



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO**

QUESIA SILVA DO CARMO

**QUEM PRECISA DO FEMINISMO?:
PEDAGOGIAS E NARRATIVAS FEMINISTAS NO TUMBLR**

Salvador

2017

SIBI/UFBA/Faculdade de Educação – Biblioteca Anísio Teixeira

Carmo, Quesia Silva do.

Quem precisa do feminismo? [recurso eletrônico] : pedagogias e narrativas feministas no Tumblr / Quesia Silva do Carmo. - Dados eletrônicos. - 2017.

1 CD-ROM : il. ; 4 3/4 pol.

Orientador: Prof. Dr. Edvaldo Souza Couto.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal da Bahia. Faculdade de Educação, Salvador, 2017.

1. Feminismo. 2. Redes sociais on-line. 3. Tumblr (Recurso eletrônico). 4. Feminismo e educação. 5. Estudos feministas. 6. Cibercultura. I. Couto, Edvaldo Souza. II. Universidade Federal da Bahia. Faculdade de Educação. III. Título.

CDD 305.42 – 23. ed.

QUESIA SILVA DO CARMO

**QUEM PRECISA DO FEMINISMO?
PEDAGOGIAS E NARRATIVAS FEMINISTAS NO TUMBLR**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação, Faculdade de Educação, Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Educação.

Orientador: Prof. Dr. Edvaldo Souza Couto

Salvador
2017

QUESIA SILVA DO CARMO

**QUEM PRECISA DO FEMINISMO?:
PEDAGOGIAS E NARRATIVAS FEMINISTAS NO TUMBLR**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação,
Faculdade de Educação, Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial
para obtenção do grau de Mestre em Educação.

Banca examinadora

Prof. Dr. Edvaldo Souza Couto – Orientador _____
Universidade Federal da Bahia

Prof. Dra. Andréia Maria Pereira de Oliveira _____
Universidade Federal da Bahia

Prof. Dra. Claudia Andrade Vieira _____
Universidade do Estado da Bahia

Salvador, 3 de abril de 2017

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente aos meus pais por sempre terem priorizado a minha educação e bem estar apesar das dificuldades financeiras. É graças a eles que cheguei até aqui. Ao meu parceiro de vida Denis, minha companhia de todas as horas e que tem me dado força e apoio desde o fim da minha graduação.

Aos meus amigos *pédants anonymes* por encherem minha vida de alegria e amor com suas amizades. Aline, Varão, José, Roberto e Jansen: eu amo vocês.

Ao meu orientador Edvaldo que vem me guiando nessa jornada acadêmica desde 2011 e que acreditou em mim até aqui.

A todos os membros do GEC que me acolheram como uma família desde o PIBIC e com os quais aprendi bastante durante esses anos.

Às professoras Bonilla e Salete por sempre terem sido uns amores comigo e também pelas broncas quando eu merecia.

Aos amigos que fiz no GEC, Handherson, Julio, Danillo, Giulia, e outros que me deram energia e incentivo tanto com conversas pelos corredores quanto com boas ideias e opiniões para o andamento da minha pesquisa.

Ao meu espanhol favorito Juan que quando eu estava desacreditada e desanimada com o andamento da pesquisa me deu bronca e força para continuar e me fazer enxergar que eu podia sim fazer algo bom e que valesse à pena.

À CAPES.

A todos vocês e aos que não foram citados, mas ajudaram direta ou indiretamente na minha pesquisa: muito obrigada!

DO CARMO, Quesia Silva. **QUEM PRECISA DO FEMINISMO?**: Pedagogias e narrativas feministas no Tumblr. 92f. 2017. Dissertação (Mestrado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2017.

RESUMO

Houve nos últimos anos um incremento do ativismo nas redes sociais na internet. Cada vez mais pessoas utilizam desses espaços virtuais para aprender, divulgar e discutir diversos temas relacionados à política, injustiças, preconceitos e opressões. As redes têm sido também locais de formação para movimentos sociais, sendo o movimento feminista um dos que mais vem se destacando no ciberespaço ultimamente. As feministas em rede tem utilizado diversas estratégias de visibilidade, sendo uma delas o compartilhamento de narrativas pessoais. Essa visibilidade tem permitido o crescimento do número de mulheres autodeclaradas feministas e que publicam diariamente narrativas feministas na rede. Um dos sites de redes sociais mais populares, principalmente entre os jovens, e que possui um grande número de conteúdo feminista, é o Tumblr e, por isso, ele foi escolhido como campo empírico de análise. Tendo isso em vista, o problema da pesquisa foi: como o feminismo tem sido disseminado no Tumblr e que pedagogias ele cria? A dissertação teve como objetivo discutir como o feminismo tem sido disseminado em rede e que tipos de pedagogias ele cria a partir da análise de narrativas de blogs autodeclarados feministas no Tumblr. O método utilizado foi o da pesquisa qualitativa, de cunho descritivo e analítico e o formato da dissertação seguiu o modelo *multipaper*. Dentre outros aspectos a pesquisa verificou que as redes sociais tem sido um espaço de prática de uma pedagogia crítica feminista, onde seus membros consomem produtos da indústria cultural de massa mas, ao mesmo tempo, os criticam, denunciam e reivindicam melhores representações para as minorias.

Palavras-chave: redes sociais; tumblr; feminismo; pedagogias culturais; cibercultura.

DO CARMO, Quesia Silva. **WHO NEEDS FEMINISM?:** Feminist narratives and pedagogies on Tumblr. 92f. 2017. Dissertação (Mestrado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2017.

ABSTRACT

In recent years there has been an increase in online activism. More and more people have been using those virtual spaces to learn, propagate and discuss plenty of themes concerning politics, injustice, prejudice and oppression. Social networks have also been used as learning environments for social movements, feminism being one of the most prominent nowadays in cyberspace. Feminists online have been using numerous visibility strategies, and personal narrative is one of them. Such visibility enables the increasing number of self-identified feminist women who share their feminist narratives online every day. Up to the end of the research period, Tumblr was one of the most popular social networks platforms, specially among young people. The website has a massive amount of feminist narratives and that's the reason why it was chosen as the empirical field of analysis. Considering this, the problem was: how has feminism been spread on Tumblr and which pedagogies does it create? The research aims at understanding how feminism is spread online and which pedagogies it creates by analyzing the narratives of self-identified feminist blogs on Tumblr. The methodology used was qualitative, descriptive and analytical and the thesis followed the multipaper format. Among other aspects, the research revealed that social networks have been spaces of critic feminist pedagogy practice, in which its members consume mass cultural industry products while criticizing, denouncing and fighting for better representation for minorities.

Keywords: social networks; tumblr; feminism; cultural pedagogies; cyberculture.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	8
1.1	OBJETIVOS.....	10
1.1.1	Objetivo geral.....	10
1.1.2	Objetivos específicos.....	10
1.2	O TUMBLR.....	10
1.3	PEDAGOGIAS CULTURAIS, PEDAGOGIAS FEMINISTAS E NARRATIVAS DO EU.....	13
1.3.1	Pedagogias culturais.....	14
1.3.2	Pedagogias feministas.....	15
1.3.3	As narrativas do eu.....	15
1.4	JUSTIFICATIVA.....	16
1.5	PERCURSO METODOLÓGICO.....	17
1.5.1	Imersão.....	18
1.5.2	Seleção dos perfis.....	19
1.5.3	Construção de dados.....	20
1.5.4	Análise dos dados.....	20
1.5.5	Estrutura da dissertação.....	21
1.6	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	22
2	ARTIGO 1 - #PRIMAVERADASMULHERES: O FLORESCER DO FEMINISMO NAS REDES SOCIAIS.....	24
3	ARTIGO 2 - REDES SOCIAIS E FEMINISMO: O CAMPO DISCURSIVO DE AÇÃO FEMINISTA NO TUMBLR.....	41
4	ARTIGO 3 - AS ESTRATÉGIAS DE VISIBILIDADE DE BLOGS FEMINISTAS NO TUMBLR.....	57
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	75
6	REFERÊNCIAS.....	78

1. INTRODUÇÃO

As redes sociais de internet (RSI) são uma das máximas da vida contemporânea. Graças ao surgimento da Web 2.0 qualquer usuário conectado à *World Wide Web* pode compartilhar e acessar os conteúdos que bem entende a qualquer momento. Além de gerar mudanças técnicas e práticas no dia a dia, essa nova dinâmica que surge à partir da facilidade ao acesso à informação gera também novos modos de ser e se educar.

Isso é possível através do compartilhamento cada vez maior dos mais diversos tipos de narrativas em rede que estão intimamente ligadas ao advento de outras pedagogias. Essas pedagogias têm alterado aos poucos o social, o econômico e o político, acarretando no surgimento e/ou desenvolvimento dos mais diversos movimentos em rede, sendo um exemplo que merece destaque, o feminismo, que se torna o objeto de pesquisa.

Um bom ponto de partida para entender o papel das narrativas presentes na rede na criação de pedagogias, e nesse caso, pedagogias feministas, pode ser percebido através da campanha *Who Needs Feminism*, que se tornou viral na rede em 2012, e cuja tradução, *Quem Precisa do Feminismo*, se torna o título da pesquisa.

A campanha surgiu a partir de um projeto criado por estudantes do curso intitulado *Mulheres na Esfera Pública*, da Universidade de Duke, nos Estados Unidos, e no qual eram discutidos temas como abuso sexual no *campus*, controle de natalidade, preocupações sobre combinar carreira e obrigações familiares, dentre outros tópicos que concernem à vida de muitas mulheres na atualidade.

Entretanto, fora das aulas, era extremamente trabalhoso abordar tais temas. As estudantes que tentavam abordá-los eram chamadas de “feministas odiadoras de homem” e se fazia impossível manter qualquer diálogo¹. Percebeu-se então, como a palavra “feminista” estava carregada de estereótipos, preconceitos e carga negativa, fazendo-se necessária uma reeducação daquelas pessoas sobre o que era de fato feminismo e por que ele era importante.

Mas como seria feita essa reeducação? Com aulas? Palestras? Cursos? Nada disso. A ideia das estudantes foi de utilizar as redes sociais a seu favor. Elas criaram páginas no Facebook e no Tumblr, assim como uma *hashtag* no Twitter, em que carregavam placas com

¹ Mais informações sobre o início do projeto e sua repercussão podem ser encontradas em artigo escrito pela professora que ministrou a disciplina citada para essas estudantes, disponível em: <http://www.csmonitor.com/Commentary/Opinion/2012/0823/After-Todd-Akin-comments-Why-women-and-men-still-need-feminism>> Acesso em: 12 mar. 2016

razões curtas e objetivas do porquê elas precisavam do feminismo, seguindo o modelo da Figura 1, a primeira imagem da campanha publicada na rede e cuja tradução é “Eu preciso do Feminismo porque planejo ter simultaneamente filhos e uma carreira”.

Figura 1 - Estudante da Universidade de Duke²



Fonte: Tumblr (<http://whoneedsfeminism.tumblr.com>)

Logo, a campanha se tornou viral na rede, ganhando diversos seguidores e incentivando iniciativas similares. Pessoas do mundo todo passaram a colaborar com fotos suas segurando placas que justificavam o seu feminismo, e dessa forma, muitos puderam finalmente enxergar problemas enfrentados pelas mulheres na nossa sociedade que nunca notaram ou refletiram a respeito.

No fim das contas, além de iniciar um debate sobre feminismo dentro de sua universidade através das redes sociais, essas estudantes conseguiram gerar uma onda de debates ao redor do mundo. A partir do projeto, diversas garotas desenvolveram uma consciência do que é feminismo e acabaram por se declarar feministas. Nota-se, a partir disso, como as redes sociais se tornaram ambientes pedagógicos que geram novas formas de educar e de ser educado.

Quem Precisa do Feminismo é apenas um exemplo de como as redes tem sido um ambiente de florescimento de pedagogias e ativismos feministas. Essas pedagogias emergentes estão extremamente ligadas às narrativas encontradas nas RSI. O número de ativistas e pessoas conscientes quanto aos problemas sociais tem crescido, em grande parte, graças a essas novas pedagogias.

Nesse contexto, o feminismo tem ganhado força, e tem crescido o número de mulheres autodeclaradas feministas e que publicam diariamente narrativas feministas na rede. Um dos

² A imagem pode ser também acessada pelo QR code ao lado.

sites de redes sociais mais populares até o momento em que a pesquisa foi feita, principalmente entre os jovens, e que possui um grande número de conteúdo feminista, é o Tumblr e, por isso, ele foi escolhido como campo empírico de análise.

Tendo em vista essas considerações, o problema da pesquisa foi: como o feminismo tem sido disseminado no Tumblr e que pedagogias ele cria?

Outras perguntas norteadoras foram:

- Qual(is) a(s) concepção(ões) de feminismo presentes no Tumblr?
- Quais as novidades trazidas pelas RSI para uma luta e educação feminista?
- Quais os temas feministas mais populares no Tumblr?
- Quais as estratégias de visibilidade utilizadas pelos perfis feministas no Tumblr?

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo geral

Compreender como o feminismo tem sido disseminado em rede e que tipos de pedagogias ele cria a partir da análise de narrativas de blogs autodeclarados feministas no Tumblr.

1.1.2 Objetivos específicos

- Discutir usos de narrativas online a partir da análise da campanha *Who Needs Feminism*.
- Identificar os temas feministas mais recorrentes nesses blogs.
- Identificar e analisar as estratégias de visibilidade utilizadas pelos blogs selecionados.

1.2 O TUMBLR

Criado em 2007 por David Karp e, atualmente, composto por 333 milhões de blogs e disponível em 17 idiomas³, o Tumblr é uma plataforma que une características de rede social e de blog tradicional. Sua principal característica de blog é a possibilidade de criação de uma página pessoal personalizada para cada usuário em que as postagens aparecem em ordem cronológica da mais recente para a mais antiga. E o que a diferencia das demais plataformas de blog, é a presença de uma linha do tempo, similar a de redes sociais como Facebook e

³ Fonte do próprio site, disponível em: <<https://www.tumblr.com>>. Acessado em: 23 jan. 2017.

Twitter em que o conteúdo dos blogs seguidos aparecem e podem ser curtidos e/ou compartilhados na sua página pessoal.

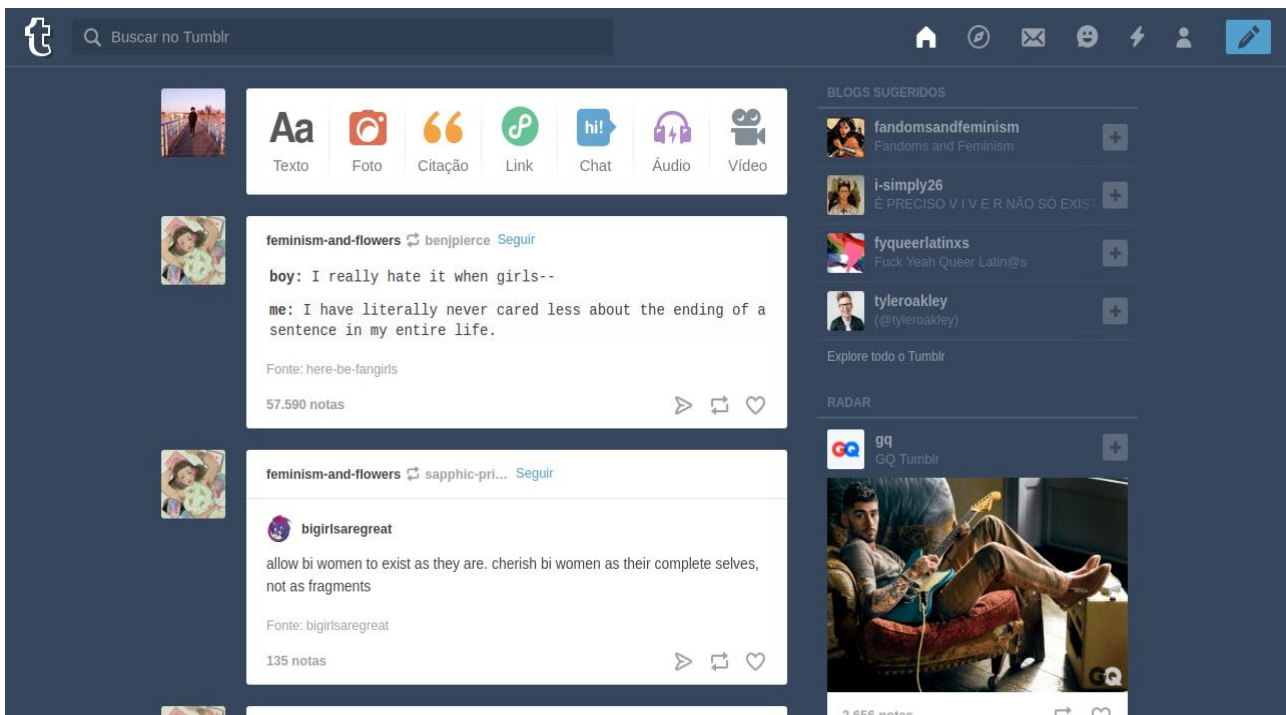
O Tumblr pode ser acessado tanto através de desktops, quanto por dispositivos móveis como *tablets* e *smartphones*, possuindo um *design* minimalista e prático. Ele também segue a mesma tendência das demais grandes redes sociais, permitindo integrações com diversas ferramentas e dispositivos como Facebook, Twitter, Flickr, Spotify e WordPress, em que o conteúdo dessas redes pode ser publicado no Tumblr e vice-versa.

Para fazer parte do Tumblr só é necessário inserir um e-mail válido, o nome de usuário de sua preferência (e que ainda não tenha sido utilizado por ninguém) e uma senha. Pronto. Sua conta já está criada. Também vale à pena ressaltar, que toda vez que se faz *login* no Tumblr, uma nova imagem disponível no site aparece no *background*, com os devidos créditos ao blog que fez a postagem original, demonstrando que há uma valorização do conteúdo compartilhado pelos membros da rede.

No Tumblr, assim como no Twitter, não é necessário haver uma associação mútua entre membros para que tenham um acesso ao blog do outro. É possível seguir qualquer usuário sem precisar de autorização prévia e vice-versa. Os laços são, portanto, constituídos a partir da identificação com o que se é publicado e não necessariamente a partir de relações anteriores ou offline com o dono ou dona do blog.

A linha do tempo do Tumblr (Figura 2) é bastante interativa, onde pode-se ver o conteúdo publicado pelos blogs seguidos na medida que se desce a página, ao mesmo tempo que a própria rede sugere novas páginas a partir dos interesses detectados no topo do lado esquerdo. Logo abaixo das sugestões de blogs, é mostrado um radar com publicações populares fora do círculo de páginas seguidas. Dessa forma o Tumblr mantém seus membros sempre atualizados de possíveis interesses e também do que anda sendo compartilhado em toda a rede.

Figura 2 - Linha do tempo do Tumblr



Fonte: Tumblr (www.tumblr.com)

Em relação às postagens, o Tumblr permite o compartilhamento de diversas mídias sendo elas: texto, foto, citação, link, chat, áudio ou vídeo (Figura 3). Segundo Juliana Santana, em sua dissertação sobre apologia à anorexia no Tumblr, apesar de todas essas opções disponíveis, o grande sucesso dessa rede está “no compartilhamento de imagens e textos curtos, aos quais se associam palavras (*tags* ou marcadores), que facilitam encontrar publicações sobre um determinado assunto, e até mesmo segui-los para acompanhar as atualizações dos tópicos de interesse” (SANTANA, 2016, p. 72).

Figura 3 - Tipos de mídia compartilháveis do Tumblr



Fonte: Tumblr (www.tumblr.com)

Essa variedade de utilidades facilita a visualização e compartilhamento de informação, tornando o Tumblr o local ideal para procurar informações sobre um determinado tema através das *hashtags*. Devido a essas facilidades, o Tumblr, para muito além do puro

entretenimento, vem sendo também usado para conscientização em relação a diversas causas sociais. Através do compartilhamento massivo de postagens sobre temas como machismo, racismo e homofobia, o ativismo de justiça social se torna uma das características principais da rede e de seus membros. Segundo matéria escrita por Valeriya Safronova para o *The New York Times* em dezembro de 2014:

There are more than 215 million blogs on Tumblr and, according to comScore, an analytics company, 50 percent of Tumblr users are from 15 to 34 years old. The company's internal surveys show that 64 percent of users say that they care about social causes and look into them on Tumblr. These numbers suggest that millennials, who have long been pigeonholed as an apathetic bunch, have a strong interest in social issues — it's just hidden from the eyes of their elders⁴ (SAFRONOVA, 2014).

Se tornam nítidas as potencialidades educacionais da rede à medida que várias pessoas, principalmente jovens, se informam sobre determinados temas e passam a se engajar fortemente em suas causas. O que é percebido através, não apenas da grande quantidade de compartilhamento de material educacional sobre questões sociais, mas também na criação de novos conteúdos por parte de seus membros.

Para Chris Priestman (2016), o Tumblr é arquitetado de forma que os conteúdos e ideias se espalham facilmente e a todo momento pessoas dos mais diversos lugares do mundo se deparam com ideias de outras pessoas de outros lugares com as quais elas normalmente não teriam contato, o que gera um fluxo incrível de novas ideias. Essa simbiose de ideias no ciberespaço é intitulada por Pierre Lévy (2003) de inteligência coletiva, que pode ser perfeitamente observada em redes sociais como o Tumblr.

Tendo essas informações em vista, o Tumblr nessa pesquisa é analisado como uma rede social em que interações e narrativas engajadas com questões sociais como machismo, racismo e homofobia ocorrem. Tal análise se faz necessária para auxiliar no entendimento de um quadro mais geral dos movimentos sociais emergentes na sociedade em rede (CASTELLS, 2005) e na cibercultura (LÉVY, 1999).

1.3 PEDAGOGIAS CULTURAIS, PEDAGOGIAS FEMINISTAS E NARRATIVAS DO EU

⁴ Existem mais de 215 milhões de blogs no Tumblr e, de acordo com a comScore, uma companhia de análise, 50% dos usuários do Tumblr tem de 15 a 34 anos. Pesquisas internas da companhia mostram que 64% dos usuários dizem que se importam com causas sociais e procuram por elas no Tumblr. Esses números sugerem que a geração Y, que há tempos vem sendo caracterizada como um grupo apático, possui um forte interesse em questões sociais - isso está apenas escondido dos olhos dos mais velhos (tradução minha).

Os três conceitos chave que permearam a pesquisa e nos quais as análises foram estruturadas são os de pedagogias culturais, pedagogias feministas e narrativas do eu. Portanto se faz necessária contextualização de cada um deles para um maior entendimento dos elementos teóricos de base da pesquisa.

1.3.1 Pedagogias culturais

Com a emergência do ciberespaço e o trânsito constante entre online e offline, pode-se estar presente em diversos lugares ao mesmo tempo através da internet. Nesse mundo envolto pelas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) e pelo *always on* (SANTAELLA e LEMOS, 2010), as mudanças são cada vez mais incisivas, e cresce o número de pedagogias para corresponder às novas necessidades (CAMOZZATO e COSTA, 2013).

Essa multiplicação de espaços e tempos na contemporaneidade altera o modo como os sujeitos são constituídos e como se percebem. Ao considerar a pedagogia como o “conjunto de saberes e práticas postas em funcionamento para produzir determinadas formas de ser sujeito” (CAMOZZATO e COSTA, 2013, p. 26), afirmamos que no mundo moderno existem múltiplas pedagogias. Os espaços de aprendizagem também passam a ser múltiplos e não apenas o ambiente escolar, pois, é considerado dispositivo pedagógico “qualquer lugar no qual se aprendem ou se modificam as relações que o sujeito estabelece consigo mesmo” (LARROSA, 1994, p. 57).

Com essa expansão do conceito de pedagogia e espaços de aprendizagem, os artefatos culturais midiáticos como rádio, jornal, televisão, cinema e, claro, as redes sociais, são considerados criadores e disseminadores de pedagogias específicas, chamadas aqui de pedagogias culturais. Isso acontece porque a mídia não é apenas uma veiculadora de informação, ela é também “produtora de saberes e formas especializadas de comunicar e de produzir sujeitos, assumindo desse jeito uma função nitidamente pedagógica” (FISCHER, 1997, p. 61).

Uma das questões centrais das pedagogias culturais é a representação dos sujeitos na mídia e como elas servem de modelos para como devemos pensar e agir (KELLNER, 2001, 2008). “A representação inclui as práticas de significação e os sistemas simbólicos por meio dos quais os significados são produzidos, posicionando-nos como sujeito. É por meio dos significados produzidos pela representação que damos sentido à nossa experiência e àquilo

que somos” (WOODWARD, 2007, p. 17). E dentre as representações mais comuns na mídia estão as representações de gênero.

1.3.2. Pedagogias feministas

Considerando os artefatos culturais enquanto disseminadores de ideologias e pedagogias, aprendemos através das mídias sobre os papéis de gênero, ou seja, como as pessoas devem se comportar a partir do seu sexo biológico. Os papéis de gênero são baseados em uma hierarquia que coloca as mulheres em um local de subordinação em relação aos homens, portanto, uma desconstrução dessa hierarquia e de suas conseqüentes representações na mídia e na sociedade é um dos objetivos da luta feminista e de suas pedagogias.

As pedagogias feministas são aqui entendidas como “o conjunto de princípios e práticas que objetivam conscientizar indivíduos [...] da ordem patriarcal vigente em nossa sociedade, dando-lhes instrumentos para superá-la” (SARDENBERG, 2011, p. 20). Seu principal objetivo é libertar homens e mulheres das amarras das hierarquias de gênero, e a partir disso, gerar a construção de uma sociedade em que haja equidade entre os sexos (SARDENBERG, 2011).

Tanto as pedagogias culturais quanto às feministas têm origem nas pedagogias críticas, “um conjunto de teorias e práticas educativas e de aprendizado, formuladas para propiciar a conscientização dos educandos quanto às condições de opressão em que vivem” (SARDENBERG, 2011, p. 20). Porém, o que diferencia as pedagogias feministas das demais pedagogias críticas, como as de Paulo Freire, é o foco nas questões de gênero, enquanto Freire focava nas diferenças econômicas.

Uma das estratégias pedagógicas feministas, utilizada desde os anos 60, é a formação de grupos de reflexão ou de autoconsciência, geralmente pequenos e informais, em que mulheres compartilham suas experiências de vida umas com as outras. Ao descobrir que suas experiências não são isoladas, transforma-se o individual em coletivo, constituindo, dessa maneira, a base do movimento feminista (ALVES; PITANGUY, 1985).

1.3.3 As narrativas do eu

Hoje em dia, qualquer pessoa pode narrar suas histórias e compartilhá-las através da internet (SIBILIA, 2008). Nos deparamos a todo momento com uma imensa quantidade de

narrativas pessoais nas redes, dos mais diversos tipos, e “independente de serem verdadeiras, falsas ou fantasiosas, as muitas narrativas de si são expressões reais, ao menos, dos verdadeiros desejos desses sujeitos” (COUTO, 2015, p. 175).

Essas narrativas do eu podem ser tanto sobre fatos ocorridos com o sujeito, quanto opiniões sobre os mais diversos temas. Portanto, ao compartilhar uma opinião política, se expõe o que se acredita, e fazendo as crenças parte do que somos e das nossas identidades, uma narrativa política é também uma narrativa de si.

Narrativas ou histórias sempre foram muito importantes para manter as pessoas unidas em uma organização, pois elas podem exprimir o sentido de identidade e pertencimento – elas são capazes de dizer quem somos, porque estamos juntos e o que nos faz diferentes dos outros. Elas podem igualmente comunicar um sentido de causa, propósito e missão, exprimindo objetivos, métodos e disposições culturais – o que acreditamos, o que queremos fazer e como.” (MALINI; AUTOUN, 2013, p. 74)

Quando pensamos no papel dessas novas narrativas na perspectiva das pedagogias culturais e feministas o debate se torna ainda mais produtivo, pois, é necessário lembrar que ainda estamos cercados pelas representações hegemônicas das narrativas midiáticas como a TV e o cinema que divulgam e ensinam determinados modos de ser em relação aos gêneros.

Sendo assim, redes sociais como o Tumblr nos fornecem narrativas e representações alternativas. Chegando algumas delas a inclusive questionar e exigir uma melhor representação da mulher e de minorias na mídia de massa.

Tendo tudo isso em vista, se faz importante analisar as narrativas feministas nas redes para compreender como tem se dado esse movimento e como ele tem atingido e sido assimilado pelas pessoas conectadas.

1.4 JUSTIFICATIVA

A delimitação do Tumblr como campo empírico de análise, se deu pelo fato de nele haver uma produção considerável de postagens sobre causas sociais, incluindo narrativas feministas. Além disso, cada membro pode personalizar sua página do jeito que bem entender, não havendo um padrão de perfis, como no Facebook, possibilitando uma maior liberdade quanto à produção de conteúdo e o próprio *layout* da página.

Outro parâmetro para a escolha foi a baixa produção acadêmica em relação à rede social. Procurando-se pelo Tumblr no banco de dissertações e teses da CAPES⁵, não encontrei

⁵ www.bancodeteses.capes.gov.br

nenhuma pesquisa cujo tema tenha sido essa rede social. Já no Google Acadêmico⁶, em português, encontrei apenas sete artigos (três da área de educação escolar, três de linguística e um de jornalismo), duas monografias (uma de jornalismo e outra de biblioteconomia) e duas dissertações, ambas da área de educação, envolvendo a rede social. Essas dissertações da área focavam no uso do Tumblr por professores do Ensino Fundamental e Médio como ferramenta auxiliar no ensino de seus componentes curriculares na escola. O meu estudo busca sair do espaço escolar e adentrar no âmbito cultural através do que é compartilhado no Tumblr, o que não encontrei em nenhuma pesquisa da área de educação.

Percebe-se uma supervalorização da educação escolar, como se fosse a mais importante e única instituição com legitimidade para educar. Sendo necessário voltar-se o olhar também para as pedagogias culturais, pois, “existe pedagogia em qualquer lugar em que o conhecimento é produzido, em qualquer lugar em que existe a possibilidade de traduzir a experiência e construir verdades” (GIROUX e MCLAHEN, 1995, p. 144).

Pensando no Tumblr como uma rede social jovem, onde três em cada quatro usuários tem menos de 35 anos, sendo 40% da comunidade formada por pessoas com menos de 25 anos⁷, esse estudo se fez relevante a partir do momento em que

[...] as condições através das quais a juventude tenta se narrar a si mesma devem ser compreendidas dentro do contexto de suas lutas e de uma linguagem comum sobre seu papel ativo nessas lutas, de forma a apontar para um projeto de esperança e possibilidade. É precisamente esta linguagem da diferença, da especificidade e da possibilidade que está faltando na maior parte das tentativas de reforma educacional (GIROUX, 2011, p. 96)

A escolha do Tumblr como campo empírico de análise se deu por considerá-lo parte de um contexto maior, onde diversas redes sociais digitais interligadas se tornam espaço de militância feminista e, também, onde essas narrativas circulam. Dessa maneira, compreender como o feminismo se dá no Tumblr é compreender também, em parte, como ele ocorre nas redes sociais como um todo.

1.5 PERCURSO METODOLÓGICO

A pesquisa foi desenvolvida por meio de uma metodologia qualitativa, de caráter exploratório, descritivo e analítico. Uma pesquisa qualitativa “visa uma compreensão

⁶ www.scholar.google.com.br

⁷ Fonte: GlobalWebIndex. Disponível em: <<http://www.globalwebindex.net/blog/3-in-4-tumblr-users-aged-under-35>>. Acesso em: 16 ago. 2016.

aprofundada e holística dos fenômenos em estudo e, para tanto, os contextualiza e reconhece seu caráter dinâmico, notadamente na pesquisa social” (FRAGOSO et al, 2011, p. 67).

Essa escolha se deu pois uma abordagem qualitativa se preocupa com “as ciências sociais em um nível de realidade que não pode ser quantificado, trabalhando com o universo de crenças, valores, significados e outros construtos profundos das relações que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis” (MINAYO, 2007, p. 22).

A descrição dos dados é uma das bases da pesquisa qualitativa, e a análise que surge a partir da reflexão em torno dos dados gera a interpretação do objeto estudado por parte do pesquisador. Sendo assim, a pesquisa descritiva é também analítica, uma vez que esta “[...] procura descobrir, com a precisão possível, a frequência com a qual um fenômeno ocorre, sua relação e conexão com os outros, sua natureza e características, correlacionando fatos ou fenômenos sem manipulá-los” (CERVO; BERVIAN, 1996, p. 49).

Além disso, houve influência da teoria fundamentada, cuja ideia central “é, justamente, aquela em que a teoria deve emergir dos dados, a partir de sua sistemática observação, comparação, classificação e análise de similaridades e dissimilaridades” (FRAGOSO et al, 2011, p. 83). Pois entendo a importância da análise dos dados para a construção da teoria, evitando manipulá-los para que comprovem hipóteses pré-concebidas do pesquisador.

Tendo isso em vista, a pesquisa se dividiu em cinco etapas, sendo elas: imersão, seleção dos perfis, construção dos dados, análise de dados e escrita da dissertação.

1.5.1 Imersão

Sou membro do Tumblr desde 2010, conhecendo bem suas dinâmicas e transformações de interface ao longo dos anos. Justamente por isso criei um perfil novo na rede para fazer a pesquisa, uma vez que o Tumblr sugere conteúdo a partir dos gostos de seus membros.

Ou seja, minha pesquisa por perfis feministas traria nos resultados perfis feministas que postam o tipo de conteúdo que eu gosto e que se alinham a minha posição política, e não era isso que queria para a pesquisa.

Queria ter uma visão mais geral do que é feminismo na rede, não me limitando ao tipo de feminismo que eu acredito e apoio. Portanto, criando um novo perfil e pesquisando por “feminismo” na caixa de busca, me deparei com os perfis mais populares e com publicações

mais recentes com resultados menos tendenciosos para com os meus gostos pessoais. Após a busca por blogs feministas segui os 100 primeiros resultados e sugestões.

1.5.2 Seleção dos perfis

A segunda etapa da pesquisa constou na seleção dos perfis a serem analisados, a partir dos critérios de assiduidade e relevância das postagens.

Considerei como assíduos os perfis ativos que postavam com mais frequência em relação aos demais blogs. A relevância se deu a partir da quantidade de postagens de cunho feminista feitas pelo blog, pois alguns apareceram na busca por possuírem um título feminista, ou por terem postagens feministas antigas populares, mas não mais o faziam.

Dessa forma, cheguei a um número de dez perfis ativos e os observei durante o mês de maio de 2016. Embora pareça um número pequeno, na pesquisa qualitativa “o número de componentes da amostra é menos importante que sua relevância para o problema de pesquisa, [...] conforme apresentem as características necessárias para a observação, percepção e análise das motivações centrais da pesquisa” (FRAGOSO et al, p. 67).

Após a seleção, utilizei a técnica de observação encoberta, “pois, nesse tipo de observação, o pesquisador apenas observa o seu campo de estudo, sem que os sujeitos observados saibam que estão sendo estudados” (LASTA e BARICHELLO, 2013, p. 253). Essa escolha se deu para que os perfis não mudassem suas dinâmicas de compartilhamento e interação cotidianas ao saberem que estavam sendo observados para fins de pesquisa. Ao seguir esses blogs, fui entendida por eles como mais um de seus seguidores na rede, não alterando assim suas formas de compartilhar de costume.

Do ponto de vista ético, levei em consideração que, ao se filiarem ao Tumblr, os membros concordaram com seus termos de uso, dando assim acesso para qualquer outro membro da rede ao que publicam. Ademais, como no Tumblr há um sistema de blogs em que o que importa é o conteúdo postado, a grande maioria dos membros não se identifica com seus nomes de registro, mas sim com os mais diversos títulos e fotos não-pessoais, fazendo com que a pessoa por trás do blog não seja exposta e sim, os conteúdos que compartilham. Portanto, a pesquisa foi eticamente viável.

Durante esse período de um mês, observei os padrões e as particularidades das narrativas, os temas mais recorrentes, as principais estratégias de visibilidade, como se davam

as discussões, as potencialidades da rede e as características dos movimentos sociais online a partir das narrativas nela contidas.

1.5.3 Construção de dados

A terceira etapa da pesquisa foi a construção de dados, que consistiu em salvar as postagens que considerei mais relevantes através de *screenshots*⁸ utilizando o aplicativo Awesome Screenshot⁹ e armazenando-as em pastas individuais para cada usuário em meu computador para consultas posteriores.

1.5.4 Análise dos dados

Levando-se em consideração que “os dados não falam por si mesmos” (BAUER et al, 2008, p. 24), foi necessária uma interpretação dos dados obtidos, sendo feita então uma análise de conteúdo (AC), que constituiu a quarta etapa. A AC é um conjunto de técnicas de análise das comunicações que visa “obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção [...] destas mensagens” (BARDIN, 1977, p. 42).

A análise de conteúdo me auxiliou a entender o contexto da rede social estudada, considerando-o a junção de fonte e público (BAUER, 2008). Transferindo tais conceitos para a minha pesquisa, a fonte foi o perfil analisado e o público os demais membros da comunidade a quem a mensagem foi direcionada. Sendo assim, “a AC nos permite reconstruir indicadores e cosmovisões, valores, atitudes, opiniões, preconceitos e estereótipos e compará-los entre comunidades” (BAUER, 2008, p. 192).

Também foi feito o uso da análise de conteúdo categorial (BARDIN, 1977), que pode ser temática, construindo-se as categorias conforme os temas emergem. Para classificar os elementos em categorias é necessário identificar o que eles têm em comum, para que permita-se o seu agrupamento. A codificação e a categorização fazem parte da AC e elas foram utilizadas para a análise tanto dos temas mais recorrentes nos blogs como para as suas principais estratégias de visibilidade.

⁸ Captura de tela.

⁹ <http://www.awesomescreenshot.com/>

A quinta etapa constou da utilização da análise dos dados para a emergência de um texto dissertativo a fim concluir e apresentar os resultados da pesquisa.

1.5.5 Estrutura da dissertação

A dissertação segue o formato *multipaper*, ou seja, se trata de uma coleção de artigos, adotando um formato insubordinado de dissertação (BARBOSA, 2015). Como pretendo seguir na carreira acadêmica, tal formato me permitiu familiarizar com a produção de artigos para divulgação científica. Além do mais, submetendo os artigos resultantes da minha pesquisa para periódicos científicos, os tornarei mais acessíveis, dando-lhes visibilidade e disponibilidade para demais pesquisadores.

Tal formato já tem sido amplamente utilizado em áreas como Biologia, Medicina, Física, Química, dentre outras. Na área de educação já são muitas as pesquisas que seguem esse formato. Portanto, não se trata de nenhuma inovação, mas de adotar um modo de escrita mais sintonizado com as atuais perspectivas acadêmicas que visam a divulgação das pesquisa especialmente por meio de artigos.

Pretendi em cada artigo abarcar um dos objetivos específicos, a fim de chegar ao objetivo geral. Os artigos presentes na pesquisa são os seguintes:

- *Artigo 1 - #PrimaveraDasMulheres: o florescer do feminismo nas redes sociais*: Neste artigo analiso como as narrativas do eu vêm sendo utilizadas nas redes sociais de internet para promover o feminismo, tendo como objeto empírico de análise a campanha *Who Needs Feminism*. Apresento um quadro teórico sobre o tema e depois parto para a descrição da campanha e análise de como as narrativas do eu foram utilizadas nela.
- *Artigo 2 - Redes sociais e feminismo: o campo discursivo de ação feminista no Tumblr*: Aqui identifico e analiso os principais temas relativos ao feminismo compartilhados na rede social, a fim de compreender como esse campo discursivo de ação tem sido assimilado em rede.
- *Artigo 3 - As estratégias de visibilidade de blogs feministas no Tumblr*: O objetivo foi identificar, descrever e analisar as estratégias de visibilidade utilizadas pelos blogs. Utilizou-se como base teórica alguns pressupostos da Pedagogia Crítica para compreender a relação dos membros do Tumblr com os produtos da mídia de massa.

Após a apresentação dos artigos, que estão com a formatação parcialmente de acordo com as regras de cada revista já selecionada, faço algumas considerações finais e destaco as principais conclusões da investigação.

1.6 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Levando-se em consideração a fragmentação do indivíduo na contemporaneidade, as novas subjetividades, as quebras de paradigmas e as novas formas de se educar e existir no mundo, esta pesquisa se orientou pelos estudos da cibercultura aplicados à educação. E por isso, utilizei autores que se alinham a tal paradigma, criando um embasamento teórico coerente, ao colocar os conceitos para dialogar entre si.

Compreendi a rede social, os blogs analisados e o que neles foi compartilhado enquanto artefatos culturais, dando margem à utilização dos estudos culturais na educação. De acordo com essa linha teórica, as diversas instâncias sociais educam e produzem sujeitos, ampliando os estudos educacionais para além da escola. Essa educação a partir dos artefatos culturais é chamada nesses estudos de *pedagogias culturais*.

Autores dos estudos culturais como Henry Giroux, Douglas Kellner e Marisa Vorraber Costa estão comprometidos com o estudo da produção, da recepção e do uso situado de variados textos, e da forma como eles estruturam as relações sociais, os valores e as noções de comunidade, o futuro e as diversas definições do eu e, portanto, foram consultados para o entendimento dessas pedagogias.

Em relação às teorias feministas levei em consideração as definições de feminismo e do que é ser feminista dos blogs analisados, evitando utilizar uma definição pré-concebida. Essa escolha se deu devido à proposta da pesquisa de entender como o discurso feminista tem sido disseminado em rede e quais os usos que tem sido feito dessa palavra. Portanto, foi a partir dos conceitos apresentados nas publicações que procurei por teóricas feministas que os utilizassem, a fim de criar um paralelo entre eles. A partir dessa busca, me deparei com teóricas como Patricia Hill Collins, bell hooks, Angela Davis e Betty Friedan, dentre outras.

Porém, apesar de considerar principalmente o que é dito nos blogs, utilizei alguns conceitos essenciais para quando se fala de feminismo, sendo o primeiro deles, o de gênero. Sendo assim, considero gênero como “uma categoria, um meio de fazer distinções entre as pessoas, classificando-as com base em traços sexuais. [...] Ele é construído e reconstruído

dentro de uma estrutura que interage com fatores biológicos; mas não é imutavelmente controlado e contido por essa biologia” (FARGANIS, 1997, p. 233).

Além de gênero, outro conceito que utilizei nos artigos é o de patriarcado, que é o nome dado “a la distribución social jerarquizada de los sexos basada en la dominación masculina sobre las mujeres¹⁰” (FABRI, 2013, p. 30). Para ter uma noção do funcionamento do patriarcado e de como se dá a violência contra a mulher em nossa sociedade, utilizei como base as reflexões de Helleieth Saffioti em seu livro *O poder do macho*.

Quanto às questões de gênero e as novas tecnologias usei um livro organizado por Graciela Natansohn, *Internet em código feminino*, que aborda temas como a brecha digital de gênero, caracterizada pela dificuldade de mulheres em se familiarizar às tecnologias em comparação aos homens, e que foi uma peça chave para entender as intersecções entre gênero e tecnologia.

Sobre movimentos sociais e pedagógicos em rede recorri a autores fundamentais para a pesquisa como Manuel Castells, Pierre Lévy, André Lemos e Edvaldo Souza Couto que trabalham com os saberes e novas formas de fazer educação, assim como, as potencialidades da rede no incremento de movimentos sociais, de novas culturas e sociabilidades.

Para a análise da dinâmica e estrutura das Redes Sociais de Internet, me baseei nos trabalhos de Raquel Recuero e Lucia Santaella, sendo a primeira uma das principais estudiosas das RSI no Brasil, tendo escrito diversos trabalhos sobre cibercultura e conversação em rede; e a segunda, uma pesquisadora da Comunicação que analisa as redes sociais, principalmente, através da semiótica.

Por fim, mas não menos importante, no que diz respeito ao compartilhamento de experiências e narrativas pessoais em rede, me fundamentei nos escritos de Paula Sibilia e Edvaldo Souza Couto, em seus estudos sobre a exibição do eu e a busca por visibilidade nas RSI. Isso trouxe uma grande base sobre como se dão as dinâmicas e usos das narrativas de si nas redes sociais.

¹⁰ “a distribuição social hierarquizada dos sexos baseada na dominação masculina sobre as mulheres” (tradução nossa)

2. ARTIGO 1

#PRIMAVERADASMULHERES - O FLORESCER DO FEMINISMO NAS REDES SOCIAIS¹¹

Resumo

O objetivo do artigo foi analisar como as narrativas do eu vêm sendo utilizadas nas redes sociais de internet para promover o feminismo, tendo como objeto empírico de análise a campanha *Who Needs Feminism*, que se tornou viral em 2012. Trata-se de um estudo qualitativo de cunho descritivo e analítico, que primeiro apresenta um quadro teórico sobre o tema e depois parte para a descrição da campanha e análise de como as narrativas do eu foram utilizadas. O estudo concluiu que as narrativas do eu, muito mais que uma expressão do ego, são também utilizadas para dar visibilidade a uma causa, geram novas pedagogias e promovem diferentes modos de ser, festejando subjetividades.

Palavras-chave: Educação e redes sociais; Feminismo; Internet.

#WomensSpring:

The blooming of feminism on social networks

Abstract

This study aims to analyse how narratives of the self have been used on social networks to promote feminism, having the *Who Needs Feminism* campaign, that turn viral in 2012, as the empirical object. The methodology was qualitative, descriptive and analytical, presenting a theoretical framework about the subject-matter and thereafter the campaign's analysis based on how they used the narratives of the self to promote feminism. The results show that the narratives of the self, much more than narcissist expressions of the ego, are being used to make some issues visible, as well as create pedagogies and new ways of being while spreading subjectivities.

Keywords: Social networks and education; Feminism; Internet.

Introdução

No Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM) de 2015, o tema da redação era *A persistência da violência contra a mulher na sociedade brasileira*. Nunca um tema de redação

¹¹ Artigo segundo as normas da revista Cadernos de Educação da UFPel. Disponível em: <<https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/caduc>>. Acesso em 9 mar. 2017.

do ENEM gerou tanta polêmica. Foi questão de minutos até que a internet entrasse em frenesi com seu anúncio. Muitos comemoraram. Muitos se indignaram. Diferentemente das edições anteriores, o posicionamento só poderia ser um: contrário à violência. Esse pode parecer um acontecimento qualquer, mais uma polêmica que tomou conta das redes sociais por alguns dias, porém, tal episódio trouxe visibilidade ao que feministas discutem há décadas, e que tem sua difusão ampliada hoje, principalmente, por conta das redes sociais digitais.

Ainda no mês da realização do ENEM, várias mulheres se abriram em relação a um tema bastante delicado e difícil, compartilhando suas experiências de abuso sexual nas redes sociais através da *hashtag* #primeiroassedio. A campanha foi motivada após a estreia da versão infantil do *reality-show* MasterChef, quando inúmeros *tweets* fazendo apologia à pedofilia voltados a uma das participantes tomaram conta do Twitter através da *hashtag* #MasterChefBR.

Tais *tweets* escancaravam uma triste realidade brasileira: o assédio sexual de crianças e adolescentes. Não se tratava apenas de um caso isolado, mas de algo extremamente corriqueiro. Quantos casos de crianças, principalmente meninas, abusadas sexualmente por adultos, não vêm à tona todos os dias nos canais de notícias? Isso posto, a campanha #primeiroassedio visou tornar público e visível um tema que ainda é tabu, mas que precisa ser exposto e discutido para ser combatido.

Ainda nos meses de outubro e novembro de 2015, ocorreram, em diversas partes do Brasil, manifestações de mulheres contra um projeto de lei que objetivava dificultar o acesso ao aborto legal para vítimas de estupro. Essas manifestações foram mobilizadas através de redes sociais digitais como o Facebook, a fim de mostrar a indignação de várias mulheres com esse retrocesso em relação aos seus direitos. Graças a essas campanhas impulsionadas por *hashtags*, e algumas consequentes manifestações pelo país, alguns jornalistas já falam em uma Primavera das Mulheres no Brasil, em comparação à Primavera Árabe de 2011, que mobilizou milhares de pessoas em alguns países árabes contra seus governos ditatoriais, e cuja organização se deu com a ajuda das redes sociais digitais.

Apesar de, aparentemente, só estarem chamando a atenção dos grandes meios de comunicação agora, esse tipo de manifestação de mulheres impulsionada pelas redes sociais não é algo novo. Em 2011, houve uma explosão de passeatas pelo mundo influenciada pela *Slut Walk*, no Canadá, sendo a Marcha das Vadias sua versão brasileira. Esse movimento surgiu como reação à declaração do policial canadense Michael Sanguinetti, quando disse em

uma palestra na Universidade de York, em Toronto, que as mulheres evitassem se vestir como putas para não serem vítimas de estupro.

Três meses depois, em abril de 2011, cerca de três mil canadenses saíram às ruas para protestar contra a violência sexual, defendendo que não se deve dizer a mulheres para não serem estupradas, mas sim, ensinar aos homens a não estuprarem. A popularização do movimento aconteceu espontaneamente, por meio das redes sociais, com pessoas do mundo todo buscando mais informações a seu respeito. No entanto, em cada país, as reivindicações atendiam também a necessidades específicas locais. Com base nisso, nota-se como as redes sociais têm sido um local propício para organização de protestos e formação de ativistas.

Buscando investigar esse quadro, o objetivo do artigo é analisar como as redes sociais digitais tem sido utilizadas para promover o feminismo, tendo como objeto empírico de análise a campanha *Who Needs Feminism*, que se tornou viral em 2012. A escolha dessa campanha específica se deu devido ao reconhecimento de seu papel como marco na utilização de *hashtags* e narrativas pessoais para divulgação e defesa da importância do feminismo nas redes sociais, gerando o primeiro contato de diversas pessoas com o movimento e se tornando um fenômeno internacional.

A primeira parte do artigo apresenta o campo teórico sobre o feminismo em rede e suas pedagogias, através de levantamento bibliográfico sobre movimentos sociais em rede, pedagogias feministas e as pedagogias das conexões. E a segunda parte consiste na análise qualitativa da campanha em si, enxergando-a como parte de um contexto maior e modelo crucial para o entendimento dos atuais movimentos feministas em rede.

O argumento principal desenvolvido é o de que as *narrativas do eu* nas redes sociais, mais do que uma mera forma de exposição e alimentação do ego, estão sendo utilizadas para dar visibilidade a uma causa maior e coletiva. Esse compartilhamento de narrativas, além de ser uma práxis pedagógica feminista, também faz parte das pedagogias das conexões, geradas a partir da cultura da colaboração.

Percurso metodológico

A pesquisa foi desenvolvida por meio de uma metodologia qualitativa, descritiva e analítica. Essa opção metodológica surge a partir do olhar sobre as redes sociais enquanto artefatos culturais, onde o *online* e o *offline* se misturam e ambos estão incorporados à vida cotidiana (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011). A princípio foi feito um levantamento

bibliográfico para a construção de um quadro teórico e em seguida uma análise qualitativa da campanha embasada por esse quadro.

Para a produção de dados foi feito um levantamento das postagens compartilhadas nos perfis da campanha no Facebook e no Tumblr¹², em inglês e português, além de pesquisas em sites de busca com as palavras-chave “who needs feminism”, “quem precisa do feminismo” e “eu preciso do feminismo porque”, uma vez que a campanha extrapolou suas redes iniciais e tomou conta da internet como um todo. Também foram observadas algumas estratégias pedagógicas e de visibilidade utilizadas pela campanha.

Levando-se em consideração que os dados não falam por si, foi necessária uma análise de conteúdo (AC) das publicações, pois, “[...] a AC nos permite reconstruir indicadores e cosmovisões, valores, atitudes, opiniões, preconceitos e estereótipos e compará-los entre comunidades” (BAUER, 2008, p. 192).

Essas escolhas visaram proporcionar uma análise de dados consistente para que o estudo empírico da campanha andasse de mãos dadas com o quadro teórico, proporcionando uma maior riqueza de ideias ao artigo.

Gênero, narrativas do eu e ativismo em rede

O ativismo em rede pode ser chamado também de ciberativismo, que se define por “ações coletivas coordenadas e mobilizadas coletivamente através da comunicação distribuída em rede interativa” (MALINI & ANTOUN, 2013, p. 20). Tais conceitos iniciados por “ciber” (ciberespaço, cibercultura, ciberativismo...), nos remetem às discussões de Donna Haraway em seu *Manifesto Ciborgue*, escrito como uma crítica ao militarismo, mas que com o tempo se tornou um clássico dos estudos sobre gênero e tecnologia. Para ela, “um ciborgue é um organismo cibernético, um híbrido de máquina e organismo, uma criatura de realidade social e também uma criatura de ficção” (HARAWAY, 2009, p.36).

Quando pensamos em nossa relação com as tecnologias digitais, as palavras de Haraway ressoam, uma vez que já não conseguimos nos separar das máquinas. Somos dependentes delas, elas estão dentro de nós, são extensões dos nossos corpos. Nossa

¹² O Tumblr é um site de rede social em formato de microblog, assim como o Twitter, porém com possibilidades de personalização muito maiores, onde cada membro possui um blog próprio com características próprias, como os blogs tradicionais, mas com o diferencial de possuir uma linha do tempo com as publicações de todos os blogs seguidos. Para mais informações, acessar a seção “O que é o Tumblr?” no próprio site da rede, disponível em: <<http://www.tumblr.com>>.

subjetividade não está mais no mais íntimo do ser, mas se encontra também no ciberespaço, publicizada e ao alcance de todos. Somos humanos, máquinas, *hardwares* e *softwares*. Não sabemos mais onde começamos e onde terminamos. Somos ciborgues.

Para Haraway (2009), o ciborgue é uma criatura pós-gênero, ele extrapola as definições clássicas de homem e mulher e qualquer outro tipo de binarismo. A autora defende que, em um mundo ciborgue, aconteceria uma fragmentação das identidades, logo, os gêneros se tornariam embaçados e ultrapassados. Conseqüentemente, nesse universo, as afinidades seriam mais importantes para as relações humanas do que categorias como gênero e raça. Haveria uma superação dos dualismos, incluindo o binário homem-mulher (COUTO, 2012). Essa teoria do pós-humano que surge com a ideia do ciborgue de Haraway, acaba sendo apropriada por algumas feministas pós-modernas, que se veem seduzidas pela ideia de rompimento com os padrões patriarcais de divisão por gênero. Para Lucia Santaella (2008), reivindicar a existência de corpos pós-humanos significaria deslocar as velhas identidades e orientações hierárquicas, patriarcais, centradas em valores masculinos.

A jornalista inglesa Laurie Penny foi uma das feministas que se sentiram extremamente atraídas pela ideia do ciborgue pós-gênero de Haraway. Em seu livro, *Cybersexism: Sex, Gender and Power on the Internet*, de 2013, ela conta sua trajetória na rede, a partir de quando começou a usar a internet em sua adolescência e a acessar fóruns de discussão. Penny estava bastante excitada com a ideia de poder ser ela mesma no ciberespaço, sem a pressão social para ser uma garota bonita e bem comportada, porém, ela logo percebeu que a internet era dominada por homens. Usuários do *4chan*¹³ declaravam não haver garotas na internet, o que a tornava um local divertido para eles compartilharem suas “coisas de homem”, quase sempre repletas de discursos misóginos.

Segundo a autora, na internet todos seriam felizes, desde que se passassem por homens, brancos, heterossexuais e de classe média, o que ela chama de “armário do gênero”. Esse armário se basearia na omissão do fato de ser mulher, pois somente assim haveria chance de ser tratada com respeito e em pé de igualdade. Desse modo, a ideia do ciborgue pós-gênero caía por terra, uma vez que o que se considera neutro nesse contexto, é o gênero masculino, a exclusão do feminino. A exploração da mulher e do seu corpo continua presente na internet,

¹³ O 4chan é um fórum de compartilhamento de imagens que foi lançado em 1 de outubro de 2003. Ele é o reduto de várias subculturas da internet e berço do grupo ciberativista Anonymous. Para entender melhor o funcionamento e cultura do site sugiro matéria da Superinteressante, disponível em: <<http://super.abril.com.br/tecnologia/por-tras-da-rede-antissocial-4chan>>. Acesso em 30 abr. 2016.

sendo um exemplo pertinente, o fato de fotos de garotas serem um dos maiores *commodities* da *web* até hoje (PENNY, 2013).

Nas relações sociais em rede “o gênero pode ser relativizado, esquecido ou, inclusive, falseado, do mesmo modo que, certamente, a idade e outras características individuais” (MIGUEL e BOIX, 2013, p. 47). Isso pode ser feito, por exemplo, por mulheres que não querem ser tratadas como tais. Contudo, essa atitude é apenas uma forma de mascarar o preconceito e machismo existentes na sociedade, tanto *online* quanto *offline*. As redes são, portanto, locais onde ocorrem violências de gênero.

Ao mesmo tempo em que inúmeros são os casos de violência contra a mulher na rede, ela se torna também um espaço onde mulheres podem se unir em torno de uma causa. Essa violência acaba impulsionando-as a combatê-la a partir de um sentimento de indignação, gerado pelo medo diante da hostilidade para com o gênero feminino.

É justamente a partir dos sentimentos que, segundo Manuel Castells (2013), os movimentos sociais são formados. É necessário que haja uma gama de emoções para que pessoas se unam. Os sentimentos iniciais seriam o medo (afeto negativo, causado pelos problemas sociais) e entusiasmo (afeto positivo, causado pelo desejo de se engajar a uma causa pela qual se identifica), este último ligado à esperança de uma mudança que ocorrerá quando o objetivo for alcançado.

Para que haja a identificação com uma causa, é necessário que as pessoas envolvidas compartilhem seus sentimentos através de uma proximidade gerada por um processo de comunicação. Para Castells (2013, p. 25), “quanto mais rápido e interativo for o processo de comunicação, maior será a probabilidade de formação de um processo de ação coletiva enraizado na indignação, propelo pelo entusiasmo e motivado pela esperança”.

Com as Redes Sociais de Internet (RSI), o processo de propagar ideias se torna bem mais rápido e dinâmico. Isso transforma as RSI em ambientes propícios para o engajamento de diversas mulheres em relação ao feminismo através da troca de experiências, que podem ser feitas a partir das narrativas do eu (SIBILIA, 2008).

Essas narrativas são uma das tônicas da socialização nas redes sociais. Elas estão presentes no dia-a-dia de seus membros, permitindo que cada um viva o fascínio de promover o eu, exibir seus gostos, preferências e narrar suas intimidades (COUTO, 2015; SIBILIA, 2008). Por meio de renovados recursos de narração e publicação, as pessoas se tornam autoras e fornecedoras de informações, divulgando seus escritos, imagens, fotografias e vídeos em seus perfis pessoais. Elas podem atuar também nos comentários em publicações de amigos,

fazendo dos ambientes virtuais espaços intensos e criativos de trocas aceleradas de saberes, construindo, assim, referências entre os usuários e ampliando suas relações pessoais, profissionais e culturais (COUTO, 2014).

Nesse sentido, as redes sociais digitais contribuem com a expansão dos vínculos sociais e valorizam a colaboração entre seus membros: todos são estimulados a participar, contribuir, tirar dúvidas, emitir opiniões, criticar, reclamar, denunciar, festejar experiências, falar de si, compartilhar novidades e vontades (COUTO, 2015).

As pedagogias feministas

Quando uma mulher fala em uma rede social sobre sua vida e os problemas cotidianos enfrentados por seu gênero, essa narrativa chega a outras mulheres que logo se identificam e percebem que suas dificuldades não são meramente individuais ou isoladas da sociedade. Tudo isso gera o sentimento de indignação e entusiasmo citados por Castells, impulsionando o movimento feminista na rede. Além do mais, uma das táticas de luta feminista é a formação de grupos de reflexão ou de autoconsciência, geralmente pequenos e informais, em que mulheres compartilham suas experiências de vida umas com as outras. Ao descobrir que suas experiências não são isoladas, transforma-se o individual em coletivo, constituindo, dessa maneira, a base do movimento feminista (ALVES e PITANGUY, 1985).

O feminismo é um termo bastante abrangente, pois, além de movimento social e político heterogêneo, pode ser também categoria de análise das ciências e das artes, e um modelo pedagógico. Segundo Santos e Bomfim (2010), as pedagogias feministas rompem com a ideia de que o saber se encontra apenas naquele que é fonte de autoridade e transmissor único de conhecimento, propondo a valorização de várias vozes onde todos são igualmente falantes e ouvintes. Ainda segundo as autoras, nessas situações de aprendizagem o conhecimento é construído de forma cooperativa e as atrizes e atores sociais passam a acreditar em seus saberes. O principal objetivo das pedagogias feministas é criar uma conscientização dos sujeitos em relação aos papéis de gênero e da submissão da mulher na sociedade, a fim de promover equidade entre os sexos.

Essa valorização dos saberes e a negação de uma única fonte de conhecimento se interligam à cultura do compartilhamento que surge a partir da rede, uma vez que toda pessoa conectada pode produzir e compartilhar conteúdo, havendo inclusive, um incentivo para tal. Segundo Pretto e Assis (2008), produzir informação e conhecimento de forma descentralizada

e de maneira não-formatada ou preconcebida passa a ser condição de transformação da ordem social vigente.

À vista disso, o feminismo encontra em rede um espaço ideal para florescer, uma vez que a filosofia feminista e a do compartilhamento são similares. Em rede, as mulheres se deparam com um ambiente propício para compartilharem suas experiências, a fim de desabafarem e, ao mesmo tempo, conscientizar outras mulheres.

Quem precisa do feminismo?

As pedagogias feministas ficam bastante evidentes no caso da campanha *Who Needs Feminism*, em que o uso de narrativas em forma de um pequeno texto escrito em uma placa ou folha de papel (Figura 1), publicadas nas redes sociais, chama a atenção das pessoas em relação à urgência da causa feminista. Cada participante escrevia em uma placa o porquê de ainda precisar do feminismo.

Figura 1 - Participante da campanha. Tradução da placa: “Eu preciso do feminismo porque meus pelos não são da conta de ninguém”



Fonte: Tumblr (<http://whoneedsfeminism.tumblr.com/>)

Essa campanha surgiu de um projeto criado por estudantes do curso intitulado *Mulheres na Esfera Pública* na Universidade de Duke, onde eram discutidos temas como abuso sexual no *campus*, controle de natalidade, preocupações sobre conciliar carreira e obrigações familiares, além de outros tópicos que concernem à vida de mulheres.

Entretanto, fora das aulas, era extremamente trabalhoso abordar tais temas. As estudantes que tentavam eram chamadas de feministas odiadoras de homem e se fazia impossível manter qualquer diálogo¹⁴. Elas, então, perceberam como o termo feminista estava

¹⁴ Mais informações sobre o início do projeto e sua repercussão podem ser encontradas em artigo escrito pela professora que ministrou a disciplina citada, disponível em:

carregado de estereótipos, preconceitos e carga negativa, fazendo-se necessária uma reeducação daquelas pessoas sobre o que era, de fato, o feminismo e por que ele era importante.

Em 11 de abril de 2012, as estudantes criaram, simultaneamente, páginas no Tumblr, Facebook, Pinterest e uma *hashtag* no Twitter, como parte do trabalho final do curso, em que carregavam placas com razões curtas, objetivas e diretas do porquê elas precisavam do feminismo. Em um mês, havia 11 mil curtidas em sua página no Facebook, e mais de 80 mil acessos de 144 países no Tumblr.

Logo a campanha se tornou viral na internet, incentivando iniciativas similares, primeiramente, de outras universidades e, depois, autonomamente. Pessoas do mundo todo passaram a colaborar com fotos segurando placas explicando por que precisavam do feminismo e, dessa forma, muitos puderam, finalmente, enxergar problemas enfrentados por mulheres dentro do sistema de dominação masculina chamado de patriarcado (FABRI, 2013) e que nunca notaram ou pararam para refletir sobre.

Os participantes da campanha representavam os mais diversos gêneros, raças, etnias, classes sociais, nacionalidades, religiões e idades. Suas placas evidenciavam um imenso conjunto de preocupações, como estupro, autoimagem, assédio sexual, desigualdade salarial, homofobia e racismo. Elas demonstravam dor, raiva e confusão, assim como segurança, orgulho e uma posição desafiadora em relação ao machismo e aos demais problemas sociais (SEIDMAN, 2013).

Esse uso de narrativas em forma de um pequeno texto carregado pelos participantes da campanha chama a atenção do público em relação à urgência da causa feminista. Inúmeros textos carregados de críticas sociais explicando como o patriarcado se constitui historicamente e como afeta há séculos o dia a dia de mulheres poderiam ser escritos e distribuídos na rede. Porém, essa narrativa acadêmica e impessoal talvez não conseguisse atingir e sensibilizar uma alguém fora do espaço universitário. Sendo assim, se faz necessária uma aproximação mais pessoal, mais humana. É necessário ver mulheres que poderiam ser nossas vizinhas, amigas, familiares, parceiras, falando resumidamente sobre um aspecto do machismo que atrapalha a sua vida, um aspecto tão corriqueiro que muitas vezes não se consegue notar sua nocividade.

Um desses exemplos é encontrado na Figura 2, onde uma moça segura uma placa que diz: “Eu preciso do feminismo porque a sociedade nos ensina a não sermos estupradas ao

invés de que não nos estuprem”. Esse foi o principal argumento sustentado pela organização da Marcha das Vadias, em 2011, e que, possivelmente, influenciou o posicionamento da participante, devido à divulgação massiva da marcha nas redes sociais, tornando-se também responsável pelo primeiro contato de muitas pessoas com o feminismo¹⁵.

Figura 2 - Participante da campanha *Who Needs Feminism*.



Fonte: Tumblr (<http://whoneedsfeminism.tumblr.com/>)

Observa-se, com frequência, na mídia e em conversas do dia-a-dia, mulheres sendo culpabilizadas por assédios sexuais e estupros cometidos contra elas e é raro ver alguém responsabilizar, em primeiro lugar, o estupro, que cometeu o crime, o que seria a lógica. As vítimas de estupro, geralmente, ouvem coisas do tipo “por que estava sozinha na rua a essa hora?”, “quem mandou beber tanto?”, “mas ele é seu namorado/marido”, “usar uma saia tão curta é convite para ser estuprada”. Essa culpabilização da mulher é tão comum que acaba havendo uma naturalização e internalização do machismo por parte das vítimas, que passam a enxergar o estupro como algo que deveriam aceitar e que não precisa ser denunciado. Portanto, ler esse exemplo simples, pode propiciar a reflexão sobre a cultura do estupro¹⁶, sem necessariamente nomeá-la.

A simplicidade e o impacto da campanha a tornaram bastante popular, e fizeram com que barreiras geográficas e linguísticas fossem extrapoladas, tornando-a internacional, atingindo diversos países, inclusive o Brasil. Milhares de brasileiras e brasileiros compartilharam suas mensagens, e diversas delas pregavam a liberdade das mulheres de fazerem o que bem entendem com seus corpos. Era comum o uso de jargões da Marcha das

¹⁵ Apesar de a Marcha das Vadias ter sustentado uma perspectiva específica de feminismo, o termo será usado neste trabalho para definir o que é compartilhado nas redes como feminismo, a fim de compreender que feminismo é esse e como as mulheres participantes da campanha o enxergam.

¹⁶ Texto do blog da Marcha Mundial de Mulheres sobre o assunto disponível em: <https://marchamulheres.wordpress.com/2014/11/25/a-cultura-do-estupro-no-brasil-o-pais-em-que-1-mulher-e-estuprada-a-cada-4-minutos/>. Acesso em: 29 abr. 2016.

Vadias, como “meu corpo, minhas regras”. Isso mostra que tanto a Marcha das Vadias quanto a campanha que, no Brasil, ficou conhecida como *Quem Precisa do Feminismo?* conseguiram ultrapassar fronteiras a partir da internet, obtendo alcance transnacional e sendo importantes para a popularização de preceitos básicos do feminismo nas redes.

Nota-se que houve um esforço para que a iniciativa se espalhasse pelas redes e pelo mundo afora. No blog e site oficiais da campanha, existe uma identidade visual e conceitual (Figura 3). Existem sessões na página para que, quem a visita, localize-se e conheça a campanha, disponibilizando, também, informações e dicas para quem quer iniciar um projeto similar em sua escola, universidade, bairro, cidade, etc. O objetivo é alcançar o máximo possível de pessoas.

Figura 3 - Header do blog Who Needs Feminism?



Fonte: Who Needs Feminism (whoneedsfeminism.com)

Na sessão *who we are*, as estudantes explicam a motivação para a criação da campanha a partir das aulas, com o objetivo de desmistificar o termo “feminismo”. Além disso, elas falam sobre sua [falta de] definição do feminismo:

Who needs feminism has decided not to release a single, ‘official’ definition of feminism. The goal of our project is to decrease negative associations with the word that would keep anyone from identifying with the movement. However, we encourage you all to keep defining it yourselves... you have given better answers than we could have ever imagined!¹⁷

A campanha não segue uma perspectiva específica de feminismo, deixando que as participantes definam por elas mesmas não o que acreditam sê-lo, mas sim, porque precisam dele. Isso permitiu mostrar a versatilidade do termo, ao mesmo tempo em que demonstrou a sua urgência. O mais importante era a construção de um movimento de resistência, um sentimento de indignação que impulsionasse quem visse as imagens. Era atingir as pessoas,

¹⁷ “Quem Precisa do Feminismo decidiu não revelar uma única definição ‘oficial’ de feminismo. O objetivo do nosso projeto é diminuir associações negativas com a palavra que afastariam alguém de se identificar com o movimento. Entretanto, nós encorajamos todos vocês a continuarem definindo por vocês mesmos... vocês tem dado respostas muito melhores do que poderíamos imaginar!” (Tradução minha)

abrindo seus olhos em relação às opressões sociais, e, trazendo assim, mudanças em seus cotidianos através da reflexão.

Um reflexo de iniciativas como a *Who Needs Feminism*, pode ser visto na matéria da Folha de S. Paulo, publicada em novembro de 2015, sobre o crescimento de coletivos feministas em escolas. Segundo a matéria, meninas a partir de 14 anos têm se organizado em coletivos influenciadas pelas redes sociais. Esse fenômeno demonstra como as redes têm interferido também no ambiente e currículo escolar, uma vez que discussões de gênero não são comuns a esses espaços, mas agora, conseguem adentrar neles, gerando além de discussões, ações concretas a partir da criação desses coletivos.

Toda notoriedade e adesão massiva que o feminismo tem ganhado ultimamente, a partir, principalmente, das redes sociais, é explicada no site do *Who Needs Feminism*, na sessão “Inicie sua campanha” em que as estudantes de Duke disponibilizam um tutorial de como pôr em prática o projeto em outros espaços. Elas enfatizam o fato de que as pessoas colocam mais energia em projetos nos quais suas opiniões e ideias são válidas. Portanto, o fato de a campanha expor as opiniões de todos os seus participantes nas redes sociais, colocando-as como igualmente importantes entre si, incentiva e motiva as pessoas a colaborarem. Elas se sentem valorizadas.

Esse é um dos preceitos fundamentais do modelo de educação feminista. Não existe apenas uma narrativa ou discurso correto, não existe uma líder, uma só voz. O que existe é uma coletividade de mulheres falando de suas experiências e pontos de vista, sendo ouvidas, compreendidas e acolhidas. Essa conscientização ocorre a partir de trocas de experiências e do apoio mútuo.

Entre a colaboração e o narcisismo: outros olhares sobre o feminismo em rede

A rapidez com que a informação circula na rede possibilita o que Castells chama de autocomunicação de massas. De massa porque “processa mensagens de muitos para muitos, com o potencial de alcançar uma multiplicidade de receptores e de se conectar a um número infundável de redes” (CASTELLS, 2013, p. 15). E autocomunicação porque “a produção da mensagem é decidida de modo autônomo pelo remetente, a designação do receptor é autodirecionada e a recuperação de mensagens das redes de comunicação é autosselecionada” (CASTELLS, 2013, p. 15).

Foi esse processo de autocomunicação que ocorreu no caso do *Who Needs Feminism*. Além de conscientizar pessoas em relação à causa feminista, a campanha estimulou a participação no projeto. E o que começou em um espaço específico, a universidade, se tornou algo de alcance global, uma vez que mulheres facilmente se identificaram com a campanha e viram nela uma possibilidade de quebrar o silêncio e serem ouvidas. Esse fenômeno faz parte do que Edvaldo Couto chama de pedagogias das conexões, um conceito ainda em desenvolvimento, em que “as práticas crescentes das narrativas de si nas redes sociais digitais são maneiras criativas e generosas de compartilhar a vida, produzir e difundir conhecimentos na cibercultura” (COUTO, 2014, p. 48). Um exemplo prático disso pode ser encontrado no depoimento de Laurie Penny (2013) sobre a importância da internet em sua formação.

Eu aprendi a ser escritora *online*, assim como várias outras mulheres ao redor do mundo. E não apenas aprendi a escrever, mas a falar e escutar, como entender minha própria experiência e levantar minha voz. Eu me eduquei *online*. Cresci *online*. E em blogs e jornais e, mais tarde, revistas digitais, eu descobri que não era a única garota ‘puta da vida’ por aí. A internet fez da misoginia rotina e do *bullying* sexual fácil, mas antes, fez outra coisa também. Deu a mulheres, garotas e homossexuais um espaço para falar uns com os outros sem limites, além das fronteiras, compartilhando histórias e mudando nossa realidade (PENNY, 2013, p. 8, tradução nossa)

Essa visão do uso de narrativas do eu para ajudar em causas sociais traz um outro olhar sobre o narcisismo e a exposição do eu que estudos sobre a visibilidade em redes sociais têm trazido nos últimos anos. O objetivo é alcançar pessoas não para ter o ego inflado, mas para tornar pública uma causa. Não se pode dizer com exatidão que o objetivo é puramente a causa maior. Pode haver sim um quê de narcisismo em tais atos, mas há também uma outra impulsão, uma junção do útil ao agradável. O culto ao eu da atualidade não anula uma preocupação com o outro e com causas sociais. Eles se juntam e geram o que vemos nos exemplos aqui dados.

Mesmo tendo em vista essa preocupação com o social característico das pedagogias das conexões, para algumas feministas, esse narcisismo dentro do feminismo traz consequências negativas. Para Victoria Leon (2001), o complexo de Édipo trazido pelo patriarcado foi substituído pelo complexo de Narciso, o que ajudou as feministas a laminar alguns valores patriarcais, mas que afeta as gerações mais jovens que não percebem mais a discriminação real, nem simbólica.

Sua referência são elas mesmas, carentes de qualquer sentido histórico, instaladas na pura imediatez e submetidas ao jugo das aparências, aparências que nas garotas são inclinadas a imitar as modelos. Segundo Doufur, as consequências mais imediatas deste estado de coisas podem resultar em diversas opções de busca de um Outro que não aparece com nitidez no horizonte simbólico dos jovens: a gangue como identificação; a seita como segurança; a droga como evasão; a violência como

explosão de uma falsa onipotência; a tecnologia virtual, que nos traslada para além do aqui e do agora; e a tecnociência, capaz de superar a diferença genética e de sexo com base em próteses e metamorfoses que dariam lugar ao que Haraway chama o ciborgue¹⁸ (LEÓN, 2001, p. 7).

Esse narcisismo pode ser associado ao que Andrew Keen (2012) chama de vertigem digital. Para ele as redes sociais estilham as “nossas identidades, de modo que sempre existimos fora de nós mesmos, incapazes de nos concentrar no aqui e agora, aferrados demais à nossa própria imagem” (KEEN, 2012, p. 24). Keen possui uma visão pessimista do exibicionismo em rede e do que chama de hipervisibilidade. Para ele, somos incentivados a compartilhar os mais íntimos detalhes de nossas vidas devido ao interesse de empresas que nos controlam e nos vêem como meros produtos.

Para a analista cultural Sherry Turkle (2012), estamos conectados, porém sós, uma vez que as pessoas, de acordo com ela, não se comunicam mais umas com as outras e estão a todo tempo apenas utilizando seus smartphones e computadores.

Apesar de todas essas noções pessimistas sobre a cibercultura, ao estudá-la, não se pode ter uma visão maniqueísta, vendo-a como boa ou ruim. No caso de Turkle, ela parece ignorar que não estamos sós, que interagimos com outras pessoas pela internet, expandindo nossos horizontes e nosso círculo social. O que importa mais do que a proximidade física, é o compartilhamento de interesses em comum, ter uma conversa agradável e criar projetos com pessoas que pensam de forma similar a nós. Desta maneira, devemos considerar que os avanços tecnológicos e suas consequentes mudanças em nossas vidas possuem várias nuances.

Keen (2012) nos aponta para algumas delas, mais negativas, da mesma forma que Shirky (2011) aponta para possibilidades positivas da rede ao falar da cultura da participação, em que as pessoas, ao se sentirem parte de um grupo, são incentivadas a colaborar com o que está ao seu alcance. Um exemplo é o caso da Wikipedia, construída a partir da colaboração e sem fins lucrativos e também a campanha *Who Needs Feminism*. Couto (2014) também está de acordo com Shirky (2011) quanto à cultura da participação e afirma que, na rede, as pessoas participam, colaboram e compartilham, criando redes e afinidades, agregando valores, fazendo acontecer os canais de solidariedade quando acessamos uns aos outros, gerados pelo prazer em colaborar. Hoje em dia, “os chamados integrantes da geração internet são essencialmente colaboradores em todas as esferas da vida, são ativistas, querem compartilhar e fazer juntos” (COUTO, 2014, p. 62).

¹⁸ Tradução do espanhol por Ana de Miguel e Montserrat Boix.

Nas pedagogias tradicionais, o ensino é hierarquizado, padronizado e direcionado na figura do professor, deixando o aluno isolado no processo de aprendizagem. Já na era das conexões, as pessoas são incentivadas a colaborar e a aprender em conjunto. Essa grande exposição de si, que ainda assusta quem não está acostumado, se torna algo corriqueiro e os membros da rede aprendem a filtrar e a decidir o que querem expor e o que desejam manter guardados.

Essa linha tênue entre o público e o privado põe as mulheres, que sempre estiveram relegadas à esfera privada, em evidência. Elas podem se expor e compartilhar experiências, levantar suas vozes com mais facilidade. As pedagogias feministas se tornam mais fáceis de ser colocadas em prática quando unidas as pedagogias das conexões, e não se faz mais necessário haver um local físico, longe dos olhares repressores, para que mulheres possam se comunicar umas com as outras nos grupos de reflexão. Os grupos femininos de autoconsciência agora estão por toda parte, graças às redes, e possuem um alcance que nunca se imaginou.

Campanhas como a *Who Needs Feminism*, possibilitam um primeiro contato de muitas mulheres com o feminismo e, mesmo que não se tenha um entendimento mais aprofundado sobre o assunto, conhecer suas noções básicas pode fazer diferença em suas vidas, uma vez que podem optar por serem donas de si mesmas.

Algumas conclusões

A discussão apresentada permite um conjunto de conclusões das quais queremos destacar três.

Primeiramente, que a campanha possibilita vislumbrar uma infinidade de definições do que é feminismo a partir das necessidades pessoais de suas participantes. O importante não é possuir uma grande base teórica sobre feminismo, mas sim, colocá-lo em prática na vida de milhares de mulheres, a partir do questionamento do *status quo*, levando-as ao questionamento de suas realidades sociais.

Em segundo lugar, a campanha proporciona o primeiro contato de várias mulheres com o feminismo, de que as atitudes na rede se resumem ao ciberespaço. Quando se pensa dessa maneira, ignora-se que o ciberespaço é construído e habitado por pessoas reais e que vivem suas vidas *offline* também. A partir do momento em que elas entram em contato com

ideias feministas na rede, discutem e refletem sobre elas, isso é passado também para outros âmbitos da vida de cada um.

Em terceiro lugar, a campanha facilita a prática das pedagogias feministas a partir das pedagogias das conexões, uma vez que o contato entre pessoas interessadas nas mesmas coisas e dispostas a colaborar é possibilitado. Dessa maneira, os grupos de reflexão encontram-se espalhados pela rede, podendo ser alcançados através de apenas um clique.

Em suma, a primavera chegou, e as mulheres estão cada vez mais conscientes de sua opressão e de como combatê-la, com a popularização das redes, elas não estão mais isoladas e reclusas à vida privada, agora, elas podem e serão ouvidas.

Referências

ALVES, Branca; PITANGUY, Jacqueline. *O que é feminismo*. São Paulo: Abril Cultural, 1985.

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

COLLUCCI, Cláudia; GRAGNANI, Juliana. Meninas formam coletivos feministas em escolas de ensino médio de SP. *Folha de S. Paulo*. São Paulo, 1 nov. 2015. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2015/11/1701071-meninas-formam-coletivos-feministas-em-escolas-de-ensino-medio-de-sp.shtml?cmpid=fb-uolnot>>. Acesso em: 13 ago. 2016.

COUTO, Edvaldo Souza. Políticas do pós-humano: interfaces dos corpos, das sexualidades e dastecnologias digitais. Em COUTO, Edvaldo Souza. *Corpos voláteis, corpos perfeitos*. Estudos sobre estéticas, pedagogias e políticas do pós-humano. Salvador, EDUFBA, 2012, pp 15-40.

COUTO, Edvaldo Souza. Pedagogias das conexões: Compartilhar conhecimentos e construir subjetividades nas redes sociais digitais. In: PORTO, Cristiane; SANTOS, Edméa (Org.). *Facebook e Educação: Publicar, curtir, compartilhar*. 1ed. Campina Grande: EDUEPB, 2014, v. 1, p. 47-66.

COUTO, Edvaldo Souza. Educação e redes sociais digitais: privacidade, intimidade inventada e incitação à visibilidade. In: *Em Aberto*, Brasília, v. 28, n. 94, jul./dez. 2015, p. 51-61.

GRILLO, Cristina; OLIVEIRA, Grazieli; BUSCATO, Marcela. A Primavera das Mulheres. *Época online*, 7 nov. 2015. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/vida/noticia/2015/11/primavera-das-mulheres.html>>. Acesso em: 29 abr. 2016.

HARAWAY, Donna J. Manifesto ciborgue: Ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX. In: TADEU, Tomaz (org. e trad.). *Antropologia do ciborgue: As vertigens do pós-humano*. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009. p. 33-118.

KEEN, Andrew. *Vertigem Digital: por que as redes sociais estão nos dividindo, diminuindo e desorientando*. Tradução de Alexandre Martins. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

LEÓN, Victoria Sendón de. Mujer y globalización: el planeta de los simios locos. In: *Mujeres em Red*. 2001. Disponível em: <<http://www.nodo50.org/mujeresred/spip.php?article1579>>. Acesso em 19 abr. 2016.

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. *A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais*. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MIGUEL, Ana de; BOIX, Montserrat. Os gêneros da rede: os ciberfeminismos. In: NATANSOHN, Graciela (Org.). *Internet em código feminino: Teorias e práticas*. Buenos Aires: La Crujía, 2013, p. 39-75.

PENNY, Laurie. *Cybersexism: Sex, Gender and Power on the Internet*. Londres: Bloomsbury Publishing, 2013.

PRETTO, Nelson; ASSIS, Alessandra. Cultura digital e educação: redes já! In: PRETTO, Nelson; SILVEIRA, Sérgio (Org.). *Além das redes de colaboração: internet, diversidade cultural e tecnologias do poder*. Salvador: EDFUBA, 2008, p. 75-83.

SANTAELLA, Lúcia. *Linguagens Líquidas na era da mobilidade*. São Paulo: Paulos, 2008.

SANTOS, Ana Célia; BONFIM, Maria do Carmo. Pedagogia Feminista na construção de uma alternativa de gênero. In: Seminário Internacional Fazendo Gênero, 2010, Florianópolis - SC. *Anais Eletrônicos*. Florianópolis: UFSC, 2010, p. 1-9.

SEIDMAN, Rachel. Who Needs Feminism? Lessons from a digital world. *Feminist Studies*, v. 39, n. 2, 2013, p. 549-562. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/23719067?seq=1#page_scan_tab_contents>. Acesso em: 13 ago. 2016.

SHIRKY, Clay. *A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado*. Tradução de Celina Portocarrero. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

TURKLE, Sherry. *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. Nova Iorque: Basic Books, 2012.

3. ARTIGO 2

REDES SOCIAIS E FEMINISMO: O CAMPO DISCURSIVO DE AÇÃO FEMINISTA NO TUMBLR¹⁹

Redes sociais e feminismo
O campo discursivo de ação feminista no Tumblr

Social networks and feminism
The feminist active discursive field on Tumblr

Resumo

O objetivo do artigo foi identificar e analisar os principais temas relativos ao feminismo compartilhados no site de rede social Tumblr a fim de compreender como esse campo discursivo de ação tem sido assimilado em rede. A metodologia utilizada foi qualitativa, descritiva e analítica, a partir da observação de 10 blogs do Tumblr autodeclarados feministas durante o período de um mês, em maio de 2016. Os resultados evidenciam uma predominância do que os membros chamam de feminismo interseccional, demonstrando que suas preocupações vão para além da categoria de gênero e perpassam por questões outras, como raça e sexualidade. O estudo concluiu que, ao contrário do que muitos pensam, a chamada geração Y tem se preocupado com questões sociais e políticas.

Palavras-chave: Feminismo; Tumblr; redes sociais e educação.

Abstract

This study aims to identify and analyze the predominant topics concerning feminism that are shared on Tumblr, in order to understand how this active discursive field is being assimilated online. The methodology used was qualitative, descriptive and analytical, observing and remarking 10 feminist self-identified blogs, for one month, in the month of May of 2016. The results show the predominance of what members call interseccional feminism, proving that their concerns are beyond gender and permeates other themes, such as race and sexuality. The conclusion is that, unlike most people think, the millenials are concerned about social and political issues.

Keywords: Feminism; Tumblr; social networks and education.

Introdução

¹⁹ Artigo seguindo as normas da revista Educação da UFSM. Disponível em: <<http://periodicos.ufsm.br/>>. Acesso em 9 mar. 2017.

Com a ascensão das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) nas últimas décadas, surge também um incremento das Redes Sociais na Internet (RSI), que vem ganhando um espaço fundamental no cotidiano das pessoas conectadas. Segundo relatório de janeiro de 2016 da agência global *We Are Social*²⁰ que trabalha com monitoramento de mídias sociais, 46% da população mundial tem acesso à internet e 31% utiliza as RSI. Embora a distribuição desses números seja desigual entre os continentes, de acordo com a pesquisa, conclui-se que é raro encontrar uma pessoa com acesso à internet que não possua ao menos um perfil em alguma rede social digital.

As redes sociais mais do que simples meios de publicização e exaltação do eu têm sido espaços propícios para o florescimento de movimentos sociais, sendo o feminismo um dos maiores exemplos. Isso posto, o objetivo do artigo é identificar e analisar os principais temas e conceitos relativos ao feminismo compartilhados na rede social Tumblr, a fim de compreender como esse campo discursivo de ação tem sido assimilado e disseminado na rede.

A delimitação do Tumblr como objeto empírico de análise se deu pelo fato de nele haver uma produção considerável de publicações sobre causas sociais, incluindo narrativas feministas, fazendo com que seja conhecido como um site de rede social de ativistas. Como há bastante produção e circulação de conteúdo entre os mais diferentes sites de rede social, a escolha se deu por considerá-lo parte de um contexto maior onde diversas redes interligadas se tornam espaço de militância feminista. Dessa maneira, compreender como o feminismo se dá no Tumblr é compreender também, em parte, como ele ocorre nas redes sociais como um todo.

A metodologia utilizada foi qualitativa, descritiva e analítica, a partir da observação das publicações de 10 blogs do Tumblr autodeclarados feministas durante o período de 1º a 31 de maio de 2016. O principal argumento que desenvolvemos é que no Tumblr existe uma predominância do que os membros chamam de feminismo interseccional, demonstrando que suas preocupações vão para além da categoria de gênero e perpassam por questões outras, como raça e sexualidade.

Procedimentos metodológicos

A pesquisa foi desenvolvida por meio de uma metodologia qualitativa, descritiva e analítica. Essa opção metodológica surge a partir do olhar sobre as redes sociais enquanto

²⁰ Mais informações sobre a agência em <<http://wearesocial.com.br/>>. Acesso em: 15 mar. 2016.

artefatos culturais, onde o online e o offline se misturam e ambos estão incorporados à vida cotidiana (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011), dessa forma, uma pesquisa qualitativa seria capaz de captar e analisar as nuances desse contexto cultural. A princípio foi feito um levantamento bibliográfico para a fundamentação teórica e em seguida uma análise qualitativa das publicações.

Para a observação dos blogs foi criada uma conta pessoal no Tumblr, a fim de fazer parte desse espaço e compreender a sua dinâmica. Após a criação, foi feita uma pesquisa na caixa de busca utilizando a palavra “feminismo” sendo selecionados os cem primeiros blogs a aparecer nos resultados. Mesmo pesquisando por uma palavra em português, muitos dos resultados eram na língua inglesa, que hoje em dia pode ser considerada a língua franca universal, e portanto, foram analisados blogs com postagens tanto em português quanto em inglês, e por vezes, em espanhol. Em seguida, foram excluídos da seleção os blogs desatualizados ou que não publicavam nada há mais de um mês. Foi utilizado o critério de assiduidade, considerando apenas os blogs que possuíam no mínimo vinte publicações por mês, chegando ao número final de dez blogs.

A observação durou o período de um mês, a contar do dia 1º ao dia 31 de maio de 2016, em que separou-se as publicações compartilhadas em categorias que correspondiam a conceitos da gramática discursiva feminista ou a temas comuns do campo. Tais conceitos e/ou temas poderiam aparecer explicitamente no texto como também serem subentendidos ou implícitos. Também ocorreu de uma publicação se enquadrar em duas ou mais categorias. As cinco categorias mais recorrentes nas postagens foram: *LGBT*, *racismo*, *misoginia*, *cultura do estupro* e *representatividade*, tendo o artigo se concentrado em suas análises.

Ao analisar as narrativas feministas presentes no Tumblr, seus conceitos, temas e categorias mais populares, podemos ter uma compreensão sobre quais discursos e ideias estão chegando mais facilmente a quem está conectado.

O Tumblr

As RSI se encontram no que Pierre Lévy (1999) chama de ciberespaço, um espaço de interação e comunicação entre as pessoas, intermediado pela interconexão das redes de computadores, no qual as informações comunicadas são de natureza digital e as relações desembocam no virtual. Atualmente essa definição clássica sofre algumas modificações com

o surgimento dos *smartphones* e *tablets* que também permitem o acesso à internet, sendo esta não mais uma exclusividade dos computadores de mesa - também conhecidos como *desktops*.

Com o crescimento da rede no ciberespaço surge um conjunto de técnicas materiais e intelectuais, de práticas, atitudes, de modos de pensamento e valores entendido como cibercultura (LÉVY, 1999). Esse movimento social e pedagógico é um campo fértil para inovações e o surgimento de gêneros artísticos e textuais que modificam as relações com o saber e suscitam as formulações de diferentes práticas educacionais.

A partir das RSI e das narrativas nelas contidas, compartilhamos e recebemos informações, e indo mais além: comentamos, concordamos, discordamos, debatemos, nos educamos e, assim, formamos uma inteligência coletiva, que trata-se de “uma Inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em mobilização efetiva das competências” (LÉVY, 2003, p. 28).

Nesse complexo contexto surgem os blogs e os microblogs, sendo os blogs um dos fatores primordiais para a ascensão da Web 2.0 que é “a segunda geração de serviços online e caracteriza-se por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo” (PRIMO, 2007, p. 2). Isso ocorre porque com os blogs cada usuário da internet pode criar uma página personalizada para publicar o conteúdo que bem entender, rompendo com a dinâmica anterior, da web 1.0, que consistia apenas em recepção de informação via grandes canais de comunicação.

Seguindo uma lógica similar a dos blogs tradicionais, surge em 2006, o fenômeno dos microblogs, sendo o exemplo de maior sucesso desse gênero o Twitter. Os microblogs partem da ideia de um blog, mas apresentam como singularidade o fato de serem adaptados para postagens de tamanho reduzido, a fim de que haja uma maior facilidade de integração com outras ferramentas digitais, como celulares e outros dispositivos móveis (ZAGO, 2008, p. 6)

Criado em 2007 por David Karp, atualmente composto por 329,9 milhões de blogs²¹, e disponível em 17 idiomas, o Tumblr é um exemplo de microblog que se tornou com o tempo uma comunidade possuidora de culturas particulares. Ele teve seu auge de uso e popularidade entre 2012 e 2013, porém ainda consta nos rankings de redes sociais mais utilizadas do mundo, como aponta o relatório de pesquisa referente ao 3º bimestre de 2015 da companhia

²¹ Fonte do próprio site. Disponível em: <<https://www.tumblr.com/about>>. Acesso em 5 jan. 2017.

de pesquisa de mercado *GlobalWebIndex*²², em que a rede consta como a 8ª mais utilizada mundialmente.

Por ser um microblog o Tumblr é um híbrido de blog e rede social. Os blogs tradicionais como o Blogspot possuem conteúdos de alta qualidade, porém pouca interação entre seus membros. Enquanto redes sociais como o Facebook possuem grande índice de interação, porém conteúdos de menor qualidade em comparação à blogosfera. Já os microblogs possuem serviços que estão na divisa entre os blogs tradicionais e as redes sociais de internet, tendo tanto qualidade de conteúdo quanto interações sociais em nível intermediário (CHANG et al, 2014).

No Tumblr, assim como no Twitter, não é necessário haver uma associação mútua entre membros para que tenham acesso um ao blog do outro. Um membro pode seguir quem quiser sem precisar de autorização prévia e vice-versa. Os laços são, portanto, constituídos a partir da identificação com o que se é publicado e não necessariamente a partir de relações anteriores ou offline com o dono ou dona do blog.

A linha do tempo do Tumblr é bastante interativa, onde pode-se ver o conteúdo publicado pelos blogs seguidos à medida que se desce a página, ao mesmo tempo que a própria rede sugere blogs a partir dos interesses detectados. Além do mais, é mostrado um radar com publicações populares fora do círculo de blogs seguidos. Dessa forma o Tumblr mantém seus membros sempre atualizados de possíveis interesses e também do que anda sendo compartilhado em toda a rede.

Enquanto comunidade, os membros do Tumblr criam tendências a todo momento e possuem seu próprio modo de ser e compartilhar no ciberespaço. Um exemplo disso é o uso dos GIFs²³, amplamente compartilhados e valorizados no Tumblr²⁴, como destacam Hillman, Procyk e Neustaedter (2014) em seu estudo sobre a cultura e as comunidades presentes nessa rede. Eles afirmam que o uso massivo de GIFs é uma característica chave do Tumblr, e que para entender a cultura do Tumblr é necessário entender o papel exercido pelos GIFs.

²² Disponível em: <www.globalwebindex.net>. Acesso em 5 jan. 2017.

²³ Sigla para *Graphics Interchange Format* (Formato para Intercâmbio de Gráficos)

²⁴ Um exemplo disso pode ser visto na página comoeumesintoquando.tumblr.com, que utiliza de GIFs (geralmente trechos de vídeos, filmes, séries e entrevistas legendados) para representar situações engraçadas do cotidiano e que se tornou tendência dentro Tumblr, criando mais tarde extensões no Facebook e Twitter. Graças também ao uso massivo no Tumblr e em outras redes, GIF foi em 2012 adicionada ao dicionário Oxford e eleita por ele a palavra do ano. A matéria oficial está disponível em: <<http://blog.oxforddictionaries.com/press-releases/us-word-of-the-year-2012/>>. Acessado em: 22 mar. 2016.

Percebe-se então que no Tumblr existe uma cultura visual muito forte e muito própria, e dentro dessa cultura se faz comum o engajamento e preocupação para com questões sociais principalmente por parte dos jovens. Segundo matéria escrita por Valeriya Safronova para o *The New York Times* em dezembro de 2014:

Existem mais de 215 milhões de blogs no Tumblr e, de acordo com a comScore, uma companhia de análise, 50% dos usuários do Tumblr tem de 15 a 34 anos. Pesquisas internas da companhia mostram que 64% dos usuários dizem que se importam com causas sociais e procuram por elas no Tumblr. Esses números sugerem que a geração Y, que há tempos vem sendo caracterizada como um grupo apático, possui um forte interesse em questões sociais - isso está apenas escondido dos olhos dos mais velhos (SAFRONOVA, 2014, tradução nossa).

Devido a esse engajamento por parte de seus membros, o Tumblr foi escolhido como lócus de estudo para entender os discursos intitulados feministas em rede, e como eles tem sido assimilados e disseminados. Vivemos em uma sociedade que define os papéis de gênero e exerce violências contra as mulheres. Tendo isso em vista, se faz necessário entender como o feminismo, enquanto teoria que busca criticar e combater tais definições, têm chegado às mulheres que estão nas redes sociais.

Entendendo também que estudos e discussões de gênero não fazem parte do currículo escolar formal e ainda são tabu em diversas famílias, as redes sociais são vistas aqui como artefatos culturais. Como tais, elas carregam consigo pedagogias culturais, produzindo valores e saberes que regulam condutas e modos de ser (SABAT, 2001), forjando identidades em quem as consome e nelas estão imersos²⁵.

O campo discursivo de ação feminista no Tumblr

O feminismo em rede é entendido aqui como um campo discursivo de ação, que segundo Sonia Alvarez (2014) se articula através de redes político-comunicativas. Essas redes são formadas por teias de pessoas, discursos, práticas e ideias e são responsáveis por conectar indivíduos, ONGs, agrupamentos formais ou informais situados nas mais diversas instâncias

²⁵ Em seu artigo, Ruth Sabath utiliza o conceito de pedagogia cultural para analisar como a publicidade comporta um tipo de pedagogia e de currículo cultural que produz valores e saberes, reproduz identidades e representações e ensina modos de ser mulher e de ser homem. Utilizo do mesmo conceito de pedagogia cultural aqui, mas analisando o que é produzido e divulgado sobre o feminismo nas redes sociais, entendendo-as também enquanto artefato cultural.

sociais e políticas. Esses campos se alinham discursivamente a partir de uma gramática política adotada pelos seus membros e que passam a fazer parte de suas identidades.

Para entender esse discurso foi feita uma observação de um mês de 10 blogs auto-intitulados feministas no Tumblr. Foi empreendida uma análise dos dados colhidos separando-os em temáticas que poderiam estar explícitos ou implícitos nas publicações. Essas temáticas se transformaram em categorias. Ao fim da análise havia 35 categorias construídas a partir de um universo de 306 postagens, e que podem ser vistas na nuvem de palavras abaixo, cujos tamanhos estão relacionados à quantidade de vezes que aparecem.

Figura 1 - Nuvem de palavras.



As cinco categorias mais frequentes foram respectivamente: *LGBT*, *racismo*, *misoginia*, *cultura do estupro* e *representatividade*. O fato das duas categorias que mais apareceram serem *LGBT* e *racismo*, demonstra que as principais preocupações do grupo vão para além do que concerne estritamente às questões de gênero. Esse resultado faz sentido quando quatro dos dez blogs se definem publicamente enquanto interseccionais em seu título ou na seção *about me*²⁶, e também, quando *interseccionalidade* aparece em décimo lugar em uma lista de 35 categorias.

Segundo Patricia Hill Collins (2000),

Interseccionalidade se refere a particulares formas de interseccionalizar opressões, por exemplo, intersecções de raça e gênero, ou de sexualidade e nação. Paradigmas interseccionais nos

²⁶ “Sobre mim”

fazem lembrar que a opressão não pode ser reduzida a um único tipo fundamental, e que opressões trabalham juntas na produção de injustiças (COLLINS, 2000, p. 18, tradução nossa)

Apesar de já aparecer em trabalhos de feministas negras nos anos 70 como bell hooks, Audre Lorde e Angela Davis, o conceito de interseccionalidade é introduzido ao debate feminista como tal, pela professora de Direito americana Kimberlé Crenshaw, após passar pela graduação na Universidade Cornell observando que categorias importantes como raça e gênero eram tratadas separadamente (SMITH, 2013). Essas abordagens que não se interseccionavam incomodavam bastante Crenshaw por ser uma mulher negra e sofrer racismo e machismo simultaneamente.

Segundo Crenshaw (1989), quando uma mulher negra sofre discriminação ou violência, não é possível separar até que ponto elas são motivadas pela raça ou pelo gênero, estando ambos interligados. Além de que, a mulher negra não se via representada nem no movimento negro, que considerava apenas a experiência masculina de racismo; nem no feminismo, em que o debate parecia se centrar sobre a violência sofrida pela mulher branca.

O conceito de interseccionalidade serve então de contraponto à noção de uma *womanhood*, em que todas as mulheres experienciam a violência de gênero da mesma forma. Esse conceito é deslegitimado quando pensamos que mulheres negras e brancas, ricas e pobres, heterossexuais e lésbicas, latinas e europeias, sofrem opressões distintas, ainda que ligadas pelo fato de serem mulheres. É para identificar e combater essas diferentes nuances que a interseccionalidade se faz útil. Dentre as publicações que tratam do chamado feminismo interseccional observadas, destacam-se uma tirinha²⁷ e o *gifset*²⁸ de um vídeo²⁹.

Na tirinha existem duas personagens, uma mulher negra e uma branca. A negra fala sobre como é difícil ser negra e lésbica e a branca fala sobre como sua vida é difícil também, ainda mais por ser branca. Em um momento a personagem negra diz, “Feminismo interseccional é importante”, e a branca responde “Feminismo é feminismo. TUDO é importante”. No texto de descrição da imagem a pessoa que o publicou diz: “Algumas mulheres brancas estão furiosas com o feminismo interseccional da mesma forma que homens

²⁷ Tirinha completa disponível em: <<http://feminism-and-flowers.tumblr.com/post/143973457861/deathtodickens-some-white-women-are-mad-about>>. Acesso em: 30 jun. 2016.

²⁸ *Gifset* completo disponível em: <<http://the-femolution.tumblr.com/post/144510581633/yer-a-wizard-gerrie-micdotcom-watch-poet>>. Acesso em: 30 jun. 2016.

²⁹ No Tumblr é comum a prática de se criar GIFs legendados com trechos de vídeos para chamar atenção e facilitar sua visualização.

ficam furiosos quando algo de extrema importância para alguém tem pouco ou nada a ver com eles”³⁰.

Já no *gifset* extraído de um vídeo, a poeta Rachel Wiley fala sobre as diferenças entre o que ela chama de feminismo branco e feminismo interseccional. Segundo ela, o feminismo interseccional é o verdadeiro feminismo. E diz, no último GIF que “o ‘feminismo branco’ jura que abrirá as portas da igualdade e deixará nós todas entrarmos, se simplesmente as levantarmos para passar pela janela em nossas costas”.

Ambas narrativas demonstram uma hostilidade à figura da feminista branca ou do feminismo branco. Essa concepção de feminismo surge a partir da crítica de bell hooks (1984) à Betty Friedman (1971) quando fala sobre o *problema sem nome* vivenciado por donas de casa americanas de classe média, que se viam aprisionadas e entediadas dentro de seus lares tendo que cuidar de seus filhos e maridos sem terem direito a uma carreira.

Apesar da importância do trabalho de Friedman para o impulsionamento da chamada segunda onda feminista, ela ignora que mulheres não-brancas e brancas pobres já trabalhavam (HOOKS, 1984). Friedman acabava por homogeneizar a opressão vivida pelas mulheres, que apesar de terem aspectos comuns, se diferenciam entre si. No fim das contas, o então chamado feminismo branco, colocava as pautas das mulheres brancas de classe média no centro de suas reivindicações, e as demais nas margens.

Já em relação à sexualidade, ela entra nas análises interseccionais de gênero a partir do momento em que os movimentos de lésbicas, gays, bissexuais e transexuais passam a reconhecer o heterossexismo como um sistema de poder (COLLINS, 2000). Nesse sistema, a heterossexualidade faz parte da norma imposta a todos, assim, a sexualidade passa a ser vista não só sob o ponto de vista biológico, mas também social. Nesse contexto, o heterossexismo prevê a crença na superioridade de uma forma de expressão sexual sobre outra, havendo a partir disso relações de dominação (COLLINS, 2000).

Isso explica a predominância da categoria *LGBT* nas publicações analisadas. Para separar essa categoria considere publicações sobre homofobia, bifobia, lesbofobia e transfobia, assim como assuntos relacionados à transsexualidade no geral, que se faziam bastante populares. Diversas eram as publicações envolvendo denúncias, relatos, publicidades, cenas de filmes ou séries e artes gráficas que tinham relação com o universo LGBT. Também eram compartilhadas imagens de apoio aos LGBT e de campanhas contra LGBTfobia.

³⁰ Tradução nossa.

Porém, percebeu-se uma predominância dentro dessa categoria de publicações sobre homossexualidade masculina, estando seu protagonismo no homem gay, transformando a mulher lésbica em mera coadjuvante. Esse tipo de situação é preocupante considerando que o feminismo deveria estar focado em mulheres. Nota-se através disso que mesmo dentro de ambientes feministas as mulheres lésbicas ainda são invisibilizadas, estando os holofotes da luta LGBT ainda nos homens gays.

A predominância de uma perspectiva interseccional nas narrativas encontradas no Tumblr pode ser relacionada com os resultados da pesquisa de Carolina Ferreira (2015) sobre a página *Blogueiras Feministas*, bastante influente no cenário feminista brasileiro e que afirmam atuar a partir do feminismo interseccional. Ferreira percebeu uma apropriação do discurso acadêmico por parte dessas feministas, e que também é encontrado no Tumblr. A partir desses dados, pode-se dizer que o feminismo visto através do modelo interseccional tem sido um dos mais aceitos e disseminados em rede.

As demais categorias que se destacaram foram *misoginia* e *cultura de estupro*, em terceiro e quarto lugar, que também se relacionam com as categorias *objetificação* e *consentimento*, que ficaram respectivamente em oitavo e 15º lugar. Os temas relacionados a estupro e consentimento tem tido bastante visibilidade nas redes sociais desde a eclosão da Marcha das Vadias, que ocorreu em vários países do mundo, levando da rede para as ruas e vice-versa um discurso contra a cultura do estupro e de culpabilização da vítima.

A marcha é um marco importante na história do ativismo em rede, por ter começado a partir de um caso em uma universidade de Toronto, no Canadá, quando durante uma palestra foi dito que “mulheres não seriam estupradas se não se vestissem como vadias”. O caso gerou revolta dentro da faculdade, resultando em uma marcha local, que logo se expandiu a nível global a partir das redes sociais, trazendo o debate sobre a cultura do estupro aos holofotes. A partir das divulgações feitas para a marcha e de sua consequente repercussão várias jovens passaram a ter contato com o discurso feminista.

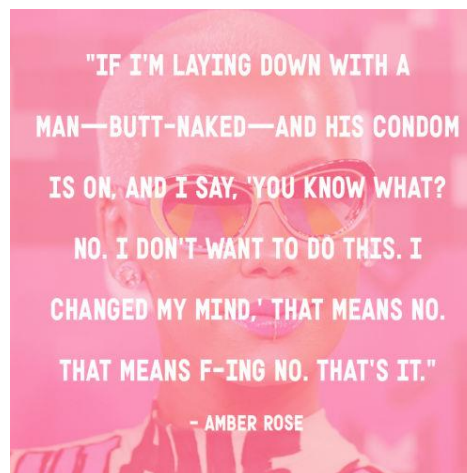
Desde então cultura do estupro tem sido um tema bastante popular nos ambientes feministas em rede e não é diferente no Tumblr. Suas principais discussões dizem respeito a como a mídia objetifica o corpo feminino tendo em vista apenas o prazer masculino, incentivando que os homens invistam sexualmente em mulheres mesmo contra sua vontade, levando-os a estuprá-las. Porém, quando o estupro ocorre, ao invés da culpa recair sobre o estuprador, ela é sempre lançada para cima da vítima, através de discursos que a culpabilizam por ter bebido, pela roupa que usava, por estar na rua até tarde e assim por diante.

Dentre as publicações sobre o tema, um texto em específico sobre uma pesquisa realizada com estudantes de uma universidade americana chama atenção:

Quase um terço dos homens (31,7%) disseram que em uma situação livre de consequências, eles forçariam uma mulher a fazer sexo, enquanto 13,6% disseram que estuprariam uma mulher. [...] No fim das contas os dois grupos estão dizendo a mesma coisa. Então como aqueles que defenderam o estupro diferem dos que “apenas” forçariam uma mulher a fazer sexo? [...] Em outras palavras, nem todos os estupradores em potencial saem por aí dizendo o quanto odeiam mulheres, e isso sugere que não existe um jeito ideal para prevenir o abuso sexual³¹

O relato dessa publicação demonstra o quão naturalizada é a ideia de que um homem tem o direito de acesso ao corpo de uma mulher, vindo a forçar suas parceiras a ter relações sexuais contra suas vontades. Essa ideia está extremamente ligada à questão do consentimento, que também foi uma das categorias que se sobressaíram, como no exemplo da figura abaixo.

Figura 2 - Imagem sobre consentimento. Fonte: Tumblr.



A imagem mostra uma frase associada à celebridade americana Amber Rose, cuja tradução é: “Se eu estou deitada com um homem - completamente nu - com a camisinha já colocada, e eu digo, ‘Quer saber? Não. Eu não quero fazer isso. Mudei de ideia’, isso quer dizer não. Isso quer dizer a p**ra de um não. E é isso”.

³¹ Texto disponível em: <<http://hellofeministbadass.tumblr.com/post/144844784181/almost-a-third-of-the-men-317-percent-said-that>>. Acesso em 1 jul. 2016.

Esse exemplo é bastante importante para que as mulheres entendam que elas não precisam fazer sexo com seus parceiros se não quiserem e isso não é um problema. Muitas se sentem na obrigação de agradar seus parceiros sexualmente, tanto por pressão da parte deles, quanto pressão social, e acabam sendo abusadas cotidianamente, muitas vezes sem terem consciência disso. Portanto, a utilização de exemplos de mulheres famosas e admiradas reproduzindo esse discurso que o feminismo defende se faz importante para o alcance de mulheres jovens cuja vida sexual está apenas começando.

Ter um exemplo na mídia parece ser muito importante para o público do Tumblr, o que se reflete no fato da categoria *representatividade* também ter se sobressaído, sendo o quinto assunto mais frequente nas publicações. A representatividade segundo as publicações analisadas está ligada à presença maior de minorias na mídia, e também que essas minorias quando representadas fujam de estereótipos. Um exemplo da importância da representatividade de acordo com o que foi observado pode ser visto no texto retirado do Twitter e compartilhado no Tumblr, cuja tradução é:

Minha sobrinha de 12 anos me disse hoje que estava triste porque ela não é bonita por não ter a pele clara. Eu a perguntei se já tinha visto Lupita e o quão linda ela era, e as suas sobrancelhas franzidas imediatamente se transformaram em um grande sorriso.
#OPoderdaRepresentação

A mulher citada no relato é a Lupita Nyong'o, atriz mexicana que obteve grande visibilidade na mídia ao ganhar o Oscar de melhor atriz coadjuvante pelo filme *12 Anos de Escravidão*. Notou-se, inclusive, durante a observação, que existe um grande número de imagens da atriz sendo compartilhadas no Tumblr por ter se tornado um ícone de beleza negra. O fato de sua figura ser tão popular nas redes sociais demonstra como é importante para as mulheres negras se verem representadas e valorizadas na mídia.

O conceito atual de representatividade já era discutido no campo das teorias feministas através da ideia de representação que se divide em três grandes planos, sendo eles:

[...] (1) representação social, que remete à representação do próprio feminismo enquanto movimento social e político; (2) representação política, que compreende as discussões acerca da identidade entre o sujeito que representa e os interesses das pessoas representadas, bem como o complexo modelo de representação que busca tornar presente aquilo que está ausente; (3) representação estética, que abrange as discussões da representação no campo da arte (RABENHORST & CAMARGO, 2013, p. 986)

O conceito de representatividade utilizado hoje nas redes, é fruto da discussão da representação no plano da estética, que também é política, uma vez que, “aqueles que têm o poder de representar e descrever os outros claramente controlam como esses outros serão vistos. O poder de representação como uma ferramenta ideológica tradicionalmente faz dele um espaço disputado” (BAHRI, 2013, p. 666). A partir disso, discute-se hoje nas redes sociais como a representação de si na mídia importa, uma vez que se enxergar apenas através de estereótipos de gênero, raça e sexualidade interfere na construção das identidades.

Apesar das discussões serem similares entre os perfis intitulados feministas nas mais diversas redes sociais, o público do Tumblr faz parte de um grupo social mais específico, uma vez que a imensa maioria das publicações são em inglês, pressupondo assim, que seus membros tenham conhecimento da língua. Mesmo em perfis cujos títulos são em português ou espanhol, presumindo então que essas seriam suas línguas maternas, a maioria das publicações continua sendo em inglês, o que permite também um alcance mais global das discussões.

Foi observado que dificilmente um membro do Tumblr expõe sua nacionalidade, sendo suas preocupações quase sempre expostas de forma geral ou global, com notícias ou relatos de pessoas do mundo todo. Isso confirma o que Chris Priestman afirma em sua matéria para o site *Kill Screen* sobre os nativos digitais, quando diz que:

A geração Y, a como somos referidos, e a geração posterior a minha, geração Z (chamados *screenagers*), foram criados com a internet e as redes sociais. Por vezes chamados de “nativos digitais”, o que confirma o ponto a que quero chegar: nós não nos sentimos mais ligados a um país ou nem possuímos o mesmo orgulho nacional que as gerações anteriores as nossas porque a nossa terra natal é online (PRIESTMAN, 2016, online, tradução nossa).

Além de demonstrar um pensamento mais global, o conteúdo compartilhado no Tumblr demonstra uma preocupação com questões sociais para além de questões de gênero, atravessando as áreas de raça, classe, sexualidade, religião, imigração, dentre outras. Isso vai de encontro ao que muitos adultos pensam sobre jovens internautas, enxergando-os apenas como uma geração que vive em uma bolha, trancados em seus quartos, interagindo com máquinas. Pelo contrário, eles interagem com pessoas de várias partes do mundo e tem se educado em relação aos mais diversos temas sociais, desenvolvendo senso crítico e vontade de mudar o mundo a sua volta.

É importante ressaltar que o Tumblr é uma rede constituída majoritariamente por jovens e adolescentes. Também se percebe um engajamento cada vez mais precoce para com questões sociais. Em matéria da Folha de S. Paulo, publicada em novembro de 2015, fala-se sobre o crescimento de coletivos feministas em escolas. Segundo a matéria, meninas a partir de 14 anos têm se organizado em coletivos influenciadas pelas redes sociais. Esse fenômeno pode explicar algumas das limitações nos discursos e no entendimento sobre feminismo de algumas delas, já que estão tendo seu primeiro contato com o movimento e ainda não possuem muita experiência na militância. Mas ao mesmo tempo, é importante ter esse contato para que ele mude a perspectiva de vida dessas jovens mulheres desde cedo e as influencie a traçar um caminho para se tornarem mais independentes e livres no futuro.

Algumas conclusões

As discussões aqui apresentados permitem um conjunto de conclusões das quais queremos destacar três.

A partir da análise das publicações percebemos que há uma apropriação de discussões teóricas acadêmicas por parte do campo feminista em rede. Esse é o caso da interseccionalidade, que inicialmente se tratava de uma categoria para analisar as diversas instâncias das diferentes opressões e foi apropriado resultando na criação de um chamado “feminismo interseccional”, passando a ser mais do que uma categoria, mas a fazer parte da identidade de um tipo de feminista. Isso mostra como a internet tem de certa forma democratizado o acesso a informação, fazendo com que discussões que antes eram estritamente acadêmicas venham a fazer parte do vocabulário das pessoas conectadas em rede.

Percebemos também uma aproximação entre pessoas de várias partes do mundo a partir das redes. Todos compartilham pautas comuns ao seu país, estado ou cidade, ao mesmo tempo que compartilham problemas vivenciados do outro lado do mundo, demonstrando sensibilidade com o sofrimento do outro ao mesmo tempo que ajudam a dar visibilidade a diversas causas. Assim sendo, existe uma comunidade global na internet que extrapola fronteiras nacionais e expande os horizontes das pessoas conectadas.

Por fim, todo esse movimento gera pedagogias, a partir do momento em que as pessoas conectadas criam uma cultura da colaboração e do compartilhamento, tornando visíveis temas antes ocultos. As redes sociais têm sido espaços educativos em que aprendemos e ensinamos, gerando um fluxo global de solidariedade e conscientização em relação às mais diversas causas sociais.

Referências

ALVAREZ , Sonia E. Para além da sociedade civil: reflexões sobre o campo feminista. **cadernos pagu**. Campinas, v. 43, p. 13-56, 2014.

BAHRI, Deepika. Feminismo e/no pós-colonialismo. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 21, n. 2, p. 659-688, 2013.

CHANG, Yi; TANG Lei; INAGAKI, Yoshiyuki; LIU, Yan. What is Tumblr: A Statistical Overview and Comparison. **SIGKDD Explorations**, v. 16, n. 1, 2014. Disponível em: <http://yichang-cs.com/yahoo/KDDExp14_Tumblr.pdf>. Acesso em: 22 mar. 2016.

COLLINS, Patricia Hill. **Black feminist thought**: knowledge, consciousness, and the politics of empowerment. 2 ed. New York: Routledge, 2000.

COLLUCCI, Cláudia; GRAGNANI, Juliana. Meninas formam coletivos feministas em escolas de ensino médio de SP. **Folha de S. Paulo**. São Paulo, 1 nov. 2015. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2015/11/1701071-meninas-formam-coletivos-feministasfarganis-em-escolas-de-ensino-medio-de-sp.shtml?cmpid=fb-uolnot>>. Acesso em: 13 ago. 2016.

CRENSHAW, Kimberlé. Demarginalizing the intersection of race and sex: A black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics. **The University of Chicago Legal Forum**, p. 139-167, 1989.

FERREIRA, Carolina. Feminismos web: linhas de ação e maneiras de atuação no debate feminista contemporâneo. **cadernos pagu**, Campinas, v. 44, p. 199-228, 2015.

FRIEDAN, Betty. **Mística Feminina**. Tradução de Áurea B. Weissenberg. Petrópolis: Editora Vozes, 1971.

HILLMAN, Serena; PROCYK, Jason; NEUSTAEDTER, Carman. Tumblr fandoms, community & culture. **Proceedings of the companion publication of the 17th ACM conference on Computer supported cooperative work & social computing**. Baltimore, p. 285-288, 2014. Disponível em: <<http://clab.iat.sfu.ca/pubs/Hillman-TumblrVideo-CSCW.pdf>>. Acesso em: 24 mar. 2016.

HOOKS, bell. **Feminist theory from margin to center**. Boston: South End Press, 1984.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. 4. ed. São Paulo: Loyola, 2003.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. **A internet e a rua**: ciberativismo e mobilização nas redes sociais. Porto Alegre: Sulina, 2013.

PRIESTMAN, Christian. **How Tumblr is shaping the next generation of teenagers**. Killscreen, 2016. Disponível em: <<https://killscreen.com/articles/tumblr-shaping-next-generation-teenagers/>>. Acesso em: 1 jul. 2016.

PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. **E-Compós**. Brasília: v. 9, p. 1-21, 2007.

RABENHORST, Eduardo; CAMARGO, Raquel. (Re)presentar: contribuições das teorias feministas à noção da representação. **Estudos Feministas**, Florianópolis: v. 21, n. 3, p. 981-1000, 2013.

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

SABAT, Ruth. Pedagogia cultural, gênero e sexualidade. **Estudos Feministas**, Florianópolis: v. 9, n.1, p. 9-21, 2001.

SAFRONOVA, Valeriya. Millennials and the Age of Tumblr Activism. **The New York Times**, New York, 19 dez. 2014. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2014/12/21/style/millennials-and-the-age-of-tumblr-activism.html?_r=0>. Acesso em: 23 mar. 2016.

SMITH, Bonnie G. **Women's studies: the basics**. New York: Routledge, 2013.

ZAGO, Gabriela da Silva. Dos Blogs aos Microblogs: Aspectos Históricos, Formatos e Características. In: VI Congresso Nacional de História da Mídia, 2008, Niterói, RJ. **Anais do VI Congresso Nacional de História da Mídia**, 2008. p. 1-15. Disponível em: <<http://interin.utp.br/index.php/vol11/article/view/222/157>> Acesso em: 22 mar. 2016.

4. ARTIGO 3

AS ESTRATÉGIAS DE VISIBILIDADE DE BLOGS FEMINISTAS NO TUMBLR³²

Resumo

O objetivo do artigo foi identificar, descrever e analisar as estratégias de visibilidade utilizadas por um grupo de blogs do site de rede social Tumblr autodeclarados feministas. O artigo foca nas estratégias de visibilidade utilizadas por esses blogs, considerando essa uma rede social jovem e com constante circulação de conteúdo feminista. Utilizamos como base teórica os estudos sobre Redes Sociais na Internet e cibercultura e pressupostos da Pedagogia Crítica. Os resultados mostram que os membros do Tumblr, ao mesmo tempo que consomem os produtos da mídia de massa, também produzem críticas através de um viés feminista que preza pela melhor representação da mulher nesses espaços.

Palavras-chave: visibilidade, feminismo, educação.

Abstract

This article aims to identify, describe and analyse the visibility strategies used by a group of self identified feminist blogs on Tumblr. The article focuses on the visibility strategies used by those blogs, considering them a young social network with a massive amount and circulation of feminist content. The theoretical framework consisted of Social Networks and Cyberculture studies, as well as Critical Pedagogy. The results show that Tumblr members consume mass media products and, at the same time, criticize them through a feminist point of view fighting for a better representation of women in these spaces.

Key-words: visibility, feminism, education.

Introdução

O nosso tempo é dominado pelas Redes Sociais na Internet (RSI), onde publicar e falar de si são palavras de ordem. A todo momento nos deparamos com as mais diversas narrativas do eu em um universo de redes, imagens e textos em constante movimento e expansão. Precisamos ser vistos para existirmos. Precisamos publicar, interagir e expor nossos gostos e subjetivades na internet. A visibilidade é uma constante nas redes e é também um valor em si. Para alcançá-la, mais do que publicizar conteúdo, são necessárias estratégias que tornem as informações visíveis, rastreáveis e interpretáveis (Santana e Couto, 2015). Essas estratégias também promovem valores e comportamentos específicos.

³² Artigo segundo as normas da Revista Educação Unisinos. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/educacao>>. Acesso em 9 mar. 2017.

Além do mais, essa constante exposição de si não consiste apenas de confissões sobre os mais íntimos desejos e sentimentos, mas também do que se acredita, posições e causas sociais e políticas. Ao se expor uma causa na internet, pretende-se torná-la visível. Portanto, as redes sociais tem se tornado com o passar dos anos espaços de debates e atos políticos efervescentes, tanto individuais quanto coletivos. E um dos movimentos que mais cresce nos últimos tempos, é o feminismo, graças, principalmente, ao grande fluxo de narrativas feministas na rede.

Tendo em vista esse contexto, o objetivo do artigo foi identificar, descrever e analisar as estratégias de visibilidade utilizadas por um grupo de pessoas autodeclaradas feministas em seus blogs na rede social Tumblr. Este estudo buscou compreender como o feminismo tem se espalhado pela rede e quais são as estratégias mais comuns para lhe dar visibilidade, considerando que uma nova geração de jovens feministas têm se formado no ciberespaço.

O artigo foca nas estratégias de visibilidade utilizadas por essas feministas nesses blogs, considerando que o Tumblr é uma rede social jovem e com constante circulação de conteúdo feminista. Sua análise é importante para se compreender que tipo de discursos são produzidos e tem circulado entre jovens mulheres quanto ao feminismo.

Redes sociais e narrativas de si

A cultura criada e moldada no ciberespaço é conhecida por cibercultura, podendo ser resumida como “o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (Lévy, 1999, p. 17). Apesar de surgir no ciberespaço, a cibercultura pode intervir no mundo *offline* e vice-versa, sendo a linha que os separa (ou separava) cada vez mais tênue. Essa característica a cada dia mais perceptível na sociedade contemporânea é também conhecida como cibridismo³³.

No ciberespaço nos deparamos com redes sociais onde se dão grande parte das interações entre os internautas. “Uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais)” (Recuero, 2009, p. 24). O que caracteriza a dinâmica das redes sociais no

³³ Mais informações sobre o que é cibridismo e suas características podem ser vistos na palestra “Cibridismo: o fim do mundo offline” de Martha Gabriel, disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=apyFQEUUTPA>. Acesso em 23 jan. 2017.

ciberespaço é que neste trabalha-se “com representações dos atores sociais, ou com construções identitárias [...]. Um ator, assim, pode ser representado por um weblog, por um fotolog, por um twitter ou mesmo por um perfil no Orkut” (Recuero, 2009, p. 25).

Da mesma forma que no cotidiano *offline* utilizamos de diversas personas para nos comunicar e socializar, na internet a possibilidade de criação e uso de diversas personas é ainda maior, sendo estas alimentadas quase sempre por narrativas de si que moldam o eu no ciberespaço, viabilizando a criação de uma identidade e de um sujeito que irá interagir e se mostrar aos demais. Nas RSI cada ator possui um perfil individual que o representará virtualmente e onde acrescentará o conteúdo que bem entender, seja referente à sua vida privada ou não.

As narrativas pessoais não devem ser vistas apenas sob a ótica de um possível narcisismo acentuado dessa época de conexões velozes. Elas oferecem, igualmente, um frescor na breve capacidade de criar e se expressar, nos modos pelos quais se tornou possível, em rede, construir identidades e subjetividades borbulhantes (Couto, 2015, p. 180).

O Tumblr

Dentro do universo de redes sociais disponíveis a apenas um clique, existe o Tumblr, criado em 2007 por David Karp e hoje composto por 333 milhões de blogs e disponível em 17 idiomas³⁴. Por ser um microblog, o Tumblr é um híbrido de blog e rede social. Os blogs tradicionais como o Blogspot possuem conteúdos de alta qualidade, porém pouca interação entre seus membros. Já redes sociais como o Facebook possuem grande índice de interação, mas, conteúdos de menor qualidade em comparação à blogosfera. Os microblogs estão na divisa entre os blogs tradicionais e as redes sociais de internet, tendo tanto qualidade de conteúdo quanto interações sociais em nível intermediário (Chang *et al.*, 2014).

Enquanto rede social, o Tumblr possui uma dinâmica de interação social semelhante a do Twitter, pois:

Enquanto nas outras redes sociais como Facebook, Orkut, etc., o foco da interação social está nos contatos pessoais entre usuários, no Twitter o foco encontra-se na qualidade e no tipo de conteúdo veiculado por um usuário específico (Santaella e Lemos, 2010, p. 67)

Não é necessário haver uma associação mútua entre membros para que tenham acesso um ao blog do outro. Pode-se seguir quem quiser sem a necessidade de autorização prévia e vice-versa. Os laços são, portanto, constituídos a partir da identificação com o que se é

³⁴ Disponível em: <<https://www.tumblr.com/about>>. Acesso em 23 jan. 2017.

publicado e não necessariamente a partir de relações anteriores ou offline com o dono ou dona do blog. Segundo Malini e Antoun (2013, p. 196), “a invenção do Tumblr e Twitter significou um novo passo na cultura blogueira”, pois antes o público dos blogs era misterioso e com a hibridização dessas plataformas de blog com as redes sociais, hoje em dia a interação dos blogs com seus seguidores é muito mais próxima e dinâmica, proporcionando ações como republicações, curtidas e menções diretas ao dono do blog.

Qualquer pessoa pode fazer parte do Tumblr, uma vez que só é solicitado um e-mail válido, o nome de usuário de sua preferência (e que ainda não tenha sido utilizado por ninguém) e uma senha. Não há nenhum tipo de burocracia para saber a real identidade de seus membros (como por vezes ocorre com o Facebook), e é comum o total ocultamento de identidade. São raros os perfis que fazem uso de fotos pessoais ou que revelam sua localização geográfica, o que torna o Tumblr um local propício para confissões e publicação de conteúdo sem amarras. O que mais importa é publicar seus gostos pessoais, suas crenças, ideias e até mesmo os mais íntimos fetiches.

Vale à pena também ressaltar que toda vez que se faz *login* na página do Tumblr uma nova imagem que foi publicada no site aparece como *background* com os devidos créditos ao blog que a publicou, demonstrando que há uma valorização do conteúdo compartilhado pelos seus membros. Em relação às postagens, o Tumblr possui uma plataforma bastante simples e interativa de fácil uso que permite o compartilhamento de diversas mídias sendo estas: texto, foto, citação, link, chat, áudio ou vídeo, visíveis na imagem a seguir tirada da minha conta pessoal na rede.

Figura 1 - Tipos de posts do Tumblr



Essa variedade de utilidades e a sua própria estrutura facilitam bastante a visualização e compartilhamento de informação, e em meio ao mar de confissões íntimas, o Tumblr se tornou também, com o tempo, uma rede com grande circulação de postagens de cunho social

e ativista. Segundo matéria escrita por Valeriya Safronova para o *The New York Times* em dezembro de 2014:

There are more than 215 million blogs on Tumblr and, according to comScore, an analytics company, 50 percent of Tumblr users are from 15 to 34 years old. The company's internal surveys show that 64 percent of users say that they care about social causes and look into them on Tumblr. These numbers suggest that millennials, who have long been pigeonholed as an apathetic bunch, have a strong interest in social issues — it's just hidden from the eyes of their elders³⁵ (Safronova, 2014).

Se tornam nítidas as potencialidades educacionais da rede à medida que muitos se informam sobre determinados temas e passam a se engajar fortemente em suas causas e em educar outras pessoas. O que pode ser percebido através não apenas da grande quantidade de compartilhamento de material educacional sobre questões sociais, mas também na criação de novos conteúdos.

O Tumblr nessa pesquisa é analisado como um exemplo de rede social em que esse tipo de interação e narrativas engajadas para com o social ocorre, auxiliando no entendimento de um quadro mais geral dos movimentos sociais no contexto da sociedade em rede (CASTELLS, 2005), em especial, o feminismo.

Percurso metodológico

A opção metodológica foi qualitativa, descritiva e analítica e a técnica utilizada para a coleta de dados foi a observação encoberta, “nesse tipo de observação, o pesquisador apenas observa o seu campo de estudo, sem que os sujeitos observados saibam que estão sendo estudados” (LASTA e BARICHELLO, 2013, p. 253). Inicialmente, foi feito um levantamento bibliográfico para a fundamentação teórica e em seguida uma análise qualitativa das publicações, fazendo com que categorias fossem construídas a partir dos dados obtidos. Tal escolha surge a partir do olhar das redes sociais enquanto artefatos culturais, onde o online e o offline se misturam e ambos estão incorporados à vida cotidiana (FRAGOSO *et al.*, 2011). Assim, uma pesquisa qualitativa seria capaz de captar as nuances desse contexto cultural.

³⁵ Existem mais de 215 milhões de blogs no Tumblr e, de acordo com a comScore, uma companhia de análise, 50% dos usuários do Tumblr tem de 15 a 34 anos. Pesquisas internas da companhia mostram que 64% dos usuários dizem que se importam com causas sociais e procuram por elas no Tumblr. Esses números sugerem que a geração Y, que há tempos vem sendo caracterizada como um grupo apático, possui um forte interesse em questões sociais - isso está apenas escondido dos olhos dos mais velhos. (Tradução nossa)

Observou-se as publicações de 10 blogs autodeclarados feministas durante o período de um mês, em maio de 2016. Antes de tudo, foi criada uma conta pessoal no Tumblr, a rede onde se hospedam os blogs observados, a fim de fazer parte desse espaço e compreender a sua dinâmica. Após a criação, foi feita uma pesquisa na caixa de busca utilizando a palavra “feminismo” sendo selecionados os cem primeiros blogs a aparecer nos resultados.

Mesmo pesquisando por uma palavra em português, muitos dos resultados eram na língua inglesa, que hoje em dia pode ser considerada a língua franca universal, e portanto, foram analisados blogs com postagens tanto em português quanto em inglês, e por vezes, em espanhol. Em seguida, foram excluídos da seleção os blogs desatualizados ou que não publicavam nada há mais de um mês. Foi utilizado o critério de assiduidade, considerando apenas os blogs que possuíam no mínimo vinte publicações por mês, chegando ao número final de dez blogs após diversas filtrações.

Após a observação e análise de todas as publicações algumas categorias surgiram dentro de três blocos principais, sendo eles: formato, fonte e tipo de publicação. O formato dizia respeito ao tipo de mídia utilizado, por exemplo, imagem, texto, vídeo, etc. Na fonte buscou-se saber de onde vinham as informações, ou seja, onde ou por quem foram produzidas, se em outras redes sociais (através de prints do Twitter ou Instagram), cinema, jornal, ou pelos próprios membros do Tumblr. Já o tipo de postagem se tratou do bloco mais complexo e com mais nuances, em que analisou-se o conteúdo das publicações, seus objetivos e vieses, por exemplo, publicações focadas em denúncias, ou que utilizam de humor, ou com viés artístico e assim por diante.

A descrição e análise das categorias mais utilizadas dentro desses três blocos, ajudou a perceber quais as estratégias de visibilidade mais populares e efetivas dentro da rede, pois eles se interligam entre si, e o conjunto *formato, fonte e tipo de publicação* constrói a constelação de conteúdos e interações no Tumblr, demonstrando o que mais chama a atenção entre os seus membros.

No Tumblr não é possível saber quais publicações são autorais ou não. Porém, assume-se que ao compartilharem tais conteúdos, os blogs seguidos expõem suas preferências, desejos, gostos, pensamentos e posições políticas. Segundo Sibilía (2008), o objetivo da exposição e espetacularização da vida íntima na web é tornar uma subjetividade visível. Assim, nos blogs analisados são apresentadas visões do que é feminismo e ser feminista. Portanto, mesmo que não exponham conteúdos autorais, as pessoas por trás dos

blogs se utilizam dos materiais que compartilham para falar de si, do que acreditam, e para serem reconhecidas por meio do que ali expõem.

Análise e resultados

Formato

O Tumblr é conhecido por ser uma rede majoritariamente visual, onde a maior parte de seu conteúdo é constituída de imagens, e isso se comprova com os resultados da coleta de dados (Tabela 1), onde 58% das postagens³⁶ são imagens, divididas entre fotografias e GIFs³⁷. Seguidas pelo texto que era o formato de 26% das publicações.

Tabela 1 - Frequência de formatos

Formato	Frequência
Fotografia	39%
Texto	26%
GIF	19%
Vídeo	8%
Citação	5%
Resposta	3%

Entender a cultura visual no Tumblr é essencial para entender a rede como um todo, assim como o uso de imagens em outras redes, como o Facebook, que influenciado pelo Tumblr, passou a aceitar GIFs em sua *timeline*. Segundo Lance Ulanoff (2016), o Tumblr teve um papel fundamental na ressurreição dos GIFs na cultura da internet. A partir do momento em que essa rede passa a ser usada principalmente para se demonstrar o amor extremo pelos gostos pessoais e/ou ídolos, e combinando isso ao crescimento de plataformas de vídeos como Youtube e Vimeo, começou-se a publicar massivamente pequenos trechos de vídeos com o que se gostava. E pelo Tumblr ter uma linha do tempo “limpa” e simples, para dar ênfase especial ao visual, ele se tornou o local ideal para o compartilhamento dos GIFs.

³⁶ O número total de postagens para se chegar a essas porcentagens foi de 306.

³⁷ Sigla para *Graphics Interchange Format* (Formato para Intercâmbio de Gráficos). GIFs são basicamente uma animação sem áudio e limitada visualmente em loop.

Como GIFs não possuem áudios, os usuários passaram a incorporar legendas para que se soubesse o que se falava nos vídeos de onde os trechos foram tirados. Essa intervenção abriu portas para que outras experimentações fossem feitas, principalmente levando-se em consideração que é muito simples para um usuário médio da internet criar GIFs através de programas como o Photoshop (Miglioli e Barros, 2013). Os GIFs se tornaram um fenômeno tão grande dentro e fora do site que o blog oficial do Tumblr chegou a brincar dizendo que essas animações substituíram a obsoleta linguagem escrita³⁸.

Com o passar do tempo, foram criadas também formas específicas de organização de imagens no Tumblr, através dos *gifsets*³⁹ e *photosets*⁴⁰, conjuntos de imagens combinadas e diagramadas que compõem um mesmo post (Amaral, 2016). “Através desse recurso, usuários conseguem reproduzir cenas inteiras através de GIFs sequenciais retirados de conteúdo audiovisual e, até mesmo, criar suas próprias narrativas” (Amaral, 2016, p. 58). Um exemplo de estrutura de *gifset* pode ser visto na imagem a seguir.

Figura 2 - *Gifset*⁴¹



Passando para o texto, o segundo formato predominante, vale à pena ressaltar que diferentemente de plataformas de *microblogging* como o Twitter, o Tumblr não tem limites de

³⁸ Disponível em: <<https://staff.tumblr.com/post/120720833005/since-gifs-have-replaced-written-language-were>>. Acesso em 25 jan. 2017.

³⁹ Conjunto de GIFs.

⁴⁰ Conjunto de fotos.

⁴¹ Disponível em: <<http://lionsdance.tumblr.com/post/145161284093/ambers-heard-we-are-you-amber-heard-supports>>. Acesso em 25 jan. 2017.

caracteres, o que proporciona a criação e compartilhamento de textos maiores e com análises mais complexas sobre os mais diversos temas. Além de que, é impossível comentar qualquer publicação sem reblogá-la. A partir do momento que se comenta, o conteúdo comentado passa a aparecer em sua página pessoal. Isso gera um fluxo enorme de conteúdo e discussão. Além do mais, os comentários podem ser feitos tanto em formato de texto quanto em imagem, permitindo misturas e formas de expressão do modo com o qual o usuário se sente mais à vontade.

Quanto às demais possibilidades de formato permitidas pelo Tumblr, não notou-se um uso significativo. Sendo os formatos mais utilizados e populares os textos, fotos e GIFs.

Fonte

Percebemos que grande parte do conteúdo publicado possuía como fonte a mídia de massa, como telejornais, grandes portais de notícia, filmes, séries de TV e peças publicitárias. Isso conecta-se com o fato de que no Tumblr existe uma gama de discussões e conteúdos relacionados à cultura pop, sendo um local de constante demonstração de amor e admiração pelos ídolos. Quase não se há conteúdo produzido de forma amadora como é o caso de redes como Facebook e Twitter.

Notamos também que há uma grande circulação de conteúdos de outras redes sociais como o Twitter e o Instagram. Esse tipo de conteúdo aparece no Tumblr em formato de *prints*⁴², demonstrando uma interconexão entre essas redes, sendo comum o fluxo de discussões, não se resumindo aos temas fechados de cada rede. A predominância de conteúdo proveniente do Twitter (cerca de 34% do total), demonstra a influência dessa rede nos debates de alcance global e como ela funciona como uma ágora de discussões e circulação de informação.

Tabela 2 - Frequência de fonte

Fonte	Frequência
Mídia	44%
Twitter	34%
Pessoal/Amador	18%
Instagram	4%

⁴² Captura de tela.

Os conteúdos de fonte pessoal eram geralmente vídeos curtos ou pequenos textos de desabafo ou dando conselhos de como se comportar ou pensar de acordo com um “bom feminismo”. Eles se enquadravam em um estilo mais confessional, que ocorre bastante no Tumblr, mas não tanto quanto a exposição do que se gosta através do *reblog* de GIFs e imagens dos ídolos ou de causas com as quais se simpatiza. Outro tipo de conteúdo pessoal comum são as artes visuais ou poemas com mensagens feministas, mas cuja autoria não pode ser localizada, portanto, não se sabe se foram artes criadas pelas pessoas atrás do blog ou por terceiros. De qualquer forma, esse tipo de conteúdo artístico mais pessoal e independente fugia do padrão de imagens e textos advindos da mídia de massa.

Tipos de publicação

Essa foi a categoria mais complexa, que exigiu mais atenção e sensibilidade para se perceber as nuances de cada publicação, podendo uma só publicação pertencer a mais de uma categoria. Uma das categorias predominantes foi a de cunho informativo. Foram consideradas como tal, matérias de jornal, quadros explicativos, textos ou imagens sobre fatos históricos, curiosidades, infográficos, trechos de documentários e qualquer tipo de conteúdo que possuísse como objetivo principal informar seus leitores sobre algo considerado importante ou relevante.

Uma das principais características desse tipo de publicação eram seus longos textos explicativos. A falta de limite de caracteres permite a publicação de textos extensos sobre os mais diversos temas, assim como longas discussões em que cada usuário expõe minuciosamente suas opiniões e pontos de vista em relação a cada postagem. Geralmente esses textos mais longos vêm acompanhados de imagens ilustrativas. A organização de imagem e texto nesse tipo de publicação lembra bastante a estrutura de matérias de jornais online, o que permite que o Tumblr seja utilizado também como uma fonte de informação sobre o que acontece no mundo, e no caso desse grupo de blogs feministas, do que concerne aos direitos ou história das mulheres.

Tabela 3 - Tipos de publicação

Tipo de publicação	Frequência
Informativo	19%
Arte	15%
Exemplos de mulheres	13%
Denúncia	10%
Desabafo	10%
Humor	7%
Conselhos	5%
Campanha virtual	5%
Protesto	4%
Autoajuda	3%
Citação de teórica feminista	3%
Crítica a empresas	1%

A segunda categoria mais frequente foi *arte*, considerei conteúdo de cunho artístico, aqueles constituídos de poemas, artes visuais, quadrinhos ou arte de rua, geralmente com mensagens feministas, produzidas autonomamente e compartilhadas pelos membros. Um exemplo desse tipo de publicação de cunho artístico e com mensagens feministas pode ser visto na imagem abaixo.

Figura 3 - *Stand up for your rights*



Na imagem cuja tradução é “lute por seus direitos”, vê-se três mulheres com placas relativas aos direitos reprodutivos femininos. Esse é um exemplo de publicação que se enquadra na categoria de arte, pois geralmente incluem desenhos feitos por artistas independentes com mensagens de apoio às causas feministas. E sendo o Tumblr uma rede que incentiva a criatividade e a veia artística dos seus membros era de se esperar esse tipo de conteúdo com apelo visual.

As publicações dessa categoria frequentemente possuíam mensagens positivas ou frases de impacto que visavam reafirmar o status de feminista de quem as compartilhava. Também era comum se representar diferentes biotipos, etnias, raças, em suma, a diversidade das mulheres através dos desenhos. Um dos exemplos está na imagem a seguir onde se vê uma mulher deficiente, uma mãe, uma muçulmana, uma *butch*, uma cadeirante e assim por diante. A mensagem escrita diz “forte pra caramba”, e todas as mulheres unidas formam um coração. Esse é o tipo de positividade presente nas artes feministas compartilhadas no Tumblr.

Figura 4 - *Strong as hell*



Essa preocupação em se mostrar a diversidade das mulheres se relaciona com o terceiro tipo de publicação mais frequente, que diz respeito ao uso de mulheres ilustres ou fora do padrão hegemônico de feminilidade como forma de inspiração. Geralmente são publicadas fotos de mulheres negras, gordas ou deficientes para que se vejam corpos e fenótipos fora do padrão frequentemente exposto na mídia de massa. Também eram frequentes os exemplos de mulheres que de certa forma auxiliaram no progresso da ciência, ou mulheres notáveis na história e na sua área de atuação.

Segundo Kellner (2001), “o rádio, a televisão, o cinema e os outros produtos da indústria cultural fornecem os modelos daquilo que significa ser homem ou mulher, bem-sucedido ou fracassado, poderoso ou impotente”. Esse tipo de representação também altera a percepção das mulheres sobre elas mesmas fazendo com que nunca se vejam de forma humanizada ao serem constantemente sexualizadas nos produtos midiáticos.

O que aprendemos através de artefatos culturais como a mídia de massa é chamado de pedagogias culturais. Uma das questões centrais dessas pedagogias é a representação dos sujeitos na mídia e como ela ensina modos de pensar e agir. No caso das mulheres, suas representações as fazem se preocupar mais com a aparência do que com o intelecto, com serem líderes ou influentes politicamente. Daí vem a importância de haver boas representações na mídia e de conteúdo produzido por mulheres para mulheres, indo de encontro à hegemonia masculina que controla os produtos midiáticos.

Mostrar mulheres com corpos e fenótipos mais próximos aos da maioria e com as quais é possível haver uma maior identificação, fazem parte do que os membros do Tumblr chamam de representatividade, e que se faz importante como uma alternativa ao que a mídia

costuma ignorar. Dessa forma, se enxergar em artefatos culturais é importante para a construção da auto-estima e para a auto-aceitação, o que é essencial para uma boa saúde mental. Além disso, a compartilhagem de informação sobre mulheres importantes na história auxilia no incentivo das jovens a seguirem seus próprios caminhos, a fim de tentarem feitos importantes espelhadas nessas mulheres ilustres e/ou admiráveis.

Nesse ponto percebemos uma aparente contradição. A maior parte do conteúdo publicado no Tumblr vem da mídia de massa, influenciado pela cultura pop, porém, ao mesmo tempo, os membros do Tumblr aparentam possuir um certo senso crítico em relação a essa mídia hegemônica. Conjuntamente ao consumo desses produtos culturais, se exige mais representatividade e também se critica e se denuncia o que vai de encontro aos seus ideais enquanto pessoas autodeclaradas feministas.

Nota-se então uma similaridade com os pressupostos da pedagogia crítica. Henry Giroux (2008), ao analisar artefatos midiáticos tais como filmes de Hollywood e desenhos da Disney, destaca que eles, ao mesmo tempo que reafirmam estereótipos de gênero e raça, dão condições para que, por intermédio de uma pedagogia crítica, essas narrativas sejam reescritas através do desenvolvimento de mecanismos de resistência contra os discursos hegemônicos.

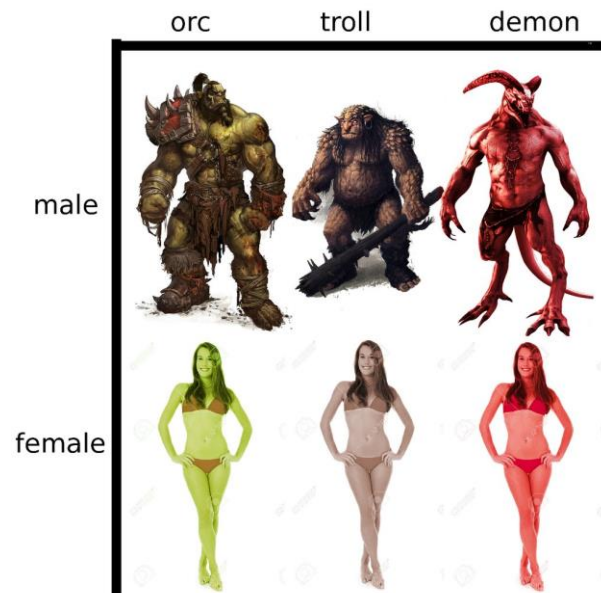
A pedagogia crítica atenta à produtividade dos artefatos da cultura e os investiga para denunciar as formas de ideologia e dominação presentes nos discursos e representações que produzem. O que vemos é uma pedagogia politicamente engajada, que atrela fortemente o papel do educador ao processo de mudar sua realidade sócio-cultural (Andrade, 2015, p. 5).

A pedagogia crítica se une a outra das categorias predominantes que foi *denúncia*. Era muito comum se denunciar artistas ou programas de TV com atitudes machistas, racistas ou consideradas opressoras de alguma maneira. Como em um texto que denuncia o Johnny Depp após acusações de violência doméstica do ator para com a sua esposa. Aparentemente a grande mídia estava ignorando o caso e os membros do Tumblr publicaram inúmeros posts o denunciando e demonstrando apoio a sua ex-companheira.

Outro exemplo é o *gifset* de uma apresentadora da previsão do tempo de um telejornal sendo obrigada a usar um casaco durante sua fala, pois o foram recebidos diversos e-mails de telespectadores incomodados com o vestido que ela usava. Essa publicação incluía *tweets* indignados com a postura do jornal diante da situação e link para uma matéria sobre o caso. Isso mostra a integração do Tumblr com o Twitter e os grandes canais de comunicação, assim como um engajamento com o que ocorre na mídia, e no caso da comunidade feminista no Tumblr, o que ocorre com mulheres na mídia.

Porém, apesar desses tipos de publicação aparentarem ser bastante sérios, o Tumblr é conhecido também pelo seu humor, como por exemplo na imagem a seguir que ao mesmo tempo em que denuncia a hipersexualização de mulheres nos games, utiliza de humor para tal.

Figura 4 - Uso de humor⁴³



Branagan (2007) revela em seu estudo sobre humor e ativismo, que o humor é altamente inclusivo e pode ser utilizado para convencer pessoas a apoiar argumentos específicos, para comunicar algo ou para chegar a mais pessoas. Ao rir de uma piada se mostra uma aceitação e entendimento de uma determinada cultura ou simbologia. Quando se ri de uma piada de cunho feminista compreende-se um entendimento desse movimento político, muitas vezes em relação a tópicos profundos e difíceis.

No caso dessa imagem, demonstra-se um entendimento sobre a hipersexualização de personagens femininas nos jogos. Mesmo sendo criaturas mágicas essas figuras femininas serão sexualizadas de uma forma diferente da dos masculinos, que são comumente mais complexos e diversos. Até personagens que deveriam ser assustadoras, como no caso de trolls, orcs e demônios, se tornam sensuais e são vestidas de forma insinuante. Ao se perceber a graça dessa imagem, obviamente exagerada, os usuários do Tumblr demonstram entender tanto da cultura dos videogames, quanto possuir uma visão crítica da representação de figuras femininas nesses jogos, colocando em prática uma pedagogia crítica da mídia. Além do mais,

⁴³ Disponível em: <<http://radical-feminsim.tumblr.com/post/144546475202/susiethe-moderator-fragilefontaine-rottikins#notes>>. Acesso em 26 jan. 2017.

essa grande quantidade de publicações humorísticas rompem com o senso comum de que feministas não tem senso de humor.

Considerações finais

A análise dos conteúdos postados nos blogs nos levam a diversas conclusões, das quais destacamos três.

Primeiro, observamos que no Tumblr são fornecidas narrativas e representações alternativas ao padrão hegemônico disseminado na mídia de massa do que é ser mulher, assim como também se questiona e se exige uma melhor representação da mulher e de minorias na mídia de massa, colocando-se em prática uma pedagogia crítica com viés feminista.

Em segundo, os participantes do Tumblr ao mesmo tempo que aprendem, disseminam conhecimento sobre a situação da mulher na contemporaneidade e da importância do feminismo para uma igualdade entre os sexos. Isso gera uma pedagogia de compartilhamento tanto para o auto-aprendizado quanto para educar aos demais, assim como incentiva a criatividade e a criação de conteúdo, seja artístico ou humorístico, aprendendo e ensinando sobre feminismo através dos mais diversos vieses.

A terceira e última conclusão é de que a visibilidade na rede não é apenas para o eu, mas também para uma causa. Se utiliza dessas narrativas para visibilizar causas maiores e também para educar. Não se trata de um processo narcisista cujo foco é apenas o eu, mas sim em uma causa social. Isso demonstra que não se está sozinho e que existem muitas outras pessoas que enxergam as injustiças do mundo de forma crítica, e essa mudança no pensamento é o primeiro passo para mudanças mais profundas na sociedade.

Referências

AMARAL, L. L. 2016. *As apropriações do GIF animado: Aspectos culturais, expressivos e afetivos dos usos de uma tecnologia defasada*. Porto Alegre, RS. Dissertação de mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 279p.

ANDRADE, P. D. 2015. Pedagogias culturais: as condições teóricas que possibilitaram a emergência do conceito. In: 6º Seminário Brasileiro de Estudos Culturais/ 3º Seminário Internacional de Estudos Culturais - Educação, Transgressões e Narcisismos, 2015, Canoas. *Anais Eletrônicos Bianual*, v. 1. p. 1-12.

BRANAGAN, M. 2007. Activism and the Power Of Humor. *Australian Journal of Communication* 34(1), 41-54.

- CHANG, Y. et al. 2014. What is Tumblr: A Statistical Overview and Comparison. *SIGKDD Explorations*, Vol. 16(1). Disponível em: <http://yichang.cs.com/yahoo/KDDExp14_Tumblr.pdf>. Acesso em: 22 mar. 2016.
- COSTA, M. V.; ANDRADE, P. D. 2015. Na produtiva confluência entre educação e comunicação, as pedagogias culturais contemporâneas. *Perspectiva* (UFSC), v. 33, p. 843-862.
- COUTO, E. 2015. Educação e redes sociais digitais: privacidade, intimidade inventada e incitação à visibilidade. In: *Em Aberto*, Brasília, v. 28, n. 94, jul./dez, p. 51-61.
- FRAGOSO, S. et al. 2011. *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre, Sulina.
- GIROUX, H. 2008. Memória e Pedagogia no maravilhoso Mundo da Disney. In: SILVA, T. (Org.). *Alienígenas na sala de aula: uma introdução aos estudos culturais em educação*. 7. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, p. 132-158
- KELLNER, D. 2001. *A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Trad. Ivone Castilho Benedett. Bauru, SP: EDUSC.
- LASTA, E.; BARRICHELLO, E. 2013. Proposta de uma matriz de análise de estratégias sociotécnicas de visibilidade e legitimidade presentes em blogs corporativos. In: *Intercom – RBCC*. São Paulo, v.36, n.1, p. 249-268, jan./jun. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/interc/v36n1/13.pdf>> . Acesso em: 21 mar. 2016.
- LÉVY, P. 1999. *Cibercultura*. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo, Editora 34.
- MALINI, F.; ANTOUN, H. 2013. *A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais*. Porto Alegre: Sulina.
- MIGLIOLI, S.; BARROS, M. 2013. Novas tecnologias da imagem e da visualidade: GIF animado como videoarte. *Sessões do Imaginário*, v. 18, p. 68-75.
- RECUERO, R. 2009. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre, Sulina.
- SAFRONOVA, V. 2014. Millennials and the Age of Tumblr Activism. *The New York Times*, New York, 19 dez. 2014. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2014/12/21/style/millennials-and-the-age-of-tumblr-activism.html?_r=0>. Acesso em: 23 mar. 2016.
- SANTAELLA, L.; LEMOS, R. 2010. *Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter*. São Paulo: Paulus.
- SANTANA, C.; COUTO, E. 2015. Estratégias de visibilidade e ações docentes no Twitter. In: 37 Reunião Nacional da ANPED, 2015, Florianópolis. *Anais 37 ANPED*. Florianópolis: EDUFSC, v. 1. p. 1-15.
- SIBILIA, P. 2008. *O show do eu: A intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira.

ULANOFF, L. 2016. The secret history of the GIF. Disponível em:
<<http://mashable.com/2016/08/10/history-of-the-gif/#Tg3cwyFraQw>>. Acesso em 25 jan.
2017.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Visando contribuir com as pesquisas sobre movimentos sociais na cibercultura e suas pedagogias este estudo teve como objetivo compreender como o feminismo tem sido disseminado em rede e que tipos de pedagogias ele cria a partir da análise de narrativas de blogs autodeclarados feministas no Tumblr. Para tanto, a pesquisa usou como base as pedagogias culturais e feministas surgidas a partir da pedagogia crítica para compreender o papel das narrativas de si na construção e disseminação do feminismo em rede. Para se alcançar uma compreensão sobre o problema de pesquisa, três estudos interdependentes foram realizados culminando na escrita dos artigos presentes na dissertação.

O primeiro artigo discutiu sobre o uso de narrativas online a partir da análise da campanha *Who Needs Feminism*. Esse estudo ajudou a perceber o importante papel exercido pelas narrativas de si para o feminismo em rede, pois várias mulheres compartilham suas experiências e vivências positivas ou negativas na internet. Ao se ter contato com essas outras experiências comuns se percebem as opressões em comum sofridas, criando-se uma rede de apoio na internet entre essas mulheres. Essas narrativas são ainda mais impulsionadas a partir do uso de hashtags e campanhas virais como #NãoMereçoSerEstuprada e #QuemPrecisaDoFeminismo, onde diversas mulheres se juntam para desabafar e tornar visível a sua dor e sua necessidade do feminismo.

Esse tipo de campanha proporciona, muitas vezes, o primeiro contato de várias mulheres com o feminismo. A partir do momento em que elas entram em contato com ideias feministas na rede, discutem e refletem sobre elas, isso é passado também para outros âmbitos da vida de cada um. Nesse momento as pedagogias feministas entram em contato com as pedagogias das conexões, uma vez que o contato entre pessoas interessadas nas mesmas coisas ou que enfrentam os mesmos problemas gera uma disposição à colaboração e à criação de uma rede de apoio-mútuo, onde se aprende e se ensina simultaneamente.

O segundo artigo mostrou que existe uma apropriação de discussões teóricas acadêmicas por parte dos membros do Tumblr. Como foi o caso da interseccionalidade, que inicialmente se tratava de uma categoria para analisar as diversas instâncias das diferentes opressões e foi apropriada resultando na criação de um chamado “feminismo interseccional”, passando a ser mais do que uma categoria, mas a fazer parte da identidade de um tipo de feminista. Isso mostrou como a internet tem de certa forma democratizado o acesso a

informação, fazendo com que discussões que antes eram estritamente acadêmicas se tornem parte do vocabulário das pessoas conectadas em rede. Além do mais, esse “feminismo interseccional” demonstra uma preocupação para com questões além do gênero, revelando que a aproximação com um ambiente ativista gera uma empatia para com outras lutas.

Percebe-se também a criação de uma comunidade global, a partir da aproximação de pessoas de várias partes do mundo no Tumblr. Todos compartilham pautas comuns ao seu país, estado ou cidade, ao mesmo tempo que compartilham problemas vivenciados do outro lado do mundo, demonstrando sensibilidade com o sofrimento do outro ao mesmo tempo que se ajuda a dar visibilidade a diversas causas. Isso evidencia-se a partir da grande quantidade de publicações em inglês independente do país de origem da pessoa, isso revela também que o público do Tumblr possui certa fluência nessa língua, colaborando no rompimento de determinadas fronteiras culturais e linguísticas, e gerando um capital cultural bastante vasto a partir do consumo de conteúdo publicado na rede que vem de diversas partes do mundo.

No terceiro artigo, após a análise das estratégias de visibilidade dos blogs, aponta-se para o uso do Tumblr no fornecimento de narrativas e representações alternativas ao padrão hegemônico disseminado na mídia de massa do que é ser mulher, assim como também se questiona e se exige uma melhor representação da mulher e de minorias nessa mídia, colocando-se em prática uma pedagogia crítica com viés feminista. Isso demonstra o auxílio do Tumblr na construção de um senso crítico em relação à mídia e à própria sociedade, a partir do consumo e compartilhamento de conteúdo esse jovens passam a questionar suas realidades e o *status quo* ao se depararem com relatos, denúncias e experiências alheias e de toda a parte do globo.

Novamente se percebem traços da pedagogia das conexões e do compartilhamento, pois com o Tumblr se aprende e se ensina aos demais, assim como há um incentivo à criatividade e à criação de conteúdo que exploram o lado artístico e/ou humorístico de seus membros. Também nota-se que a visibilidade na rede não é apenas para o eu, mas também para uma causa. Se utiliza de diversos tipos de narrativas para visibilizar causas maiores. Não se trata de um processo narcisista cujo foco é apenas o eu, mas sim em uma causa social.

A partir do cruzamento dos resultados dos artigos percebe-se que as jovens mulheres estão tendo contato cada vez mais cedo com o feminismo, uma vez que ele está bastante presente nas redes sociais, através dos mais variados tipos de narrativa. Essas jovens demonstram possuírem um entendimento de conceitos feministas e estão constantemente consumindo e ao mesmo tempo criticando o que é produzido pela mídia. Não se consome

cegamente e acriticamente o que é fornecido e os papéis pré-estabelecidos de gênero são a todo momento colocados à prova.

Embora não se tenha como saber se essas jovens possuem uma vida política ativa *offline*, suas publicações demonstram uma nova mentalidade e um grande inconformismo em relação a temas como machismo, racismo e sexualidade. Se exige espaço na mídia, na política, nas grandes instituições e em locais de liderança. Através das redes sociais as minorias têm um espaço para falarem e serem ouvidas. Essas redes são também espaços de união onde diversas pessoas com os mesmos ideais podem se unir em torno de uma causa e ajudá-la a se tornar visível.

Em relação ao Tumblr, uma de suas maiores vantagens em relação a outras redes sociais, em especial o Twitter, é que não há limite para o tamanho das postagens. Essa flexibilidade abre espaço para um diálogo maior, mais modos de se expressar e permite o seu uso para a criação de uma consciência em relação aos problemas sociais. Não dá para se afirmar que o Tumblr é uma utopia feminista perfeita onde todos se entendem e se respeitam, obviamente existem conflitos e equívocos em relação ao próprio feminismo. Porém, percebeu-se a partir da observação desses blogs, que o Tumblr tem sido ultimamente um bom espaço para discussões e auto-aprendizado em relação ao feminismo e as lutas de outras minorias por justiça social. Isso gera esperança, pois a primeira e mais importante mudança a ser feita é a interior, quando adquirimos consciência sobre nossa realidade social e decidimos tentar sair de uma realidade de repressão e abusos rumo à liberdade.

6. REFERÊNCIAS

ALVAREZ, S. E. Para além da sociedade civil: reflexões sobre o campo feminista. **cadernos pagu**. Campinas, v. 43, p. 13-56, 2014.

ALVES, B.; PITANGUY, J. **O que é feminismo**. São Paulo: Abril Cultural, 1985.

AMARAL, A.; NATAL, G.; VIANA, L. Netnografia como Aporte Metodológico da Pesquisa em Comunicação Digital. In: **Revista Sessões do Imaginário**, Porto Alegre, v. 2, n. 20, dez./2008, p. 34-40.

AMARAL, L. L. **As apropriações do GIF animado**: Aspectos culturais, expressivos e afetivos dos usos de uma tecnologia defasada. Porto Alegre, RS. Dissertação de mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2016, 279p.

ANDRADE, P. D. Pedagogias culturais: as condições teóricas que possibilitaram a emergência do conceito. In: 6º Seminário Brasileiro de Estudos Culturais/ 3º Seminário Internacional de Estudos Culturais - Educação, Transgressões e Narcisismos, 2015, Canoas. **Anais Eletrônicos Bianual**, 2015, v. 1. p. 1-12.

BAHRI, D. Feminismo e/no pós-colonialismo. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 21, n. 2, p. 659-688, 2013.

BARBOSA, J. Formatos insubordinados de dissertações e teses na Educação Matemática. In: Beatriz Silva D'Ambrósio; Celi Espasandin Lopes. (Org.). **Vertentes da subversão na produção científica em Educação Matemática**. 1ed. Campinas: Mercado de Letras, 2015, v. 1, p. 347-367.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BAUER, M. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (ed.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. Tradução de Pedrinho A. Guareschi. 7. Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008, p. 189-217.

BAUER M; GASKELL, G.; ALLUM, N. C. Qualidade, quantidade e interesses do conhecimento: evitando confusões. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (ed.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. Tradução de Pedrinho A. Guareschi. 7. Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008, p. 17-36.

BAUMAN, Z. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.

BRANAGAN, M. Activism and the Power Of Humor. **Australian Journal of Communication**, 34(1), 2007, 41-54.

CAMOZZATO, V.; COSTA, M. Vontade de pedagogia – pluralização das pedagogias e condução de sujeitos. **Cadernos de Educação**, Pelotas, RS, n. 44, jan./abr. 2013. Disponível em: <<https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/caduc/article/viewFile/2737/2489>>. Acesso em: 30 nov. 2016.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. Tradução de Roneide Venâncio Majer. São Paulo, Editora Paz e Terra, 8ed. 2005.

CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da Internet**. Trad. de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2013.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 4ª edição, São Paulo: Makron Books, 1996.

CHANG, Y. et al. What is Tumblr: A Statistical Overview and Comparison. **SIGKDD Explorations**, Vol. 16(1), 2014. Disponível em: <http://yichang.cs.cmu.edu/KDDExp14_Tumblr.pdf>. Acesso em: 22 mar. 2016.

COLLINS, P. **Black feminist thought: knowledge, consciousness, and the politics of empowerment**. 2 ed. New York: Routledge, 2000.

COLLUCCI, C.; GRAGNANI, J. Meninas formam coletivos feministas em escolas de ensino médio de SP. **Folha de S. Paulo**. São Paulo, 1 nov. 2015. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2015/11/1701071-meninas-formam-coletivos-feministasfarganis-em-escolas-de-ensino-medio-de-sp.shtml?cmpid=fb-uolnot>>. Acesso em: 13 ago. 2016.

COSTA, M.; ANDRADE, P. Na produtiva confluência entre educação e comunicação, as pedagogias culturais contemporâneas. **Perspectiva** (UFSC), v. 33, p. 843-862, 2015.

COUTO, E. Políticas do pós-humano: interfaces dos corpos, das sexualidades e das tecnologias digitais. Em COUTO, Edvaldo Souza. **Corpos voláteis, corpos perfeitos**. Estudos sobre estéticas, pedagogias e políticas do pós-humano. Salvador, EDUFBA, 2012, pp 15-40.

COUTO, E. Pedagogias das conexões: Compartilhar conhecimentos e construir subjetividades nas redes sociais digitais. In: PORTO, Cristiane; SANTOS, Edméa (Org.). **Facebook e Educação: Publicar, curtir, compartilhar**. 1 ed. Campina Grande: EDUEPB, 2014, v. 1, p. 47-66.

COUTO, E. Educação e redes sociais digitais: privacidade, intimidade inventada e incitação à visibilidade. **Em Aberto**, Brasília, v. 28, n. 94, jul./dez. 2015, p. 51-61.

CRENSHAW, K. Demarginalizing the intersection of race and sex: A black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics. **The University of Chicago Legal Forum**, p. 139-167, 1989.

FABBRI, L. **Apuntes sobre feminismos y construcción de poder popular**. 1 ed. Rosario: Puño y letra, 2013.

FARGANIS, S. O feminismo e a reconstrução da ciência social. In: JAGGAR, Alison M.; BORDO, Susan R. (Org.). **Gênero, corpo, conhecimento**. Tradução de Brítta Lemos de Freitas. Rio de Janeiro: Record: Rosa dos Tempos, 1997, p. 224-240.

FERREIRA, C. Feminismos web: linhas de ação e maneiras de atuação no debate feminista contemporâneo. **cadernos pagu**, Campinas, v. 44, p. 199-228, 2015.

FISCHER, R. M. B. O estatuto pedagógico da mídia: questões de análise. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, RS, v. 22, n. 22, jul./dez. 1997, p. 59-80.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre, Sulina, 2011.

FRIEDAN, B. **Mística Feminina**. Tradução de Áurea B. Weissenberg. Petrópolis: Editora Vozes, 1971.

GIROUX, H.; MCLAREN, P. Por uma pedagogia crítica da representação. In: SILVA, Tomaz Tadeu; MOREIRA, Antônio Flávio (Org.). **Territórios contestados: o currículo e os novos mapas culturais**. Petrópolis: Vozes, 1995. p. 144-158

GIROUX, H. Memória e Pedagogia no maravilhoso Mundo da Disney. In: SILVA, T. (Org.). **Alienígenas na sala de aula: uma introdução aos estudos culturais em educação**. 7. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008, p. 132-158

GIROUX, H. Praticando estudos culturais nas faculdades de educação. In: SILVA, Tomaz Tadeu (Org.). **Alienígenas na sala de aula**. 9 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011. p. 83-100.

GRILLO, C.; OLIVEIRA, G.; BUSCATO, Marcela. A Primavera das Mulheres. **Época online**, 7 nov. 2015. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/vida/noticia/2015/11/primavera-das-mulheres.html>>. Acesso em: 29 abr. 2016.

HARAWAY, D. J. Manifesto ciborgue: Ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX. In: TADEU, Tomaz (org. e trad.). **Antropologia do ciborgue: As vertigens do pós-humano**. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009. p. 33-118.

HILLMAN, S.; PROCYK, J.; NEUSTAEDTER, C. Tumblr fandoms, community & culture. **Proceedings of the companion publication of the 17th ACM conference on Computer supported cooperative work & social computing**. Fevereiro 2014, Baltimore, Maryland, USA. p. 285-288. Disponível em: <<http://clab.iat.sfu.ca/pubs/Hillman-TumblrVideo-CSCW.pdf>>. Acesso em: 24 mar. 2016.

HOOKS, b. **Feminist theory from margin to center**. Boston: South End Press, 1984.

KEEN, A. **Vertigem Digital: por que as redes sociais estão nos dividindo, diminuindo e desorientando**. Tradução de Alexandre Martins. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

KELLNER, D. **A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Trad. Ivone Castilho Benedett. Bauru, SP: EDUSC, 2001

KELLNER, D. Lendo imagens criticamente: em direção a uma pedagogia pós-moderna. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Alienígenas na sala de aula: uma introdução aos estudos culturais em educação**. 7. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008. p. 104-131

LARROSA, J. Tecnologias do eu e educação. In: Silva, Tomaz Tadeu. **O sujeito da educação**. Petrópolis: Vozes, 1994, p.35-86.

LASTA, E.; BARRICHELLO, E. Proposta de uma matriz de análise de estratégias sociotécnicas de visibilidade e legitimidade presentes em blogs corporativos. In: **Intercom – RBCC**. São Paulo, v.36, n.1, p. 249-268, jan./jun. 2013. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/interc/v36n1/13.pdf>> . Acesso em: 21 mar. 2016.

LEÓN, V. Mujer y globalización: el planeta de los simios locos. In: **Mujeres en Red**. 2001. Disponível em: <<http://www.nodo50.org/mujeresred/spip.php?article1579>>. Acesso em 19 abr. 2016.

LÉVY, P. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. 4. ed. São Paulo: Loyola, 2003.

LÉVY, P. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo, Editora 34, 1999.

MALINI, F.; ANTOUN, H. **A internet e a rua**: ciberativismo e mobilização nas redes sociais. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MATTOS, C. Tecnologia Digital e Pesquisa Etnográfica. In: Paula Almeida de Castro. (Org.). **Inovação, Ciência e Tecnologia**: desafios e perspectivas na contemporaneidade. 1ed. Campina Grande: Realize, 2015, v. 1, p. 192-208.

MIGUEL, A.; BOIX, M. Os gêneros da rede: os ciberfeminismos. In: NATANSOHN, Graciela (Org.). **Internet em código feminino**: Teorias e práticas. Buenos Aires: La Crujía, 2013, p. 39-75.

MIGLIOLI, S.; BARROS, M. Novas tecnologias da imagem e da visualidade: GIF animado como videoarte. **Sessões do Imaginário**, v. 18, 2013, p. 68-75.

MINAYO, M. C. **O desafio do conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. São Paulo: Hucitec, 10.ed, 2007.

PENNY, L. **Cybersexism**: Sex, Gender and Power on the Internet. Londres: Bloomsbury Publishing, 2013.

PRETTO, N.; ASSIS, A. Cultura digital e educação: redes já! In: PRETTO, Nelson; SILVEIRA, Sérgio (Org.). **Além das redes de colaboração**: internet, diversidade cultural e tecnologias do poder. Salvador: EDFUBA, 2008, p. 75-83.

PRIESTMAN, C. **How Tumblr is shaping the next generation of teenagers**. Killscreen, 2016. Disponível em: <<https://killscreen.com/articles/tumblr-shaping-next-generation-teenagers/>>. Acesso em: 1 jul. 2016.

PRIMO, A. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. **E-Compós**. Brasília: v. 9, p. 1-21, 2007.

RABENHORST, E.; CAMARGO, R. (Re)presentar: contribuições das teorias feministas à noção da representação. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 21, n. 3, p. 981-1000, 2013.

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

SABAT, R. Pedagogia cultural, gênero e sexualidade. **Estudos Feministas**, Florianópolis: v. 9, n.1, p. 9-21, 2001.

SAFRONOVA, V. Millennials and the Age of Tumblr Activism. **The New York Times**, New York, 19 dez. 2014. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2014/12/21/style/millennials-and-the-age-of-tumblr-activism.html?_r=0>. Acesso em: 23 mar. 2016.

SARDENBERG, C. Considerações introdutórias às pedagogias feministas. In: COSTA, Ana Alice; RODRIGUES, Alexnaldo Teixeira; VANIN, Iole Macedo (Org.). **Ensino e Gênero: Perspectivas Transversais**. 2 ed. Salvador: UFBA/NEIM, 2011, v. 1, p. 19-38.

SANTAELLA, L. **Linguagens Líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2008.

SANTAELLA L.; LEMOS, R. **Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter**. São Paulo: Paulus, 2010.

SANTANA, C.; COUTO, E. Estratégias de visibilidade e ações docentes no Twitter. In: 37 Reunião Nacional da ANPED, 2015, Florianópolis. **Anais 37 ANPED**. Florianópolis: EDUFSC, 2015. v. 1. p. 1-15.

SANTANA, J. “**Aqui eu grito tudo que sofro calada**”: #thispiration: construção digital do corpo anorético feminino. 2016. 189 f. Dissertação (Mestrado) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2016.

SANTOS, A., BONFIM, M. Pedagogia Feminista na construção de uma alternativa de gênero. In: Seminário Internacional Fazendo Gênero, 2010, Florianópolis - SC. **Anais Eletrônicos**. Florianópolis: UFSC, 2010. p. 1-9.

SEIDMAN, R. Who Needs Feminism? Lessons from a digital world. **Feminist Studies**, v. 39, n. 2, 2013, p. 549-562. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/23719067?seq=1#page_scan_tab_contents>. Acesso em: 13 ago. 2016.

SHIRKY, C. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Tradução de Celina Portocarrero. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SIBILIA, P. **O show do eu: A intimidade como espetáculo**. . Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 2008.

SMITH, B. G. **Women’s studies: the basics**. New York: Routledge, 2013.

TURKLE, S. **Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other**. Nova Iorque: Basic Books, 2012.

ULANOFF, L. **The secret history of the GIF**. Mashable, 2016. Disponível em: <<http://mashable.com/2016/08/10/history-of-the-gif/#Tg3cwyFraOqw>>. Acesso em 25 jan. 2017.

WOODWARD, K. Identidade e diferença: uma introdução teórica conceitual. IN: SILVA, Tomaz. **Identidade e diferença**: a perspectiva dos Estudos Culturais. 7.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007, p. 7-72.

ZAGO, G. Dos Blogs aos Microblogs: Aspectos Históricos, Formatos e Características. In: VI Congresso Nacional de História da Mídia, 2008, Niterói, RJ. **Anais do VI Congresso Nacional de História da Mídia**, 2008. p. 1-15. Disponível em: <<http://interin.utp.br/index.php/vol11/article/view/222/157>> Acesso em: 22 mar. 2016.