

“Olha elas!”: o olhar da e para as mulheres nas eleições municipais de 2016¹

Bianca FUJIMORI ²

Renata SILVA³

Pedro OLIVEIRA ⁴

Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, MT.

RESUMO

O presente artigo trata da análise comunicacional feita a partir da interação acionada pelo grupo de ciberativismo criado para intervir na pauta da eleição de 2016 em Cuiabá. O propósito do ativismo foi chamar a atenção do público em relação à representatividade da mulher na política ao tentar adicionar ao debate eleitoral. Desenvolvemos estratégias comunicacionais para interação e em seguida analisamos a mútua afetação no processo em questão. Fundamentamo-nos em autores que abordam noções de desigualdade de gênero nas relações sociais. O eixo teórico é o paradigma relacional da comunicação e o conceito operador é o de Acontecimento. Através do olhar relacional e do olhar feminista, buscamos construir um conhecimento capaz de criar formas de diálogo democrático, compartilhado e de base cooperativa e relacional.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Política; Acontecimento; Feminismo; Eleições.

INTRODUÇÃO

A falta de igualdade de gênero no Brasil persiste tanto na esfera social cotidiana quanto na esfera institucional e política, com representantes políticos que em sua maioria são homens, legitimando lógicas patriarcais sobre o papel da mulher na sociedade. A representação feminina na política vem, há muito tempo, sendo bandeira de movimentos feministas de diferentes matrizes ideológicas.

A importância do debate sobre a representatividade feminina na política e em outros campos sociais se faz de extrema importância na atualidade, para que se consiga desconstruir e impedir avanços de concepções machistas.

¹ Trabalho apresentado no IJ – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XIX Congresso de Ciências da Comunicação da Região Centro-Oeste, realizado de 12 a 14 de junho de 2017.

² Estudante de Graduação do 4º semestre do Curso de Comunicação Social habilitação em Jornalismo da FCA – UFMT, email: biancafujimori@hotmail.com

³ Estudante de Graduação do 4º semestre do Curso de Comunicação Social habilitação em Radialismo da FCA – UFMT, email: renatygirl@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor Doutor do Curso de Comunicação Social da FCA – UFMT, email: ppo@terra.com.br

O olhar da mulher para si mesma é fator principal dentro de movimentos feministas e em relação com a sociedade, pois consegue desconstruir desigualdades à maneira que as mulheres tomem conhecimento de sua realidade e procurem ocupar seus espaços se fazendo ouvidas.

Buscamos criar um modo de intervenção para ativar a participação da mulher no processo político eleitoral de Cuiabá. A experiência implicou numa ação de militância nas redes sociais para incluir o feminismo na pauta de debates da eleição municipal da capital de Mato Grosso criando um núcleo de ciberativismo. O desdobramento dessa ação foi analisar os sentidos e valores que atravessaram o processo comunicativo acionado na interação com o público.

O eixo teórico da análise baseia-se no paradigma relacional da comunicação, vendo como o grupo de ciberativismo impulsionou o debate sobre representação e políticas femininas na comunicação. O conceito operador de análise foi o de Acontecimento. A eleição municipal é vista como um acontecimento cuja pauta de debate aparece “naturalmente” fechada por um calendário e controlada pelos partidos, pelos candidatos e pela mídia especializada. Ao eleitor cabe apenas debater os temas dentro do que lhe é proposto. O ciberativismo buscou deslocar esse acontecimento, provocando interpelações sobre a própria natureza do acontecimento e sobre a relevância do debate das questões da participação feminina.

No percurso do artigo, traçamos uma breve trajetória dos movimentos feministas na relação com a ideia de democracia, apresentamos o eixo teórico e o conceito operador da análise, os procedimentos metodológicos e os achados da pesquisa. A preocupação foi sempre manter o equilíbrio entre o fazer, a militância criada na Internet, o saber e a reflexão sobre o processo comunicacional acionado.

Fundamentação teórica

A comunicação foi, durante muito tempo, vista pelo viés do paradigma clássico ou informacional no qual a mesma é considerada uma transmissão de informações de um emissor para um receptor sendo o último passivo, ou seja, apenas recebe tais mensagens. Pesquisas recentes sentiram a necessidade de uma nova percepção acerca das relações comunicacionais e criticam tal análise informacional.

Na nova visão, compreendida pelo paradigma relacional, a comunicação não é mais interpretada apenas como um “informe” de um sujeito para outro, mas sim uma

interação e interlocução entre eles. Desse modo, o receptor não mais recolhe as ideias do emissor, mas juntamente com este constrói, interpreta e compartilha sentidos, ou seja, ele passa de passivo para ativo no processo comunicacional.

Vera França confirma o pensamento anterior em seu artigo “Paradigmas da comunicação - Conhecer o quê?”, ao formular que: “[...] a comunicação compreende um processo de produção e compartilhamento de sentidos entre sujeitos interlocutores, realizado através de uma materialidade simbólica (da produção de discursos) e inserido em determinado contexto sobre o qual atua e do qual recebe os reflexos” (FRANÇA. Vera, 2001, p.16) Desta maneira, as mensagens passaram de apenas “fornecimento de informações” para diálogo, quebrando assim, a unilateralidade presente na visão informacional da comunicação.

O paradigma relacional leva em consideração o contexto sociocultural no qual os sujeitos estão inseridos. Este cenário é refletido nos discursos e nas formas simbólicas juntamente com os hábitos e cultura do indivíduo. Tal fato interfere nas trocas, pois, na nova percepção a respeito da comunicação, esta é uma via de mão dupla na qual as experiências adquiridas são compartilhadas.

Noção de Acontecimento

Os seres humanos são cercados por uma rotina. A partir do momento em que algo ocorre fora desta, ou seja, quando a normalidade é quebrada e algo se sobressai em meio ao cotidiano, há um acontecimento. Segundo Vera França em seu artigo “Acontecimento e a mídia”:

Se coisas acontecem o tempo todo, nem todas têm o mesmo peso, o mesmo poder de afetação. Chamamos então “acontecimento” os fatos e as ocorrências que se destacam ou merecem maior destaque. É nesse sentido que “acontecimento” se torna uma noção importante em vários domínios, recebendo conceituação e tratamento peculiares em cada um. (FRANÇA. Vera, 2012, p.12)

Sendo o acontecimento algo que está fora do esperado pelas pessoas, estes as afetam, fazendo com que criem novos sentidos, pensando em estratégias para viver normalmente após esta ruptura da rotina. A partir do momento em que o acontecimento ocorre, o campo do que é considerado possível para o indivíduo se alarga.

Na Comunicação os acontecimentos estão mui presentes nas atividades jornalísticas, que formulam e apresentam os que consideram relevantes, no instante em

que eles os interpretam e escolhem uma maneira de narrar os mesmos, surge um novo acontecimento.

Breve panorama do movimento feminista

Balizamos esse breve panorama pelos eixos históricos e das ideias que marcam a militância. O feminismo é um movimento social e político que busca quebrar a ordem patriarcal da sociedade vigente, pela igualdade de gêneros e pelo empoderamento feminino.

A história, ao todo do movimento, é dividida em três acontecimentos, o primeiro diz respeito ao sufrágio feminino que foi crescendo entre o final do século XIX e começo do XX. O segundo momento se refere às ideias e atos de movimentos que lutavam pela igualdade social e legal das mulheres, durante a década de 1960 e o último momento, em 1990, seria continuação do segundo.

Hoje o feminismo se divide em várias correntes, porém a luta para que as mulheres sejam iguais perante o sexo masculino continua sendo o eixo principal da causa. A sexualização do corpo feminino pela mídia e pelo comércio faz a idealização machista sobre os corpos femininos ficar mais evidente, isso fez as mulheres começaram a se emancipar e entender a ação capitalista da opressão de gênero que contribui para a criação de produtos, ideias e padrões de vida impostos à elas. A emancipação feminina contemporânea vem sendo construída de várias formas, principalmente pelo debate na internet, que se transformou em uma plataforma de diálogo sobre o movimento, mas ainda se põe longe de conseguir dialogar com a maioria das mulheres, principalmente as mais velhas, que não compreendem o movimento, muito por causa da falha da educação pública e do acesso a informação, o que traduz a dificuldade de mulheres de determinadas classes compreenderem que vivem em uma sociedade machista.

A democracia, representatividade e o olhar da mulher.

A igualdade política está pressuposta apenas na manifestação do voto, mas o sufrágio do voto não é condição o bastante para que haja a democracia. É preciso que ambos os gêneros tenham condições de agir politicamente, o que consiste em ter conhecimento, espaço e tempo para manifestação. Para que haja, então, representatividade política seja dentro dos espaços públicos de fazer político, seja em

espaços privados, é preciso que aqueles que possuem o poder da escolha estejam diante de alternativas reais e postos em condições de poder escolher entre uma e outra, segundo os pensamentos de Bobbio (1984).

Para Vaamonde (2011) o feminismo dentro da teoria política tem alcançado um protagonismo especial, visto que a visão feminina tem buscado modificar a perspectiva abstrata e androcêntrica da teoria moderna que vem sendo mantida na contemporaneidade. Os discursos feministas reivindicam a participação reflexiva das mulheres nos discursos sociais como procedimento de justificação moral. Segundo pesquisa realizada pelo DataSenado em 2014, que buscou investigar a questão da representatividade da mulher na política institucional, o principal fator apontado para os baixos índices dessa representatividade não estavam na questão do gênero do candidato, mas sim a falta de apoio dos partidos políticos, cerca de 41% das mulheres, seguida de falta de interesse por política e dificuldade em concorrer com homens (19%).

Os dados do DataSenado, portanto, revelam que não são os afazeres domésticos e as responsabilidades com a família que têm afastado as mulheres da carreira política. Ao que tudo indica, as mulheres estariam se distanciando de uma candidatura porque anteveem as dificuldades enfrentadas dentro dos partidos políticos, com a falta de apoio, e conseqüentemente pela falta de competitividade em relação aos seus concorrentes do sexo masculino. (DATASENADO, 2014, p.4)

Ou seja, a desigualdade no tratamento concedido às mulheres é o fator determinante para a baixa representatividade. Retomando Vaamonde (2010), ela relata que dentro da ética de Dewey, a educação política integrada de mulheres e homens é o caminho mais importante para a progressão a uma sociedade realmente democrática. Assim, a partir do momento em que as mulheres também são despertadas para a educação política, mais elas sentem a necessidade em envolver-se integralmente na democracia e na política institucionalizada.

Através dos pontos abordados por Vaamonde (2010), percebemos que as questões que impedem o aumento da representatividade feminina dentro da política perpassam por um trabalho de construção de igualdade formal e não formal dentro dos âmbitos públicos e privados e que tal igualdade não apenas fortalece a participação feminina, mas também o próprio conceito de democracia.

Temos então nas eleições municipais de 2016, a ausência da representação feminina dentro dos legislativos como um problema crônico da democracia brasileira.

De acordo com dados da Secretaria de Políticas para Mulheres (SPM) do Ministério das Mulheres, da Igualdade Racial e dos Direitos Humanos, as mulheres ocupam 13,5% das vagas existentes nas câmaras municipais de todo o país.

Entre as eleições de 2008 e 2012 o número de candidaturas femininas, para as 5.568 câmaras municipais, saltou de 72.476 para 133.864, um crescimento de 84,5%. Foi a primeira vez, desde o estabelecimento das cotas de gênero em 1997, que as candidaturas femininas superaram o piso legal de 30%. No entanto, esta superação não fez com que o percentual de mulheres vereadoras crescesse no país em igual proporção. O baixo número de mulheres eleitas persiste apesar do crescente número de candidaturas.

Atualmente, em Cuiabá, há apenas uma representante mulher na Câmara, Lueci Ramos do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB). Ela é autora de dois projetos de lei, a “Parada Segura” (Lei 5.499) que já está em vigor desde 2015 e garante o direito a mulher a desembarcar dos transportes públicos no local que julgar mais segura depois das 21h e o projeto de lei que tem como objetivo punir estabelecimentos que constrangerem mães durante o ato de amamentar o qual ainda aguarda aprovação do executivo.

Nessas eleições de 2016, até o momento em que esse artigo foi escrito, a capital mato-grossense conta com cinco pré-candidatos à prefeitura sendo apenas uma mulher. Serys Shessarenko, pré-candidata pelo Partido Republicano Brasileiro, foi a primeira mulher senadora no estado de Mato Grosso obtendo votação recorde. Contudo, nessas eleições, Serys ainda não pautou questões voltadas para as mulheres cuiabanas.

As mulheres formam a maior parte da população e do eleitorado do Brasil, compreendendo 52% do total segundo o Tribunal Superior Eleitoral. Apesar disso, contam com uma insignificante sub-representação nos espaços de poder e decisão. Além de representatividade, falta um olhar feminino na criação de políticas públicas voltadas para as necessidades da mulher de cada região.

Modelando o olhar: Procedimentos Metodológicos

O voto foi apenas o início da luta pela participação política feminina no Brasil, uma de nossas inspirações para a realização desta pesquisa. O grupo se utilizou das mídias sociais, com a criação de uma página no Facebook para propor ideias feministas e de participação feminina nas eleições municipais cuiabanas.

Nossa pesquisa se moldou numa análise de caráter qualitativo, pois o objetivo é analisar e compreender os resultados das ações realizadas e é também empírico, focando na observação dos fenômenos, com propósito de trazer a teoria para a realidade concreta, na conexão entre as pessoas que se organizam na rede social Facebook, onde foi criada a página Olha Elas, objeto de nosso estudo. A página foi criada em dois de março de 2016 contendo uma imagem visual descontraída e com indicativos de página universitária, contanto que há o símbolo da Universidade Federal do Mato Grosso inserido na foto de perfil.

Foi limitado um universo de usuários de 18 a 24 anos, com uma amostra total de 1582 pessoas alcançadas em 48 dias. Logo no primeiro dia de ativismo já foi esclarecido o objetivo de tal: a maior participação das mulheres nas eleições municipais, tanto como candidatas quanto como eleitoras reivindicando direitos.

Realizamos diversas postagens com texto e imagens na página, das cinco postagens com maior alcance de pessoas, três eram imagens com descrições curtas e dois eram vídeos com uma descrição curta. Isso mostra que mesmo em espaços onde propomos um diálogo político, a estratégia que se mostra mais eficaz, em termos de pessoas alcançadas, são imagens e vídeos com descrições curtas e linguagem de fácil entendimento.

Essa forma contemporânea de interação entre pessoas mediada pelo ciberespaço, não é necessariamente fria e restrita como o senso comum diz. Para o feminismo, o ciberespaço se mostra um importante lugar de diálogo, protesto e acolhimento e por isso utilizar uma página no Facebook para realizar uma campanha se trata menos de números e mais de saber respeitar as interações como propõe o paradigma relacional. Esse diálogo foi facilitado pelas ferramentas da própria plataforma que permite que as pessoas interajam através dos comentários, mensagens, curtidas e compartilhamentos, que somaram 484 interações durante a campanha, proporcionando a oportunidade de coletarmos dados entendida por nós como a opinião do público recebida em forma de respostas de nossas postagens.

Em desdobramento, podemos dizer que a abordagem promove um espaço de intimidade e acolhimento na exposição de ideias e opiniões. Esta intimidade provém de práticas como: linguagem acessível e coloquial e uso do bom humor como o uso de gifs (formato de imagem animada) com piadas atuais. O conteúdo da página é público,

possibilitando que todos tenham acesso às informações publicadas. Por fim, o diálogo que se faz possível por meio dos comentários é a ferramenta de análise dos temas expostos que nos permite ter a percepção de termos sensibilizado pessoas, incentivando-as a lutar pela causa, para que nosso objetivo de ter a representatividade da mulher como pauta nas eleições municipais seja alcançado.

O olhar se faz: análise dos achados

A temática abordada nesse estudo busca compreender o paradigma relacional dentro de uma ação de ciberativismo. Sendo o ciberativismo uma forma de ativismo voltada para o campo digital com base no uso das redes cibernéticas e fazendo uso comumente das redes sociais, busca-se com ele estabelecer práticas em defesa de causas políticas, socioambientais, sóciotecnológicas e culturais. Dessa forma, ao ser analisado sob a perspectiva do paradigma relacional, o ciberativismo e as interações por ele geradas compreendem as três dinâmicas básicas do paradigma e é através deles que iremos avaliar o contexto de nossa ação.

Premissas na ação empírica

Estratégias comunicacionais falhas em interpelar o público	Linguagem específica do ciberespaço
Estranhamento do público com o assunto	Identidade visual descontraída e elementos regionais
Apatia do público com o tema	Vídeos e imagens
Falta de interações com fatos relevantes e apelo emocional	Provocação e questionamento ao público
Abordagem da participação feminina na política como menos importante Interações genéricas do público nas postagens	Abrir espaço para sugestões

O contexto em que produzimos a ação de ciberativismo relaciona-se com as eleições municipais de 2016, sendo mais especificamente, as eleições para o Município de Cuiabá. Segundo dados divulgados pelo TSE nas Eleições de 2014, Cuiabá conta com cerca de 52,7% de seu eleitorado composto por mulheres, demonstrando que a

representatividade dentro do legislativo da capital não representa a força política desse eleitorado, tendo apenas uma representante do sexo feminino.

Apreendemos que as ações voltadas para se discutir a participação feminina na política da capital de Mato Grosso possuem tanta validade como outros assuntos em voga no momento, como as questões de infraestrutura e melhoria dos serviços públicos. Diante disso, a primeira ação de ciberativismo ao criar a página na rede social Facebook, com o título “Olha Elas!” foi apresentar esse contexto de nossa ação e convidar as mulheres a pensarem e agirem mais na política, não apenas voltando-se para a eleição de representantes, mas também a ação política diária que se faz através das discussões de políticas públicas, fiscalização da aplicação do dinheiro público, sugestões de novas políticas, organização e participação em debates ocorridos nos mais diversos âmbitos do nosso cotidiano, ou seja, agir politicamente visando o bem comum.

A primeira interação com página e seu conteúdo foi realizada por um homem cujo comentário lançou um questionamento a cerca da participação política dos moradores mais periféricos da capital, principalmente em relação ao seu interesse em participar dos assuntos políticos.

Comentarista 1, sexo masculino: "Primeiro vou expor aqui o problema na questão da participação não só da mulher, mas de toda a população. O maior eleitorado em Cuiabá está nos bairros mais afastados, nas periferias onde tem grande número de pessoas que votam e nestes lugares não há interesse por parte da população o assunto político. Mas então em quem e por que eles votam em tal candidato?"

O que demonstrou que não interessa a ele, enquanto cidadão, olhar para a participação feminina na política, pois há preocupações maiores do que isso como a participação dos menos favorecidos.

Ou seja, o olhar específico deve ser ignorado pelo olhar amplo. Porém, a intenção de nosso acontecimento era justamente demonstrar que devemos ter olhares voltados para as necessidades das mulheres enquanto cidadãs participantes da vida pública, isso porque a política já possui olhares amplos demais que não contemplam essas necessidades consideradas supérfluas em relação a tantos outros problemas sociais. A interação citada gerou uma posterior de modo privado dentro das redes sociais, entre o cidadão e um dos membros do grupo, surgiu então a sugestão de se realizar ações presenciais nos bairros da periferia de Cuiabá a fim de chamar a atenção também das mulheres moradoras desses espaços da cidade.

As publicações seguintes buscaram estabelecer uma relação com o público por meio de assuntos atuais que estavam gerando discussões dentro das próprias redes sociais. Utilizando “memes”, “hashtags”, compartilhamento de notícias e publicações mostrando assuntos de interesse, inserindo a necessidade do debate sobre posicionamento feminino, visto que são acontecimentos que impactam diretamente na vida cotidiana em direitos básicos como o de ir e vir, em segurança, de integridade física e emocional, assim como poder tomar decisões sobre o próprio corpo e ter acesso a informações de saúde. Essas publicações não provocaram nenhuma interação com a página além de um comentário genérico classificando o conteúdo como “fantástico”, acumulando algumas “curtidas”.

Apesar de haver as publicações na página, elas não tiveram o alcance pretendido junto ao público da página e nem atingiram seu objetivo de provocar discussões sobre o assunto. O mesmo ocorreu com as publicações realizadas sobre o dia 08 de março, Dia Internacional da Mulher. Apesar de termos utilizados mais conteúdo imagético do que textual, não foi suficiente para atrair o público e fazê-los interagir com a página e seu conteúdo.

Porém, com uma publicação realizada como uma “convocação” às mulheres para opinarem sobre as propostas de políticas públicas que buscassem melhorias para a qualidade de vida feminina em Cuiabá, tivemos uma interação positiva vinda de uma mulher. A sugestão proposta por ela era a implantação do pré-natal paterno. Essa política pública de saúde é recente em nosso país e pouco divulgada. A importância dessa política dentro do contexto feminino é o de fortalecer os laços familiares entre o pai, a mãe e a criança que irá nascer, visto que a gestação até então é compreendida como um estado apenas da mulher. Ao promover esse vínculo entre os homens e a gestação não se estimula apenas o lado afetivo, mas a visão de responsabilidade compartilhada da gestação entre ambos os sexos.

As próximas duas publicações na página obtiveram mais sucesso em promover uma interação com o público do que as anteriores. A primeira tratava diretamente da temática ao divulgar uma reportagem sobre a representatividade feminina dentro das câmaras municipais, utilizando como discurso para promover o acontecimento os ideais de igualdade democrática e representatividade. A segunda mostrou um clipe musical sobre o assédio sofrido pelas mulheres nos transportes públicos. Apesar de ser um conteúdo produzido para uma campanha dentro do metrô da cidade de São Paulo, nosso

discurso buscou realizar um link com o cenário regional ao questionar diretamente o público sobre iniciativas que visassem à denúncia desses assédios ocorridos na capital. Ambas as publicações tiveram interações do público, ainda que a interação realizada na postagem do clipe musical não tenha relacionado com o assunto proposto, mas sim com a qualidade da peça musical.

A publicação seguinte foi a postagem de um “gif” mostrando em uma sucessão de quadros animados estereótipos sobre o lugar da mulher. Seu objetivo foi lançar a hashtag #Lugardemulheré, que incentiva os participantes a desconstruir os estereótipos mostrados e dar voz ao espaço que a mulher deve ocupar dentro da sociedade. Porém, não houve participação do público ou interações geradas.

Como última publicação, foi apresentado um vídeo com a ativista feminista Maria Reis sobre sua ação na internet, desatacando seu relato sobre dificuldades de se estabelecer um diálogo coerente com os diferentes grupos sociais de mulheres. Apesar do alcance dessa publicação, que de acordo com os gráficos da rede social, atingiu 900 pessoas e 253 visualizações, não obtivemos interações concretas com as pessoas alcançadas, apenas interações genéricas como compartilhamento e curtidas.

No decurso das ações realizadas na página percebemos que apesar deste ser um assunto importante, a discussão em torno dele tanto em relação ao contexto local de Cuiabá como o nacional ainda é pequena. Essa perspectiva demonstra a necessidade em se debater de maneira mais prolongada o tema dentro do âmbito das eleições municipais como também fora do calendário eleitoral. Para que o tema se tornasse pauta de discussão eleitoral seria preciso trabalhar a continuidade das postagens, tentar levar a comunicação para outros meios midiáticos, explorando todas as possibilidades de interação tanto com o público virtual como do público real.

Ao propormos uma ação que dê continuidade na experiência e não sofra rupturas, destacamos a importância em debater a representatividade feminina na política e levamos o público em geral a perceber, cada vez mais, a relevância do assunto. A partir disso, as interações mostrariam qual o rumo tomar para atrair a atenção dos candidatos que levariam a temática para suas pautas, não mais só suas, mas construídas na intervenção pública. Ao observarmos o que torna um assunto pauta de debates dentro e fora das mídias percebemos que é o quanto se fala sobre isso que determina a atenção gerada sobre ele.

Dessa forma, a falta de planejamento das postagens impediu a continuidade e a ocupação do espaço dentro da mídia. O tema da representatividade feminina já é um subtema dentro das próprias pautas feministas e muitas vezes incompreendido como forma de se alcançar outras pautas como a igualdade dentro dos espaços de trabalho ou políticas públicas que contemplem as mulheres de modo geral.

As postagens acabaram não possuindo clareza suficiente para elevar esse tema a um debate profundo dentro das redes sociais. Tudo o que foi dito terminou por não contemplar o tema proposto e a resposta que obtivemos demonstrou exatamente isso. As respostas às nossas indagações e postagens foram genéricas e não destacavam ou intensificaram o debate proposto. Uma mudança de estratégia comunicacional e uma maior presença dentro da rede social teria permitido a disseminação da pauta proposta, a percepção do debate pelos diversos grupos feministas, a ampliação dos debates fora das redes e a inclusão do tema dentro da pauta das eleições municipais deste ano.

A tentativa de abrir esse espaço democrático de discussão sobre a participação feminina dentro da política mostrou que a maior dificuldade está não tanto em obter o espaço, mas em se fazer compreender dentro desse espaço. Isso porque, mesmo sendo um coletivo, as mulheres possuem tamanha diversidade que um diálogo adequado que atinja a todos os grupos constitui-se um desafio enorme diante da complexidade do assunto e dos discursos constituídos socialmente a cerca do tema.

Após uma observação mais detalhada da construção dos discursos utilizados na página, percebe-se então que os mesmos se tornaram uma barreira para que o processo relacional de comunicação ocorresse de forma fluída, coerente e perturbadora da situação sociocultural. Os discursos acabaram por direcionar-se para um público jovem, com alto grau de instrução e conhecedor de ideais como feminismo e empoderamento. Isso porque foram reflexo do contexto sociocultural onde as ativistas se inserem cotidianamente. Porém, ao mesmo tempo em que isso permitiu uma fundamentação ideológica, também dificultou a superação de barreiras comunicacionais com mulheres de contexto socioculturais diferentes e delimitou o espaço de atuação ciberativista.

Essa delimitação ainda apresentou outro viés para a atuação enquanto ciberativistas, pois ao tentar fazer discursos mais amplos e abrangentes em sua construção a fim de ampliar o público atingido, as postagens realizadas não foram provocadoras o suficiente para chamar a atenção das mulheres mais atuantes em causas correlatas à abordada pela página. Faltou nos discursos direcionamento e acirramento da

temática, algo fundamental para torná-los além de uma simples repetição de sentidos, um acontecimento fulminante que fizessem não apenas as mulheres, mas também toda a sociedade olhar para a importância da representatividade feminina dentro dos processos políticos.

Vera França já sinalizava a dificuldade em se abordar a prática comunicativa enquanto constituidora da vida social. Essa dificuldade foi encontrada no desenvolvimento desse ativismo e, ainda que os resultados interacionais tenham sido pobres em números, seus sentidos e reflexões dentro do paradigma relacional proporcionaram resultados positivos para o estudo desenvolvido. A dificuldade em promover o debate através da linguagem e abordagem escolhida, nos fez compreender que a prática comunicativa quando voltada para a constituição da vida social, deve permitir que a comunicação e sua linguagem desenvolvam-se com base na interação alcançada com o público. Assim, devem-se experimentar diferentes linguagens e abordagens para se perceber qual que mais interessa e atrai o público. Ao estabelecer desde o começo a linguagem e não modificá-la conforme as interações acontecem acaba-se paralisando a ideia de construção social, pois o paradigma relacional dita que é através das interações que a comunicação se constrói. Se há interação, mas a comunicação não se modifica, ou vice e versa, quebra-se o paradigma.

Dessa forma, o público não se sente encorajado a participar mais ativamente, o discurso não atinge suas vidas, logo, a comunicação não promove uma interação verdadeira ou significativa para modificar o cotidiano ou tornar-se um acontecimento.

A prática comunicativa enquanto constituidora da vida social apresenta-se diluída em meio os acontecimentos diários, não percebemos de imediato as formas como as relações interpessoais cotidianas vão moldando nossa comunicação ao longo da construção de nossos discursos e situações.

O ciberativista deve compreender que no processo comunicativo existem vários fatores que irão influenciar na aceitação de sua causa. Pois a comunicação dentro do espaço de ativismo, especialmente dentro do ciberespaço, é um processo que compreende troca e ação partilhadas, não há dentro dele emissores e receptores, há sujeitos sociais cujas intervenções criam novos sentidos ao discurso.

Uma compreensão maior das relações dentro do contexto do ativismo realizado teria auxiliado nas construções de ações mais incisivas e direcionadas ao tema principal que são as eleições municipais de 2016. Ainda que as expectativas iniciais não tenham

sido alcançadas, a reflexão obtida pelo e no processo contribuiu amplamente para a construção de uma análise fundamentada em explorar a comunicação enquanto meio e fim, instrumental e final, social e relacional.

Considerações finais

A análise do movimento feminista em seu mínimo recorte, como o da atuação ciberativista da página “Olha elas”, possibilita analisar as diferentes gradações da percepção das mulheres em respeito à sua própria representatividade política. Na interpelação acionada vimos que a interação delas com a página, não só em números, como criadora de sentidos e embates, foi pequena, o que reflete a apatia política da população, não só feminina, sobre assuntos mais específicos e que muitas vezes são encarados de forma ainda preconceituosa como o Feminismo. O que salienta a importância da desconstrução de sentidos negativos e a construção de sentidos positivos sobre o movimento é a utilização de práticas comunicacionais constituídas por relações que consigam produzir comunicação não só como espelho da realidade, mas constituidora dela, à medida que os acontecimentos e interações a transformam da mesma forma que fazem com os sujeitos sociais.

A atuação de grupos ciberativistas é muitas vezes restrita a discursos formais, impossibilitando o diálogo com a população e com as mulheres fora do contexto ativista, o acesso à informação também restringe o campo de comunicação entre os produtores do ciberativismo e a sociedade desconectada das redes. A distribuição de renda está por vezes ligada a distribuição e recepção de informação, pois aqueles que enquadram fileiras das classes de baixa renda possuem menos acesso a informação e discernimento sobre as informações que recebem.

O ciberativismo propõe e não cumpre o seu papel, as relações produzidas em plataformas digitais não conseguem se expandir para fora desse espaço de construção, o espaço digital acaba sendo sectário com quem não tem acesso ilimitado à rede. Através de uma construção relacional da comunicação, os espaços reais serão ocupados e as ações de interação conseguirão, pelo embate, produzir novos sentidos e transformações na realidade.

A comunicação se dá na troca de experiência, de informações, em um determinado contexto social e através de discursos reproduzidos pelos interlocutores. Conclui-se que a análise da interação acionada a respeito do ciberativismo realizado, mostrou a dificuldade das escolhas de discursos que consigam fazer os interlocutores

atentarem para o objeto da mensagem e dialogar sobre eles, o que ocorreu na ineficácia do desempenho realizado pelo grupo dentro do contexto social constituídos por sujeitos tão diferentes. Os discursos devem ser realizados de forma com que possam interpelar os indivíduos e assim conseguir a troca de informações e a reprodução delas em espaços além dos iniciais. É na compreensão de todos os fatores presentes na interação que a comunicação poderá ser realizada cumprindo seu papel.

Referências

BEAUVOIR, Simone. **O segundo sexo: fatos e mitos**. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1970. Disponível em: <<http://brasil.indymedia.org/media/2008/01/409660.pdf>> Acesso: 15 de abr. de 2016.

BOBBIO, Norberto. **O Futuro da Democracia: Uma defesa das regras do jogo**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

DATASENADO. **Mulheres na Política**. Brasil: Senado Federal, 2014. Disponível em:<https://www12.senado.leg.br/institucional/datasetado/pdf/DataSenadoPesquisa_Mulheres_na_Politica.pdf> Acesso em: 16 de abr. de 2016.

FRANÇA, Vera Veiga. **O acontecimento e a mídia**. Galáxia. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica. ISSN 1982-2553, n. 24, 2012. Disponível em:<<https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/12939/9406>> . Acesso em: 15 de abr. de 2016.

FRANÇA, Vera Veiga. **Paradigmas da comunicação: conhecer o quê?** . Ciberlegenda, n. 5, 2001. Disponível em < <http://www.ciberlegenda.uff.br/index.php/revista/article/view/314/195>> Acesso em 15 de abr. de 2016.

RIGITANO, Maria Eugenia Cavalcanti. **Redes e ciberativismo: notas para uma análise do centro de mídia independente**. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. 2003. Disponível em:<<http://www.bocc.ubi.pt/pag/rgitano-eugenia-redes-e-ciberativismo.pdf>> Acesso em 16 de abr. de 2016.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **Estatísticas do Eleitorado – Por sexo e faixa etária**. Brasil: Justiça Eleitoral, 2015. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleitor/estatisticas-de-eleitorado/estatistica-do-eleitorado-por-sexo-e-faixa-etaria>> Acesso em: 16 de abr. de 2016.

VAAMONDE, Marta. **La Igualdad de Género como Principio Democrático: Um estudio de John Dewey**. Pamplona: Universidad de Navarra, 2010.

VAAMONDE, Marta. **¿Reinvindicar la Igualdad o las Diferencias? Aportaciones del Pragmatismo de Dewey al Debate Feminista**. Cuadernos Kóre. Revista de historia y pensamiento de género (Primavera /Verano), 2011. Vol.1/Nº4.