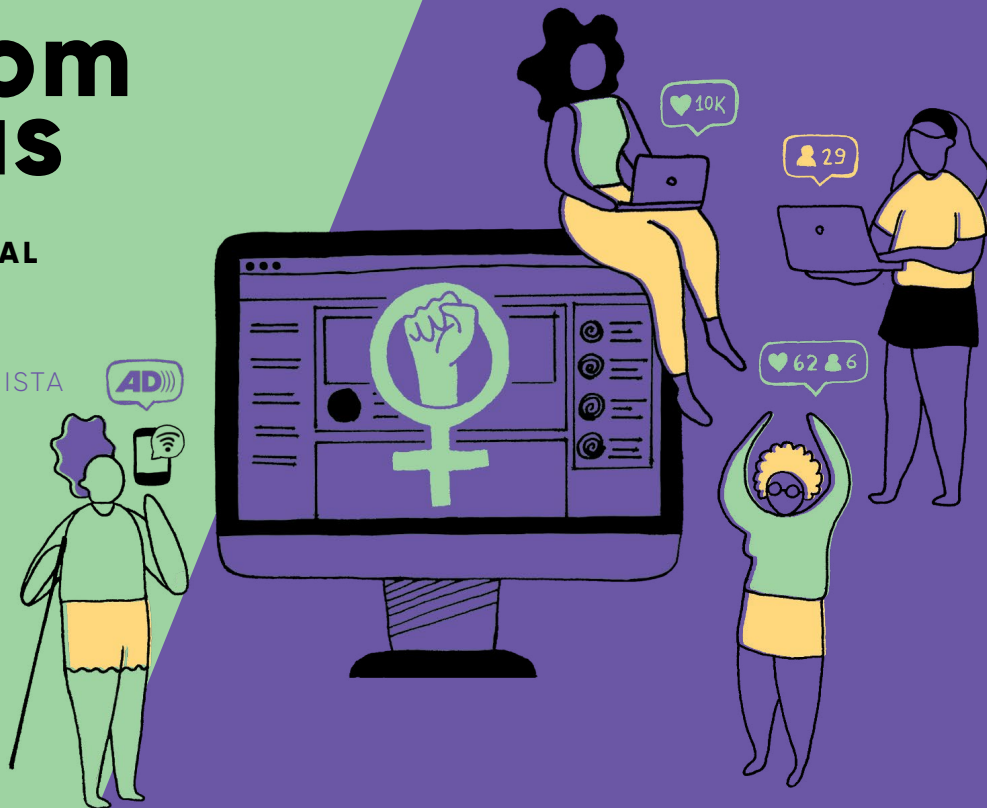


umas.com asoutras

TROCANDO IDEIAS
SOBRE O MUNDO DIGITAL

CICLO DE WEBINÁRIOS DA
UNIVERSIDADE LIVRE FEMINISTA

02



REDES SOCIAIS

FORTALECENDO O FEMINISMO ATRAVÉS DAS REDES SOCIAIS



O segundo debate do Ciclo de Webinários **UMAS COM AS OUTRAS**, realizado no dia 6 de agosto de 2020, trouxe as Redes Sociais para o centro da discussão. As redes são um campo de disputa com muitas nuances e mudanças constantes de distribuição de conteúdo pelos algoritmos, que em alguns momentos privilegiam que fotos cheguem na linha do tempo das pessoas, em outros, favorecem a exibição de vídeos cada vez mais curtos, ao

mesmo tempo em que os textos acabam sendo deixados de lado. Tudo isso acaba trazendo, ano após ano, mudanças no comportamento das pessoas em relação a como elas se relacionam com conteúdos políticos nas redes sociais. A Universidade Livre Feminista promoveu este diálogo como um exercício de reflexão sobre nossa atuação nestas mídias, contando com os acúmulos de Renata Côrrea, Hailey Kaas e da mediadora Larissa Santiago.

O QUE SÃO REDES SOCIAIS?

As redes sociais, no mundo virtual, são espaços onde há partilha de dados e informações das mais diversas, como vídeos, fotos, textos e arquivos, podendo compor espaços de discussão como os fóruns, as comunidades, os sites de relacionamento, etc.



CONVIDADAS

Larissa Santiago Baiana, formada em comunicação social com especialização em publicidade e propaganda. Coordenadora das Blogueiras Negras e compõe a Rede de Ciberativistas Negras, a Organização #MeRepresenta e o projeto Enegrecer a Política.

Renata Corrêa Carioca, roteirista, escritora e dramaturga, com foco no humor e no protagonismo feminino. Faz os programas na TV Globo *Fora de hora* e *Mulheres Fantásticas*, o último é um quadro de animação infantil que joga luz à história de mulheres esquecidas na história. É autora do documentário *Clandestinas* sobre aborto no Brasil, participa de um Podcast chamado *Primas*, com Carla Lemos, sobre cultura pop produzida por mulheres e tem uma atuação longa nas redes sociais com a divulgação de conceitos e debates feministas, principalmente na perspectiva interseccional, direitos sexuais e reprodutivos.

Hailey Kaas Transfeminista, tradutora e escritora. Uma das responsáveis pela introdução do transfeminismo no Brasil. Pesquisa nas áreas de Linguística, Estudos de Gênero, (Trans) feminismo e Teoria Queer. Faz parte do projeto *Transfeminismo* junto de Bia Pagliarini e Viviane Vergueiro, que se organizam majoritariamente online, discutindo a questão trans a partir de uma perspectiva feminista através das teorias interdisciplinares que têm sido produzidas por pessoas trans, todas disponibilizadas em um portal que utiliza majoritariamente conteúdo textual, mas também vídeos e entrevistas em Podcast. O projeto também atua em um grupo de Facebook e no Twitter.

A INTERNET MUDOU MUITO DESDE QUE COMEÇOU A SE POPULARIZAR E, QUANDO FALAMOS DE COMUNICAÇÃO ATRAVÉS DA INTERNET, **É INTERESSANTE OLHAR PARA O CAMINHO TRILHADO PARA CHEGAR NO QUE HOJE SÃO AS NOSSAS MAIORES REDES SOCIAIS:** TWITTER, FACEBOOK, INSTAGRAM, TIKTOK E YOUTUBE.



No início dos anos 2000, a internet era um pouco mais livre, conectando pessoas de realidades e localizações diversas, que talvez não iriam se encontrar de outra forma. Esse é um período de expansão do acesso à internet no Brasil. Os **blogs** e as **listas de e-mails** começam a se popularizar, ampliando as fontes de informações disponíveis e os espaços de debates. A informação circulava de forma diferente, menos concentrada em um grupo de pessoas. Com isso, era possível acessar conteúdos que saíssem da “bolha” de amigos, fazendo as informações se difundirem de forma mais orgânica.



O **mIRC** era a rede social mais popular da época e é considerada a “mãe dos bate-papos”. Era um sistema que funcionava com salas de bate-papo (canais) e chats privados (que eram chamados de PVTs). Quando dizemos que a internet era um espaço mais livre nessa época, é porque sistemas como o mIRC tinham menos controle sobre com quem iríamos falar ou o que iríamos acessar. Os tais dos [algoritmos](#) ainda não interferiam como hoje na comunicação que estabelecemos.

■ Algoritmos são uma série de instruções simples programadas para a resolução de um problema ou execução de uma tarefa, como um passo a passo de uma receita. Quando olhamos qualquer programa de computador e de celular, estamos na verdade vendo o produto de muitas sequências simples de algoritmos acontecendo ao mesmo tempo e em alta velocidade. O mesmo acontece dentro das redes sociais, logo, estes algoritmos determinam quais conteúdos vão chegar até nós, com quais pessoas seria interessante nos conectarmos, dependendo do que curtimos e publicamos. Os algoritmos podem nos induzir a fazer determinadas ações dentro das redes sociais, como acontece com os anúncios de produtos que aparecem pra gente.

The word "orkut" is written in a bold, lowercase, purple sans-serif font, centered within a bright yellow circle. A thin blue line extends from the right side of the circle, forming a horizontal line that then turns 90 degrees down and then 90 degrees right, ending at the top of the Facebook logo circle.

orkut

Em 2004 chega ao Brasil o **Orkut**. Ele foi a primeira rede social de grande alcance no país, chegando a ter, só aqui, 30 milhões de usuárias. Cada pessoa cadastrada no Orkut tinha a sua página pessoal, ou perfil, na qual era possível colocar fotos e informações pessoais, além de receber mensagens. O Orkut também tinha uma função muito popular: a criação de comunidades, que eram fóruns de discussão nos quais as usuárias se inscreviam. Era uma função que permitia que pessoas com os mesmos interesses tivessem um espaço para troca de mensagens. O Orkut, entretanto, não tinha um “bate-papo”, ou seja, um espaço de troca de mensagens instantâneas, onde as pessoas pudessem ter conversas ao vivo.

A partir de 2012 o **Facebook** se tornou a maior rede social do Brasil, mudando drasticamente ano após ano os nossos usos nas redes sociais. Ele se propõe a ser uma rede onde você tem tudo o que precisa: fotos, vídeos, fóruns, artigos, bate-papo, entre outras coisas. Se, por um lado, o Facebook criou mecanismos para estimular a geração de conteúdo, por outro, ele privilegia conteúdos que façam as pessoas se manterem dentro dele. Ou seja, não estimula que as usuárias explorem outras possibilidades na internet. Essa não é uma característica exclusiva do Facebook, é a forma como as redes sociais funcionam atualmente. Elas não são desenhadas para que você explore a internet, mas para que você fique navegando apenas em seu próprio espaço.

The word "facebook" is written in a bold, lowercase, purple sans-serif font, centered within a bright yellow circle. A thin blue line extends from the right side of the circle, ending in a right-pointing arrowhead.

facebook →

Um dos desafios para o aprofundamento do diálogo e o engajamento político através do Facebook é que ele promove um tipo de interação passiva, onde a reação é mais importante do que a discussão. Um exemplo disso são as curtidas. Podemos passar horas olhando rapidamente a linha do tempo e curtindo coisas sem necessariamente ler atentamente o conteúdo ou nos engajar naquelas discussões. Outro desafio se dá pela forma como os algoritmos direcionam as postagens, dando mais visibilidade a alguns temas do que outros e impedindo que determinados conteúdos “furem a bolha”, já que o Facebook, assim como as outras redes sociais de hoje em dia, tende a direcionar os conteúdos para pessoas que já têm interesse naquele tema.

Apesar dos desafios colocados para a atuação política nas redes, o Facebook foi uma ferramenta importante em momentos emblemáticos de disputa política nos últimos anos a partir da reapropriação da rede por militantes em todo o mundo, que passaram a utilizá-la para impulsionar o debate político. O feminismo teve grandes momentos dentro do

Facebook. Surgiram vários grupos de mulheres, criados muitas vezes de forma espontânea, que eram usados para troca de experiências, conhecimentos e materiais feministas. Esses grupos também impulsionaram articulações políticas, unindo mulheres de diversos cantos do Brasil. Importantes atos foram organizados através do Facebook, como os atos Fora Cunha e #EleNão. Tivemos também campanhas que mobilizaram mulheres de todo o país, como #MeuPrimeiroAssédio e #MeuAmigoSecreto.

O **Instagram** é uma rede visual, onde símbolos (emojis), vídeos e fotos geram mais engajamento que conteúdo textual. A sua concepção é direcionada para as imagens. Diante disso uma questão se impõe: como continuar produzindo conteúdos textuais numa rede que prioriza imagens e vídeos? Qual é o lugar dos textos nas redes hoje? O Instagram tem algumas ferramentas de interação interessantes, que podem ser usadas para estimular a troca de opiniões, como a caixa de perguntas dos *stories*. Só que, como o limite de caracteres é pequeno, é possível “trocar uma ideia”, mas não realmente desenvolver um debate.



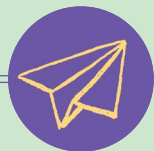


O Instagram popularizou mecanismos de criação de conteúdos mais efêmeros, ou seja, conteúdos que são criados para desaparecerem rapidamente, como é o caso dos *stories*. Nesse sentido, não é uma plataforma que tem o intuito de criar registros de memória. Na medida em que os conteúdos desaparecem rapidamente, as pessoas são estimuladas a não passarem mais de 24 horas sem entrar na plataforma, para não perder o que está acontecendo. Assim como o Facebook, o Instagram também busca formas de fazer com que a gente continue na sua própria rede. Um exemplo é que sequer podemos colocar links que levam a outras páginas nos nossos posts.



Apesar de ser uma rede recente, o **TikTok** já é a segunda maior do mundo, com um total de 800 milhões de usuárias. O TikTok tem um público mais jovem, conteúdos mais leves e remixáveis, ou seja, você pode pegar um áudio de qualquer pessoa e reproduzir um vídeo em cima desse áudio, criando uma rede infinita de reapropriações de conteúdo. Ele tem o objetivo de ser apolítico, mas como somos todas pessoas políticas, muitas jovens estão produzindo conteúdos feministas com o objetivo de viralizar essas informações.

Uma característica nova do TikTok é que as pessoas são pagas pelos conteúdos que desenvolvem. Quanto maior a taxa de viralização, mais dinheiro se recebe. Na quarentena, isso acabou fazendo com que muitas pessoas tivessem dinheiro e tempo para produzir conteúdo.



O **WhatsApp**, a princípio, era um mensageiro, mas com o tempo foi incorporando ferramentas de redes sociais, como o status. Ele tem um alcance impressionante. Só no Brasil são cerca de 77 milhões de usuárias. Um fator importante para a popularização do WhatsApp é a existência de pacotes de internet ilimitada para o seu uso, vendidos pelas operadoras de telefonia. Tendo em vista o seu amplo acesso, dependendo das pessoas com quem queremos dialogar, ter uma lista de transmissão no WhatsApp para compartilhar conteúdos pode ser interessante.

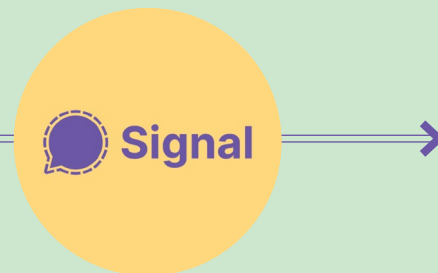
Mas, ao escolher utilizar este aplicativo como espaço de debate político, não podemos esquecer que, para ter uma conta de WhatsApp, você precisa ter um número de celular e, para tê-lo, é preciso cadastrar um CPF, o que não é muito

- Mensageiros ou comunicadores instantâneos são aplicativos que permitem o envio e recebimento de mensagens em tempo real. Esse tipo de sistema transformou a internet na década de 90, já que as usuárias começaram a contar com a possibilidade de interação em tempo real, sem a necessidade de esperar pela resposta de um e-mail ou mesmo por uma ligação telefônica. Muitas redes sociais de hoje têm, dentro delas, um espaço para a troca instantânea de mensagens.

seguro, em se tratando da exposição de dados que isso pode gerar. Assim, é importante pensar em que tipo de informações queremos transmitir nesse canal de informação.

O **Telegram** é uma rede social parecida com o WhatsApp. Ele permite a troca de mensagens instantâneas entre pessoas ou a partir da criação de grupos. O Telegram possibilita também a disseminação de conteúdo através de **canais de transmissão públicos**, onde é possível que uma coletiva ou um movimento social crie uma identidade coletiva sem precisar do número de telefone de ninguém e, desta forma, sem expor dados de nenhuma das integrantes caso o canal seja monitorado. As pessoas podem se inscrever nos canais de transmissão públicos para acompanhar as publicações.

O **Signal** não é propriamente uma rede social, é um mensageiro. É uma ferramenta semelhante ao WhatsApp, porém com criptografia de ponta a ponta garantida e auditada já que é um programa de código aberto, ou seja, uma comunidade de pessoas de Tecnologia da Informação teve acesso aos algoritmos usados pela ferramenta e verificou que ela preserva a segurança das nossas informações. Diferentemente do Facebook (empresa que também é dona do Instagram e do WhatsApp), o Signal não tem um plano de negócios baseado na venda de dados das usuárias, ele é mantido por doações e por financiadores. Ele permite que você faça ligações, chamadas de vídeo e troque mensagens sem que a empresa esteja lendo, vendo e ouvindo tudo.



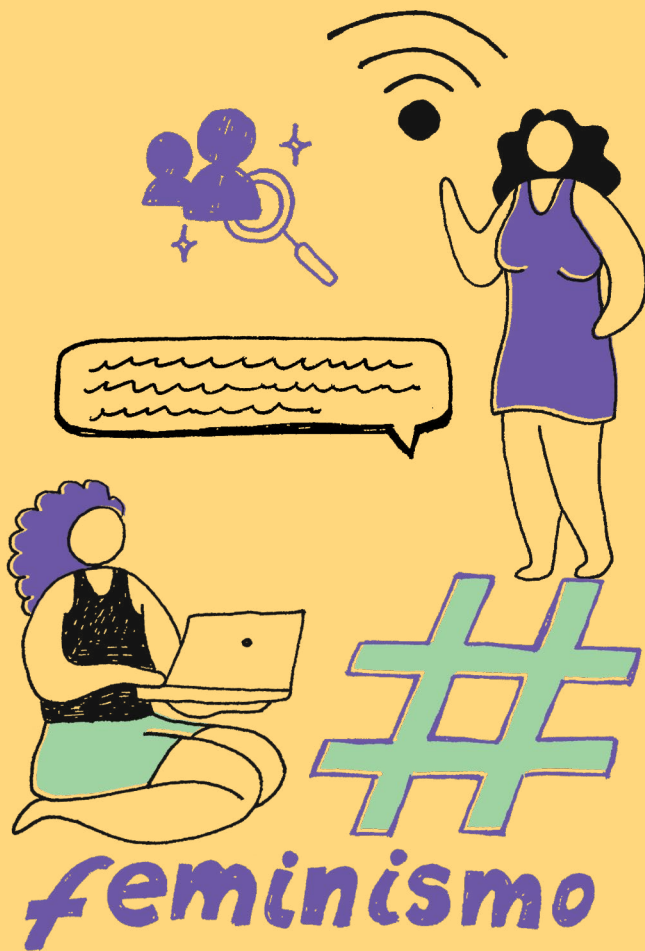
ALGUMAS REFLEXÕES SOBRE O NOSSO USO DAS REDES SOCIAIS

Para muitas pessoas, hoje internet é sinônimo de redes sociais (Facebook, Instagram, WhatsApp). Ou seja, as atividades que muita gente desenvolve na internet se resumem ao seu uso das redes sociais. A atratividade das redes, a existência de pacotes de dados que dão acesso exclusivamente a elas e a sua própria forma de funcionamento, que estimula que a gente continue dentro delas, sem buscar outras coisas na internet, são alguns dos fatores que explicam o uso restrito que fazemos da internet.

O fato de estarmos tanto tempo dentro das próprias redes faz com que estas empresas tenham um controle grande sobre o tipo de informação que consumimos, direcionando tipos de informações para pessoas com perfis diferentes e também definindo que linguagens

devemos usar para nos comunicar. Por exemplo, no Facebook os textos tinham grande alcance antigamente. Depois a empresa mudou o seu código de programação para que vídeos se tornassem mais distribuídos pelas redes, alterando de forma significativa a forma como debates políticos vinham sendo feitos.

A interferência que essa forma de funcionamento das redes sociais tem nos espaços de debate é grande porque, embora sejamos consumidoras e produtoras de conteúdos, estamos sempre conectadas às pessoas com os mesmos interesses. Os algoritmos direcionam os conteúdos para que eles cheguem nas pessoas que já têm interesse por aquele tema. Isso funciona tanto com propagandas quanto com conteúdos políticos que postamos.



Todas estas questões fazem com que, para atuar politicamente nas redes, precisemos também entender um pouco como elas funcionam. O fato é que as redes sociais mais populares estão a serviço do capitalismo. Nem tudo que produzimos necessariamente mobiliza para a luta. E as disputas na internet se dão de forma muito desleal: de um lado somos nós, pessoas humanas, com várias limitações e muitos outros compromissos no dia a dia. Do outro, são máquinas e pessoas que programam estes algoritmos para que a gente fique dias e noites ali, alimentando as redes sociais com os nossos dados e sem sair desse ambiente.

Diante de tudo isso, uma questão importante para ser pensada é como engajamos nós feministas para que a nossa formação política na internet seja uma maneira de provocar a reflexão e também de impulsionar ações fora da internet.

AMPLIAR OU APROFUNDAR OS DIÁLOGOS NAS REDES SOCIAIS?

Quando pensamos em aumentar o alcance das nossas postagens, ficamos à mercê da dança das tendências do momento. Vídeos curtos para formato TikTok, textos com pouca profundidade e chamadas sensacionalistas podem até alcançar mais pessoas, mas de que forma elas atingem as pessoas? Será que é isso que queremos? Será que é mais importante ampliar a nossa rede de alcance ou buscar formas de aprofundar as discussões e os laços que criamos nas redes? Essas não são perguntas que têm uma única resposta e tudo depende dos nossos objetivos.

"Não sei se a questão é como a gente amplia a nossa rede, mas como engajar a rede que já nos segue. Trazer ela pra uma militância mais orgânica. Não adianta alcançar muita gente, se elas não se engajam. É importante fazer com que as pessoas se engajem. Pode parece pregar pra convertido, mas é que se as pessoas de esquerda realmente se engajassem e começassem a militar, isso já seria um salto muito grande." Hailey Kaas

AFINAL, O QUE QUEREMOS NAS REDES SOCIAIS?

**CRIAR ESPAÇOS
PARA VISIBILIZAR
NARRATIVAS
SILENCIADAS?**

**DIFUNDIR O FEMINISMO
INTERSECCIONAL?**

**CONSTRUIR REDES
DE APOIO E DE
COMPARTILHAMENTO
DE SABERES?**

**CRIAR ESPAÇOS
DE FORMAÇÃO
POLÍTICA?**

**COM QUEM QUEREMOS
DIALOGAR? AS MULHERES
COM QUEM QUEREMOS
DIALOGAR ESTÃO NESTAS
PLATAFORMAS?**

Estas são perguntas importantes para pensarmos antes de traçarmos estratégias de atuação nesses espaços e elas nos ajudam a pensar qual é a linguagem que queremos utilizar nas redes e também quais são os limites das redes sociais para o que queremos construir. Algumas coisas vão caber naquele espaço, outras não.

É interessante utilizarmos as potências de cada rede. Não adianta insistir em formatos que as diferentes redes não comportam, porque isso diminui o engajamento das postagens.

POR EXEMPLO:

A produção de textos maiores pode ir para sites, blogs ou redes sociais que sejam feitas para isso, como o **Medium**.

Textos curtos podem virar posts no Facebook.

Se queremos colocar um texto no Instagram, podemos criar uma série de imagens com partes do texto, que montem uma sequência, e postamos tudo junto, é o que chamamos de **post carrossel**. O Instagram é uma rede voltada para imagens, então não adianta colocarmos textos muito longos na descrição das postagens. É melhor transformar o próprio texto em uma imagem e, também, buscar explorar o potencial de afetação e reflexão das próprias imagens.

Em relação à linguagem que utilizamos, uma das possibilidades que se colocam quando queremos popularizar conceitos feministas que não são de fácil acesso é trazer esses conceitos para narrativas mais próximas da gente, utilizando exemplos de vivências cotidianas e compartilhando experiências.

O Medium é uma plataforma para publicação de textos, geralmente mais longos, criada por um dos fundadores do Twitter, em 2021.

Outra questão importante é que existem várias formas de se fazer feminismo na internet, mas é preciso refletir que o feminismo que é mais “pop” (aquele que pensa o feminismo como estilo de vida) é o que acaba recebendo mais atenção nas redes sociais. Fazer uma formação política feminista numa perspectiva coletiva nas redes sociais também implica em ponderar que talvez esse perfil/página não tenha tantos seguidores e likes como os de *digital influencers* (influenciadores digitais). Esta é uma reflexão importante: a nossa intenção não precisa ser ter mais seguidores, mas sim fazer uma formação política feminista mais aprofundada. Se não estiver claro para nós mesmas quais são os nossos objetivos, podemos correr o risco de transformar o próprio conteúdo que queremos transmitir apenas para aumentar o número de seguidores.

MAS COMO APROFUNDAR LAÇOS E DEBATES ATRAVÉS DAS REDES SOCIAIS?

Uma coisa importante para aprofundarmos os diálogos é sempre responder aos comentários que nos deixam, mesmo que tragam perguntas esquisitas ou cabeludas. Às vezes, a pessoa que deixou aquele comentário pode nem voltar, mas outra que leu o debate pode achar interessante e sentir vontade de comentar também. E daí pode nascer um debate.

Mas, se a gente quer utilizar a internet para formação política, temos também que entender os limites destas redes. A lógica das redes sociais é binária, é a lógica do “odiei ou amei”. Elas foram feitas nesse modelo e, por isso, os espaços de interação que elas nos permitem são limitados. Eles não foram pensados para formação política ou debates. Para aprofundar discussões e estabelecer vínculos, talvez seja importante convidar as pessoas com as quais estamos dialogando nas redes para outros espaços, que podem ser virtuais ou presenciais.



Curtidas, compartilhamentos e comentários com corações nem sempre significam que as pessoas estão de fato engajadas com as questões que queremos levantar.

A criação de listas de transmissão e grupos no WhatsApp e Telegram abertos às pessoas que seguem nossos perfis em redes como Facebook e Instagram são uma forma interessante de estreitar vínculos, criar espaços de trocas mais ricos e laços com as pessoas que seguem nossos perfis. Quando as pessoas com quem estamos dialogando têm acesso ao Telegram, fazer uma lista de transmissão ou um grupo de debate usando este aplicativo é mais interessante do que o WhatsApp, porque ele não precisa estar vinculado a uma pessoa física. Na internet, principalmente quando estamos dialogando com pessoas que conhecemos na própria internet, esse tipo de cuidado é importante para nos mantermos seguros.



Muitas vezes espaços como grupos de Telegram e listas de e-mail, que são construídos a partir de um primeiro contato com a produção de conteúdo nas redes sociais, são uma grande oportunidade de construção de articulação entre pessoas. Essas redes que começam a se construir virtualmente podem se desdobrar em encontros presenciais, através de reuniões, formações e debates construídos por grupos, coletivos e movimentos que às vezes nascem na própria rede ou atuam nas redes com o intuito de fortalecer seus espaços políticos. O senso de comunidade e pertencimento é um elemento importante para o nosso engajamento político. Em momentos de refluxo da luta, esse senso é importante para nos manter erguidas, porque as comunidades nos fortalecem.

“A rede social tem que ser a ponta do iceberg para o início de um relacionamento.”

Renata Corrêa

“A política não é só a política, são os laços de afeto que você estabelece e, se você consegue estabelecer isso com sua audiência nas redes sociais, o seu conteúdo acaba se tornando mais relevante e as pessoas passam a compartilhar mais.” Renata Corrêa

Criar esses tipos de vínculos na internet não é simples, mas podemos utilizar esta linha de ação como uma ferramenta que contribua para a criação de comunidades que se desdobram fora da internet ou para fortalecer os vínculos entre grupos e movimentos que têm integrantes em diferentes partes do Brasil. É interessante que os encontros proporcionados pela internet nos levem para fora dela e, ao mesmo tempo, que as atividades que desenvolvemos presencialmente e nas ruas se reflitam na internet, como um movimento de retroalimentação.

CULTO AO PERSONALISMO

Os perfis de pessoas normalmente têm mais alcance e engajamento do que perfis de movimentos, coletivos, organizações e projetos. Um dos fatores que explica isso é a própria forma como as redes sociais foram concebidas. Os perfis nas redes sociais são feitos para serem o nosso “canto” na internet, o nosso “eu” nas redes. Eles não são feitos para divulgar ideias ou projetos, mas criados como espaços para partilharmos nossas vidas.

O Facebook, por exemplo, surgiu de uma ideia muito bizarra: ser um livro de “rostos” em que os usuários, que inicialmente eram estudantes de universidades dos EUA, podiam julgar os atrativos uns dos outros. Julgar “uns aos outros” nesse contexto, na verdade, significava um espaço em que homens poderiam dar “notas” para os perfis das mulheres inscritas. Ou seja, é uma rede que surge com uma alta dose de sexismo.



Ainda que a gente tenha reinventado os usos das redes sociais, inclusive para compartilhamento de textos, o personalismo e o culto às imagens de beleza e perfeição são constitutivos desses espaços e continuam sendo muito presentes, até mesmo em perfis de militantes. O que acontece é que as redes sociais transformam a nós mesmas e às nossas vidas em produtos e, nesse processo, acabam por fortalecer personalidades e não ideais. Essa é uma das maiores armadilhas da militância nas redes sociais e é difícil de contornar.

NOSSA MEMÓRIA NAS REDES

Se o Facebook, Instagram, Twitter, Youtube e TikTok desaparecessem agora, onde estaria todo o histórico acumulado de discussões, atividades, conexões e vitórias coletivas dos nossos movimentos, coletivos e organizações?

Muitas militantes e coletivas produtoras de conteúdo de blogs dos anos 2000 acabaram migrando sua produção para as redes sociais. Apesar do dinamismo das redes ser uma coisa interessante, é esse mesmo dinamismo que faz com que seja muito difícil encontrar materiais mais antigos nesses espaços. Embora tudo o que a gente faça naquele espaço fique registrado, as redes não são boas como acervo para os nossos conteúdos. Por isso, é importante termos nossos próprios ambientes digitais, como sites e blogs, para garantirmos os nossos próprios acervos, documentando e guardando nossas informações.



Fazer dos nossos perfis nas redes sociais nossos principais espaços de produção de conteúdo na internet leva a uma perda de autonomia muito grande e nos deixa vulneráveis às escolhas comerciais que as plataformas fazem para divulgar ou não determinados conteúdos. Quando postamos materiais políticos nas redes sociais, às vezes, até perdemos alcance. Pensando que quem desenvolve essas tecnologias são homens brancos cisgêneros e com um poder aquisitivo elevado, qual seria o ganho deles em divulgar pautas feministas ao invés, por exemplo, da objetificação de corpos? Todo espaço da internet, principalmente as redes sociais, são lugares de disputa de narrativa e muitas vezes essa disputa se dá de forma desleal, devido aos algoritmos.

1001 LIVES QUE GOSTARIA DE ASSISTIR



Uma estratégia bem explorada durante a quarentena foram as *lives*. Muitos conhecimentos e informações foram compartilhadas nas redes sociais dessa forma. Foram muitos debates, cursos, palestras, práticas de exercícios, shows, teatros e performances.

Mas, dado o excesso de atividades que aconteceram nos últimos meses nas redes, foi difícil acessar tudo o que gostaríamos de ter acompanhado. Talvez esse momento que vivemos agora nos exija um exercício de documentação novo: uma curadoria e organização de tantos conteúdos que foram compartilhados. Como vimos, as redes sociais não são boas aliadas da memória, as coisas passam e se perdem muito rapidamente. Organizar esses arquivos pode ser importante para a construção de uma memória coletiva desse contexto e também para que esses conteúdos possam continuar circulando e cheguem a mais pessoas.

A INTERNET DAQUI PRA FRENTE

O intenso uso que temos feito da internet nesses meses de pandemia fez com que a gente pensasse em muitas coisas. Coisas novas surgiram e outras estratégias têm deixado de fazer sentido. Não será esse um momento de reinvenção da internet? Talvez esta seja uma oportunidade para pensarmos quais são os espaços que queremos ocupar e como queremos nos relacionar com as redes.

Será que esse momento não pode levar ao fortalecimento de uma forma mais comunitária de ocupar as redes, como acontecia quando a internet começou a se popularizar? Como eram as comunidades de Orkut, os fóruns de e-mails onde a gente se conheceu e, por fim, as próprias comunidades do Facebook? Será?



umas.com asoutras

TROCANDO IDEIAS
SOBRE O MUNDO DIGITAL

CICLO DE WEBINÁRIOS DA
UNIVERSIDADE LIVRE FEMINISTA

FICHA TÉCNICA

Organização dos Webinários Cristina Kenne, Fernanda Shirakawa, Sophia Branco e Thayz Athayde
Apoio técnico Daniela Araújo, Déborah Guaraná, Laila Braga
Audiodescrição Cristina Kenne
Interpretação de Libras Simone Dornelles
Edição de Vídeos Maria Cardozo e Roberta Cardoso
Design Isabella Alves
Sistematização dos debates Daniela Araújo, Laila Braga, Sophia Branco e Thayz Athayde
Revisão de Texto Cristina Lima

realização



Universidade
Livre Feminista



CUNHA
COLETIVO FEMINISTA



SOS CORPO

Instituto Feminista para a Democracia

maria
[lab]

parceria

COLETIVO FEMINISTA
HELEN KELLER

apoio



FORDFOUNDATION



HEINRICH
BÖLL
STIFTUNG
A Fundação Política Verde



INTERNATIONAL WOMEN'S
HEALTH COALITION



União Europeia

AK
FOUNDATION

OPEN SOCIETY
FOUNDATIONS