Brasília: Ibict, p.17-41, 2018.

DAVENPORT, Thomas. **Ecologia da informação: porque só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação**. São Paulo: Futura, 1998.

DA SILVA, Joasey Pollyanna Andrade; DO CARMO, Valter Moura; RAMOS, Giovana Benedita Jaber Rossini. AS QUATRO ONDAS DO FEMINISMO: LUTAS E CONQUISTAS. **Revista de Direitos Humanos em Perspectiva**, v. 7, n. 1, p. 101-122, 2021.

DIANI, Mario. The concept of social movement. **The sociological review**, v. 40, n. 1, p. 1-25, 1992.

DOMINICI, Piero. A complexidade da comunicação: A comunicação da complexidade. **MATRIZES**, v. 14, n. 2, p. 15-39, 2020.

DOS SANTOS, Heloisa Nogueira. A função social como princípio do direito à comunicação. **Revista Inclusiones**, p.182-189, 2021.

DOWBOR, Ladislau. Informação para a cidadania e o desenvolvimento sustentável. **Adolescência latinoamericana**, n. 248, p. 5-16, 2004.

DUARTE, Constância Lima. Feminismo: uma história para ser contada. In: BUARQUE DE HOLLANDA, Heloisa (org.). **Pensamento feminista brasileiro: formação e contexto**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, p.25-47, 2019.

DUARTE, Jorge. Comunicação pública. **São Paulo: Atlas**, p. 47-58, 2007.

ESTEVES, João Pissarra. Internet e Comunicação Política: um novo desafio à democracia. **Intexto**, n. 17, 2007. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/3460/4133>. Acesso em: 04 de jun 2021.

FAUSTO NETO, Antonio. Fragmentos de uma analítica da midiatização. **Matrizes**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 89-105, abr. 2008.

FERREIRINHA, Isabella Maria Nunes; RAITZ, Tânia Regina. As relações de poder em Michel Foucault: reflexões teóricas. **Revista de Administração pública**. v. 44, n. 2, p. 367 - 383, Rio de Janeiro, RJ, 2010.

FREIRE, Isa Maria. Barreiras na comunicação da informação tecnológica. **Ciência da Informação**, v. 20, n. 1, 1991.

FUCHS, Christian. **Social media: a critical introduction**. Londres: Sage, 2014.

GALLOTTI, Monica Marques Carvalho; DO NASCIMENTO SANTOS, Thais Helen; DE SOUZA, Jacqueline Aparecida. Convergência entre a literacia informacional e a literacia mediática. **CECS-Publicações/eBooks**, p. 345-357, 2015.

GILSTER, Paul. **Digital literacy**. John Wiley & Sons, Inc., 1997.

GOMES, Henriette Ferreira. A Mediação da informação, comunicação e educação na construção do conhecimento. **DataGramaZero: Revista de Ciência da Informação**, v. 9, n. 1, fev. 2008.

GOMES, Wilson. Internet e participação política em sociedades democráticas. **Revista Famecos**, v. 12, n. 27, p. 58-78, 2005.

GOHN, Maria da Glória Marcondes. **Teorias dos movimentos sociais: paradigmas clássicos e contemporâneos**. Edições Loyola, 1997.

GORCZEWSKI, Clovis; MARTIN, Nuria Beloso. **Cidadania, Democracia e Participação Política: Os desafios do século XXI**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2018.

GOSS, Karine Pereira; PRUDENCIO, Kelly. O conceito de movimentos sociais revisitado. **Em Tese**, v. 1, n. 2, p. 75-91, 2004.

HENRIQUES, Márcio Simeone (Org). **Comunicação e estratégias de mobilização social**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

HENRIQUES, Márcio Simeone; BRAGA, Clara Soares; MAFRA, Rennan Lanna Martins. **O planejamento da comunicação para a mobilização social: em busca da co-responsabilidade**. Comunicação e estratégias de mobilização social. 2ª. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.

HENRIQUES, Márcio Simeone; NETO, Júlio Afonso de Pinho Sá. Comunicação e movimentos de mobilização social: estratégias de atuação das organizações do terceiro setor na área da comunicação. In: **Anais do XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação. Campo Grande/MS**. 2001.

HENRIQUES, Marcio Simeone; SILVA, Daniel Reis. Vigilância civil e internet: possibilidades e limitações na disputa por visibilidade e na construção de credibilidade. **Conexão-Comunicação e Cultura**, v. 16, n. 31, 2017.

HJARVARD, Stig. Mídia-tização: conceituando a mudança social e cultural. **Matrizes**, v. 8, n. 1, p. 21-44, 2014.

HOLLANDA, Heloísa Buarque (Org). **Pensamento feminista brasileiro: formação e contexto**. Bazar do Tempo Produções e Empreendimentos Culturais LTDA, 2019, 400p.

JONES-JANG, S. Mo; MORTENSEN, Tara; LIU, Jingjing. Does media literacy help identification of fake news? Information literacy helps, but other literacies don't. **American Behavioral Scientist**, v. 65, n. 2, p. 371-388, 2021.

KNOP, Marcelo Ferreira Trezza. Exclusão digital, diferenças no acesso e uso de tecnologias de informação e comunicação: questões conceituais, metodológicas e empíricas. **Caderno Eletrônico de Ciências Sociais: Cadecs**, v. 5, n. 2, p. 39-58, 2017.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. Comunicação intercultural e cidadania em tempos de globalização. **CECS-Publicações/eBooks**, p. 337-354, 2017.

LAHNI, Claudia. Ensino de Comunicação Comunitária em prol da cidadania. **Revista Comunicação Midiática**, v. 11, n. 1, p. 199-211, 2016.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2000.

LIVINGSTONE, Sonia; COUVERING, Elizabeth Van; THUMIN, Nancy. Converging traditions of research on media and information literacies: disciplinary, critical, and methodological issues. In: COIRO, Julie; KNOBEL, Michele; LANKSHEAR, Colin; LEU, Donald J. **Handbook of research on new literacies**. New York, USA: Routledge, p. 103-132, 2008.

LORDE, Audre. Idade, raça, classe e gênero: mulheres redefinindo a diferença. In: BUARQUE DE HOLLANDA, Heloisa (org.). **Pensamento feminista: conceitos fundamentais**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, p.239-249, 2019.

LUVIZOTTO, Caroline Kraus. Cidadania, ativismo e participação na internet: experiências brasileiras. **Comunicação & Sociedade**, Universidade do Minho, v. 30, p. 297-312, 2016.

MACHADO, Raquel Cavalcanti Ramos; RIVERA, Laura Nathalie Hernandez. Democratização na era digital: desafios para um diálogo consciente e igualitário. **Revista Brasileira de Políticas Públicas**, v. 7, n. 3, p. 601-616, 2017.

MAGNO, Attila; BARBOSA, Silva. Cidadania empresarial: o ardil da destituição do dissenso. **Ciências Sociais Unisinos**, v. 43, n. 3, p. 267-276, 2007.

MARCONDES FILHO, Ciro. A Questão da Comunicação. **PAULUS: Revista de Comunicação da FAPCOM**, v. 3, n. 5, p. 17-26, 2019.

MARSHALL, Thomas Humphrey. **Cidadania, classe social e status**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

MASSA, Roberta Franco; LORENZETTO, Bruno Meneses. O papel histórico do feminismo no reconhecimento dos direitos das mulheres. **Interesse Público – IP**, Belo Horizonte, ano 21, n. 118, p. 59-79, 2019.

MELUCCI, Alberto. Um objetivo para os movimentos sociais?. **Lua Nova: Revista de Cultura e Política**, n. 17, p. 49-66, 1989.

OGNYANOVA, Katherine et al. Misinformation in action: Fake news exposure is linked to lower trust in media, higher trust in government when your side is in power. **Harvard Kennedy School Misinformation Review**, 2020.

OLIVEIRA, Valdir de Castro. Comunicação, informação e participação popular nos conselhos de saúde. **Saúde e sociedade**, v. 13, p. 56-69, 2004.

PARISER, Eli. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**. Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2012.

PEREIRA, Carlos Alberto Messeder; HERSCHMANN, Micael. Comunicação e novas estratégias organizacionais na era da informação e do conhecimento. **Comunicação & Sociedade**, v. 24, n. 38, p. 27-42, 2002.

PEREIRA, Marcus Abílio. Internet e mobilização política: os movimentos sociais na era digital. **Encontro da compolítica**, v. 4, p. 1-26, 2011.

PEREZ, Olívia Cristina; RICOLDI, Arlene Martinez. A quarta onda feminista: interseccional, digital e coletiva. In: **Congresso Latino-americano de Ciência Política (ALACIP)**, 2020.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária. In: **Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação**. 2006.

\_\_\_\_\_. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. **Lumina**, v. 1, n. 1, 2007.

\_\_\_\_\_. Relações Públicas nos Movimentos Sociais e “Comunidades”: princípios, estratégias e atividades. **ABRAPCORP**, 2008.

\_\_\_\_\_. A Comunicação nos Movimentos Sociais: exercício de um direito humano. **Diálogos de la Comunicación**, n. 82, 2010.

PITANGUY, Jacqueline. A carta das mulheres brasileiras aos constituintes: memória para o futuro. In: BUARQUE DE HOLLANDA, Heloisa (org.). **Pensamento feminista brasileiro: formação e contexto**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, p.81-96, 2019.

RAMONET, Ignacio. **A explosão do jornalismo: das mídias de massa à massa de mídias**. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

RAMOS, Murilo César. Comunicação, direitos sociais e políticas públicas. In: MARQUES DE MELO, J.; SATHLER, L. **Direitos à Comunicação na Sociedade da Informação**. São Bernardo do Campo: Umesp, 2005.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RECUERO, Raquel; SOARES, Pricilla. Violência simbólica e redes sociais no facebook: o caso da fanpage "Diva Depressão". **Galáxia** (São Paulo), v. 13, n. 26, p. 239-254, 2013.

RESENDE, Mariana Junqueira Bezerra. **Cidadania na Sociedade da Informação: a Internet como instrumento para a efetivação de direitos fundamentais**. Dissertação (mestrado) - Universidade de Ribeirão Preto, UNAERP, Direitos Coletivos e Cidadania. Ribeirão Preto, 2016.

REUTERS INSTITUTE FOR THE STUDY OF JOURNALISM. **Digital News Report**. 2020. Disponível em <http://www.digitalnewsreport.org/>. Acesso 25/06/2020.

RIGITANO, Maria Eugenia Cavalcanti. **Redes e ciberativismo: notas para uma análise do centro de mídia independente**. Retirado de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/rigitano-eugenia-redes-e-ciberativismo.pdf>, 2003.

ROSALES, José Maria. Política, ciudadanía y pluralismo: un argumento sobre las transformaciones de la esfera pública democrática. In: **Anuário del Filosofia del Derecho**. Tomo XIV. Madrid: BOE-Ministerio de Justicia, p.286-287, 1997.

SAID, Gustavo. História, Comunicação e Sociedade na Era da Informação. **Intercom**, 2002.

SAMPAIO, Rafael Cardoso; LYCARIÃO, Diógenes. **Análise de conteúdo categorial: manual de aplicação**. Brasília, Enap, 2021. Disponível em <http://repositorio.ena.gov.br/handle/1/6542>. Acesso em 02.02.2022.

SANTOS, Miriam Cristina Fava; CATARINO, Maria Elisabete. 25 anos da web e o marco civil da internet: o livre acesso à informação, a liberdade de expressão e a privacidade. **Comunicação & Informação**, v. 19, n. 1, p. 05-19, 2016.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil para análise histórica. In: BUARQUE DE HOLLANDA, Heloisa (org.). **Pensamento feminista: conceitos fundamentais**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, p.49-80, 2019.

SENNA, Kárita Emanuelle Ribeiro. **Comunicação Pública e Redes Digitais: atores, técnicas e políticas**. Tese (doutorado) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2020.

SERIDÓRIO, Daniele Ferreira; LUVIZOTTO, Caroline Kraus. Internet como espaço de deliberação e participação política. **Comunicação & Sociedade**, v. 39, n. 3, p. 79-110, 2017.

SIGNATES, Luiz; MORAES, Ângela. A cidadania como comunicação: estudo sobre a especificidade comunicacional do conceito de cidadania. **Cidadania comunicacional: teoria, epistemologia e pesquisa**. Goiânia: Gráfica UFG, 2016.

SILVA, Sónia Cristina Melo; RUÃO, Teresa; GONÇALVES, Gisela. Comunicação Estratégica e Responsabilidade Social: estudo do pensamento estratégico nas universidades públicas portuguesas. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), **Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia**. Braga: CECS, 2019.

SILVA, Suelen de Aguiar. **Comunicação, movimentos sociais e redes: por um projeto biopolítico e comunitário da multidão**. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Escola de Comunicação, Educação e Humanidades da Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2018.

SILVEIRA, Sergio Amadeu. **Democracia e os códigos invisíveis: como os algoritmos estão modulando comportamentos e escolhas políticas**. Edições Sesc, 2019.

SOARES, Valéria Deluca. Fluxos de Informação X Relações de Poder: jogo empatado. **Biblioteca on-line de ciência da comunicação**. 2010.

SOARES, Vera. Movimento Feminista: Paradigmas e desafios. **Estudos Feministas**, p. 11-24, 1994.

SORJ, Bila. O feminismo na encruzilhada da modernidade e pós modernidade. In: BUARQUE DE HOLLANDA, Heloisa (org.). **Pensamento feminista brasileiro: formação e contexto**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, p.99-107, 2019.

TARGINO, Maria das Graças. Comunicação científica: uma revisão de seus elementos básicos. **Informação & Sociedade**, v. 10, n. 2, 2000.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. 9 ed. Petrópolis: Vozes, 2011.

TORRES, Glauca Cardoso Teixeira; FACHIN, Zulmar. Cidadania Corporativa e Responsabilidade Social: interfaces do envolvimento empresarial com a sociedade. **Revista da Faculdade de Direito do Sul de Minas**, v. 36, n. 1, 2020.

TRERÉ, Emiliano. From digital activism to algorithmic resistance. In: Meikle G (ed). **The Routledge Companion to Media and Activism**. Routledge Media and Cultural Studies Companions, London and New York: Routledge, p.367-375, 2018.

TRINDADE, Helgio. “As Ciências sociais nas Relações Públicas” In: **Anais do 1º Ciclo de Integração de Relações Públicas**. Porto Alegre: PUCRS, 1974.

VANNUCHI, Camilo Morano. **Direito humano à comunicação: fundamentos para um novo paradigma na regulação dos meios no Brasil**. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo, 2020.

WILKE, Valéria Cristina Lopes No tempo das fake news e da pósverdade – política, democracia e literacia midiática. In: **Congresso Literacia, mídia e Cidadania**, 5, Aveiro, 2019 - "Tecnologia, desinformação e ética [Em linha]: livro de atas". Editado por Sara Pereira. Braga: CECS, p. 244-257, 2019.

WEBER, Maria Helena; STUMPF, Ida Regina. O debate retomado: conflitos e convergências entre comunicação e informação. **Intexto**, n. 34, p. 11-27, 2015.

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

ZERFASS, Ansgar et al. Strategic communication: Defining the field and its contribution to research and practice. **International Journal of Strategic Communication**, v. 12, n. 4, p. 487-505, 2018.