



# PENSANDO JUNTAS SOBRE COMUNICAÇÃO POPULAR FEMINISTA



edições  
sos corpo





# PENSANDO JUNTAS SOBRE COMUNICAÇÃO POPULAR FEMINISTA



edições  
sos corpo

RECIFE 2024

# PENSANDO JUNTAS SOBRE COMUNICAÇÃO POPULAR FEMINISTA

## FICHA CATALOGRÁFICA

**Edição e Organização:** Fran Ribeiro

**Escritos:** Natália Cordeiro, Pétalla Menezes, Cristiana Cavalcanti, Sofia Masi Verón, Stefanny Silva, Thayz Athayde, Lara Buitron, Fran Ribeiro

**Design Gráfico:** Oyá Design

**Ilustrações:** Luiza Morgado e Maju

**Fotos:** Lara Buitron, Sofia Masi Verón, Acervo AMB

**Revisão:** Cristina Lima

SOS Corpo, Recife, 2024 -  
Tiragem 300 exemplares

Todos os direitos reservados a Edições SOS Corpo

Endereço: Rua Real da Torre, nº 593, Madalena, Recife - PE

Contatos: (81) 3087-2086 / [sos@soscorpo.org.br](mailto:sos@soscorpo.org.br) / [comunicacao@soscorpo.org.br](mailto:comunicacao@soscorpo.org.br)

[www.soscorpo.org](http://www.soscorpo.org)

Sugerimos e estimulamos a reprodução total ou parcial desta publicação, desde que a fonte seja citada.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)  
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Pensando juntas sobre comunicação popular feminista / [organização Fran Ribeiro ; ilustrações Luiza Morgado e Maju]. -- Recife, PE : SOS Corpo, 2025.

Várias autoras.  
ISBN 978-65-87864-24-2

1. Comunicação 2. Comunicação - Aspectos sociais  
3. Feminismo 4. Transformação I. Ribeiro, Fran.  
II. Morgado, Luiza. III. Maju.

25-311237.0

CDD-305.42

Índices para catálogo sistemático:

1. Feminismo : Sociologia 305.42

Eliane de Freitas Leite - Bibliotecária - CRB 8/8415



Apoio:

**Brot**  
für die Welt

OAK  
FOUNDATION

OPEN SOCIETY  
FOUNDATIONS

Produção da Publicação:





# O QUE TEM AQUI?

- |           |  |           |  |
|-----------|--|-----------|--|
| <b>09</b> | Apresentação   | <b>40</b> | Como lutar<br>em tempos<br>de monopólio<br>das emoções:<br>Reflexões sobre<br>nossos tempos,<br>neoliberalismo<br>e ascensão da<br>extrema direita |
| <b>14</b> | Por que fazer<br>Comunicação<br>Popular Feminista?   | <b>45</b> | "Ai se sesse"<br>popular<br>feminista  |
| <b>23</b> | Comunicação<br>Feminista é<br>Revolução  | <b>48</b> | Bora se<br>afetar?   |
| <b>24</b> | A Comunicação<br>Popular Feminista<br>em movimento:<br>características,<br>experiências, desafios                | <b>51</b> | A comunicação<br>popular como<br>força vital para<br>sustentar a luta<br>feminista   |
| <b>32</b> | Educomunicação e<br>ativismo feminista<br>contra a censura estatal<br>e toda violência na<br>fronteira paraguaia |           |  |



# APRESENTAÇÃO

O ano de 2023 marcou a realização do primeiro curso presencial do SOS Corpo sobre Comunicação Popular Feminista. Ao longo dos anos do Instituto, o fazer da comunicação esteve e segue sendo crucial para a realização de nossas ações, sendo uma de nossas práticas de trabalho. Ao lado da pesquisa, da educação e da ação política, a comunicação assume a importância de ser uma prática cotidiana de trabalho, mas também por seu caráter político no teor dos conteúdos que criamos e da responsabilidade em contribuir para a transformação social.

Nos dois dias de outubro em que reunimos mais de cinquenta comunicadoras populares de diferentes movimentos feministas e mistos, sindicatos, redes, coletivos de luta e organizações, foi possível compartilhar experiências com o objetivo de entender os desafios e limites do fazer comunicação popular numa perspectiva situada no feminismo.

Para isso, definimos uma metodologia participativa, com momentos sempre dialógicos, como o Caleidoscópio de Experiências, onde construímos coletivamente um painel visual das experiências de comunicação popular que cada participante levou. Foi interessante perceber os diferentes for-



matos, linguagens, criatividade, ousadia e abordagens que cada movimento, rede, coletivo e organização apostava para fazer ecoar lutas e reivindicar mudanças numa conjuntura cada vez mais acirrada para a luta feminista. A metodologia contou também com conferência de abertura, aulas expositivas, trabalhos em grupo e festa, para celebrar!

Este livreto é o resultado da convocação que propusemos às participantes: reunir em uma publicação reflexões sobre os temas que discutimos naqueles dois dias, podendo ser utilizadas diferentes linguagens. Assim, aqui reunimos as contribuições de companheiras valorosas, aquelas que já estão mergulhadas no mundo da comunicação popular feminista e aquelas que puderam adentrar um pouco mais nesses processos a partir do curso.

Aqui você vai encontrar sistematização em formato de notas sobre o curso, poemas, artigos sobre experiências de atuação de movimentos feministas no Brasil e no Paraguai a partir da comunicação de causas, debate sobre o impacto da virtualização da vida e das lutas, comunicação para afetar, e o contexto do trabalho e os efeitos na saúde mental das trabalhadoras da comunicação. Esta publicação é o desfecho de um esforço coletivo em seguirmos pautando uma prática de comunicação situada, feita por mulheres que lutam por direitos coletivos, fortalecendo a ação política feminista na sociedade a serviço da transformação social.

Esperamos que esta leitura possa chegar a vários lugares, afetando pessoas diversas e fortalecendo a ação feminista pelos direitos das mulheres. Viva a Comunicação Popular Feminista!

**FRAN RIBEIRO**

Jornalista e comunicadora popular  
Comunicadora e integrante do coletivo profissional do SOS Corpo  
Mestra em Estudos de Gênero e Feminismo (PPGNEIM/UFBA)

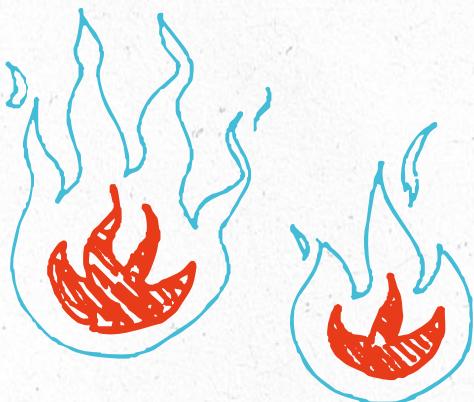


POR QUE FAZER COMUNICAÇÃO POPULAR  
**FEMINISTA?**



# POR QUE FAZER COMUNICAÇÃO POPULAR FEMINISTA? NOTAS SOBRE O CURSO CALEIDOSCÓPIO

POR NATÁLIA CORDEIRO<sup>1</sup>



1 Natália Cordeiro é educadora do SOS Corpo e militante do Fórum de Mulheres de Pernambuco. Esta elaboração foi feita com base na sistematização do *Curso Caleidoscópio: Por que fazer comunicação Feminista?* realizado nos dias 19 e 20 de outubro de 2023, em Recife/PE.

Caleidoscópio é um objeto cilíndrico que tem um monte de pecinhas que podem ser vidrinhos, miçangas, cristais que, quando refletidos no espelho da sua parede, formam uma imagem. Quando giramos o caleidoscópio, as pecinhas mudam de posição e formam uma outra imagem e outra e outra. É a partir dessa figura que nós, do SOS Corpo, pensamos a metodologia dos cursos Caleidoscópio... em alusão à beleza expandida, fruto de fragmentação e da capacidade da recriação coletiva de nova totalidade.

Partimos do pressuposto de que somos mulheres diversas, desiguais entre nós, e isso faz com que nossos pontos de vista sobre um mesmo tema sejam diferentes, mas possíveis de serem colocados em diálogo para, então, formar uma visão em comum sobre ele. E que fique nítido: formar uma

visão comum não significa pensar igual, não significa não discordar; implica reconhecer a outra a partir das suas experiências e expressões e a partir disso elaborar pensamentos.

Se a educação popular feminista se baseia no reconhecimento das alteridades, se ela se preocupa em construir contextos que permitam a expressão, a manifestação de si e da outra/do outro/de outro, em representações que nos aproximam do que é estranho – inclusive do estranho em nós – para, a partir disso, se produzir coletivamente uma elaboração, a imagem do caleidoscópio nos parece muito apropriada.

Como parte da cena pedagógica, somos as pecinhas do caleidoscópio que quando observadas podem ser identificadas na sua individualidade – tem a pecinha rosa, a pecinha azul, a pecinha verde... tem a pecinha menorzinha e a outra maior, tem a pecinha pontuda e a outra de borda arredondada –, mas que fazem parte de uma imagem expandida que não é estática, é uma imagem que se movimenta na medida em que nós nos movimentamos, gerando outra configuração, outro encaixe, outra imagem.

Em um contexto no qual estamos imersas na abundância de imagens, telas e informações, nos perecia urgente a realização de um curso Caleidoscópio sobre Comunicação Popular Feminista, pois entendemos que dois caminhos podem se abrir em decorrência desse cenário: o alargamento ou a inibição do imaginário; os sujeitos sendo conduzidos a um universo de formas originais que se movimentam ou de formas fixas e, portanto, já conhecidas; o confrontamento com o pensamento crítico ou com a ordem estabelecida que beneficia os mesmos poderosos de sempre; a construção de narrativas próprias sobre nós mesmas ou o reforço daquilo que foi dito sobre nós.

Nesse sentido, a Comunicação Popular Feminista se faz dialeticamente, deixando rastro/lastro pelo caminho como marca da experiência ética e estética que, ao afetar, possibilita a modificação de pontos de vista. A Comunicação Popular Feminista possibilita o reconhecimento da alteridade, a apreciação do mundo pelo desvelar dos símbolos, a inferência da potência da linguagem para expressão dos sujeitos e para a reinvenção do real. Esses prismas por onde observar a realidade, essas linhas que a demarcam, mas que não a contêm, os traços ténues a insinuar camadas não percebidas, a mudança de formas tão rápida que leva o olho à dúvida permanente acerca do que vê...

## CAMINHOS PERCORRIDOS

Com duração de dois dias, o *Curso Caleidoscópio: Por que fazer comunicação popular feminista?* aconteceu no Museu da Abolição, na cidade do Recife/PE, e contou com a participação de militantes feministas de diversos movimentos sociais de diferentes regiões de Pernambuco, de outras cidades do Brasil e do Paraguai. Eram cinquenta mulheres, negras e brancas, de 29 a 60 anos, a grande maioria de lésbicas e bissexuais, todas cisgêneras.

Tomando por base a educação popular feminista, as comunicadoras e educadoras do SOS Corpo, Débora Guaraná e Fran Ribeiro, inovaram na metodologia do curso buscando trazer para a cena pedagógica os elementos relativos ao conteúdo do curso. Desse modo, a abertura de cada momento era feita em um formato de rádio, a Rádio Popular Feminista. Com uma apresentadora e uma repórter, a rádio fazia pequenos spots, introduzindo o momento que se seguiria, entrevistando as participantes e fazendo sínteses e resgates de momentos anteriores.

O ponto de partida para os diálogos foi a ideia de que a comunicação é um elemento central para a existência e sustentação dos movimentos. É através dela que os movimentos são capazes de apresentar suas ideias, argumentos e pontos de vista ao mundo e é através dela que se torna possível o diálogo entre as próprias militantes. A força de um movimento está diretamente ligada à sua capacidade de refletir sobre sua comunicação – forma e conteúdo – e de pautar questões na agenda pública, incidindo politicamente para a transformação das ideias.

Para serem capazes disso, os movimentos fazem uso de diversos itens que as comunicadoras e comunicadores populares carregam em sua caixa de ferramentas: cartilhas, *folders*, postais, relatórios gráficos, camisas, bandeiras, lambes, blocos de carnaval, músicas, capoeira, palavras de desordem, vídeos, dança, rádios, redes sociais, ilustrações, boletins, campanhas, rodas de conversa, oficinas, adesivos, *infobikes*, fanzines, livretos, publicações, bandanas...

Dizemos que essas ferramentas estão à disposição da comunicação que pretendemos popular porque elas nos permitem chegar às pessoas que dese-

jamos alcançar: as mulheres, sobretudo as negras, trabalhadoras, as jovens, as LBTs, assim como o conjunto das populações marginalizadas. E principalmente porque, por meio dessas ferramentas, divulgamos ideias contra-hegemônicas, ou seja, ideias que vão na contramão do sistema patriarcal, racista e capitalista que está posto. Fazer isso exige de nós um esforço imenso para comunicar coisas que não são simples, uma vez que o pensamento crítico questiona a ordem estabelecida, o senso comum – e isso não é fácil porque é ir contra tudo o que a gente aprendeu desde antes de nascer. Conseguir se posicionar em oposição a essa ordem estabelecida é um desafio imenso e justamente por isso só é possível de se fazer em coletividade.

Para que tivéssemos bases conceituais comuns para as reflexões que se sucederam, contamos com a valiosa contribuição da professora Cláudia Gianotti, do Núcleo Piratininga de Comunicação. A partir das questões trazidas por ela, foi possível compreender a relação íntima entre comunicação, cultura e educação popular através do resgate da história da comunicação popular e de seu caráter dialético, comprometido com o enfrentamento ao *status quo*. Em outras palavras, é uma comunicação feita pelas pessoas com base em sua realidade, sua reflexão sobre ela e o processo de lançar essa reflexão no mundo através da comunicação.

As reflexões de Cláudia Gianotti também contribuíram para pensarmos a relação entre a comunicação local e a global: uma vez que toda comunicação tem relação com algum projeto, alguma visão de mundo, e o contexto de cada bairro, de cada território, está conectado com o contexto global. As estruturas sociais operam em todo o mundo e um dos grandes desafios da comunicação popular é ir fazendo essas costuras, é revelar essas ligações que podem não ser tão evidentes à primeira vista.

Ao resgatar parte da história – pois como nos alerta Chimamanda Ngozi não há história única –, Cláudia alude aos desafios enfrentados para a auto-organização, sendo a comunicação parte desse processo. **A comunicação popular é fruto da organização de um movimento: mulheres, negros, sem teto, trabalhadores; ela precisa refletir as elaborações, demandas, visões de mundo e proposições de transformação desses sujeitos sempre em diálogo com o que acontece no resto do mundo, com vistas a contribuir para a auto-organização dessa coletividade.** A comunicação popular, portanto, é produzida pelo povo e para o povo e devido ao seu caráter de resistência, ela precisa de coletividade, e coletividade demanda

organização para poder enfrentar, além das estruturas sociais, as condições concretas de vida que influenciam nossa existência.

No debate que deu continuidade ao percurso pedagógico, ficou latente a relação íntima entre movimentos sociais e comunicação popular, uma vez que é necessário fazer uma disputa de consciências. E, para isso, precisamos colocar no debate público as nossas questões, ideias, reivindicações, argumentações: o porquê de estarmos nas ruas; a importância de determinada mobilização; argumentos que desfaçam o que está estabelecido no senso comum (que é a ordem, a apatia, a acomodação, o racismo, o capitalismo e o patriarcado); ideias que apresentem alternativas e caminhos para essa transformação.

Isso tudo é possível quando viramos a chave e compreendemos que não somos aquilo que a mídia fala da gente e precisamos disputar isso para poder contar nossa própria história e definir a nós mesmas/es. É, portanto, a comunicação popular que abre a possibilidade de vermos uma câmera como uma potência e não como uma arma, pois a forma que as mídias tradicionais faziam e fazem uso dela contribuía para esse imaginário e para construir e reforçar narrativas estigmatizantes sobre as populações marginalizadas. Aí está a pulsão de vida contida na comunicação popular.

Também se tratou da sensação de que a direita e a ultradireita, com suas forças conservadoras e fundamentalistas, estão muito mais apropriadas das estratégias de comunicação contemporâneas do que nós, do campo democrático de esquerda, que ainda as utilizamos de forma muito intuitiva. Por outro lado, se ponderou que nós temos um projeto político de transformação social que se baseia também na ética. Para nós, a noção de comunicação como direito humano é muito cara, assim como sua relação inextricável com a democracia – e uma democracia verdadeiramente democrática. Portanto, **não topamos tudo para nos comunicar, existem questões inegociáveis como a dignidade e integridade das pessoas, o não reforço de estereótipos, a compreensão da comunicação como algo feito coletivamente, que vai de encontro às ideias hegemônicas, que é crítica fundamentalmente.**

Todos os movimentos disruptivos usaram a comunicação de forma integrada em várias frentes. Nesse sentido, precisamos pensar estrategicamente as articulações entre nós e entre as múltiplas linguagens que utilizamos,

como rádios populares, jornais, zines e tudo mais que está na nossa caixa de ferramentas. No contexto atual, não é possível pensar em comunicação sem considerar a centralidade da internet e de suas plataformas para a nossa comunicação. Então, mesmo que esse não fosse o ponto central da discussão naquele momento, os rumos do debate deixaram expressa a necessidade de pensarmos formas de usar as redes sociais para cumprirem seu potencial a serviço da luta social, posto que essas plataformas são uma realidade do nosso tempo.

Devemos enfrentar essa questão sem ingenuidade, pois sabemos que as big techs e a plataformação da internet dizem respeito a uma nova etapa da acumulação capitalista e exercem grande influência na nossa subjetividade. Reforçamos entre nós a compreensão de que a internet é a hegemonia, as plataformas são a hegemonia, e que nós damos de graça tudo o que ela precisa – nossos dados, nossas subjetividades. O capital cria necessidades e a comunicação não escapa disso. Outra face dessa moeda é o fato de que grande parcela da população não acessa a internet e essa exclusão é intermediada por raça, classe, gênero, idade, território...

Falou-se ainda da importância de cultivar a memória considerando o caráter dialético da comunicação. Para tanto, precisamos nos responsabilizar em não invisibilizar, mas resgatar a contribuição da população negra para toda comunicação popular produzida no Brasil. Sobre isso também foi pontuado que a falta de memória faz com que a gente perca a oportunidade de pensar de forma cumulativa, aprendendo com as experiências passadas (inclusive com os erros) e atualizando nossa crítica.

Ainda resgatando memória, na medida em que robôs e algoritmos nos desumanizam, **nosso compromisso radical deve ser seguir construindo uma comunicação popular feminista que precisa ser antirracista porque são as mulheres e a população negra que reivindicam a humanização como questão política. Sobre a humanidade, também se debateu que, apesar de tantas mudanças advindas da internet na forma de fazer política e mesmo de nos relacionarmos, o porta a porta, o boca a boca, a ida de escola em escola, o tu a tu, a panfletagem ainda são as melhores formas de estabelecer diálogos porque nossos corpos seguem sendo nosso território de existência e humanos ainda são humanos.**

Dentre as questões a serem aprofundadas que foram reveladas pelo debate, estão o fato de que a comunicação toca a dimensão do sensível, do subjetivo e nós precisamos nos apropriar disso e tocar, emocionar as pessoas para nos comunicar com elas. No entanto, precisamos elaborar melhor entre nós os limites e possibilidades disso para não reforçamos estereótipos e senso comuns. Como ponto a ser mais debatido, também ficaram as estratégias de subversão da lógica capitalista que está entranhada na internet e em suas plataformas, a fim de as usarmos de forma estratégica para nossas lutas, considerando a desproporcionalidade das nossas forças. Para isso é necessário pensar de qual tecnologia nós precisamos, discutir sobre a ética da tecnologia, sobre tecnologias feministas livres que sirvam para potencializar nossa luta e não o contrário, da gente ser sugada pelas plataformas que estão aí.

Outras questões postas foram: como avançar no uso de uma linguagem capaz de chegar em quem queremos chegar e como ser compreendidas por elas se o que queremos dizer não é simples justamente porque é contra-hegemônico? Como enfrentamos os desafios de comunicar determinadas pautas dentro do nosso próprio campo a exemplo da legalização do aborto, das drogas, o antipunitivismo etc.? Basta termos rádios comunitárias, jornais comunitários etc.? Isso é fazer comunicação popular? Não precisamos também refletir sobre o que queremos produzir a partir dessa comunicação? Ou seja, aprofundar as reflexões e elaborações sobre os objetivos de transformação social dessa comunicação?

## COMUNICAÇÃO POPULAR FEMINISTA ANTIRRACISTA PARA TRANSFORMAR

Na sequência do trajeto, além das falas expositivas das comunicadoras-educadoras e das convidadas, também foi realizado um trabalho que possibilitou o aprofundamento da discussão em pequenos grupos sobre temas-chave para se pensar a comunicação popular feminista. As participantes foram convidadas a apresentar o resultado das discussões de maneira criativa, daí surgiram programas de rádio, poesias e vídeos cujas ideias centrais estão agrupadas por tema e são apresentadas a seguir.

Sobre a desinformação, discutiu-se o seu potencial de destruir democracias, dispersar as pessoas e causar ódio ao ser gerada pelos grupos hegemônicos com objetivos bem definidos como desestabilizar e destruir grupos. Além disso, a desinformação incide muito fortemente em relação aos corpos das mulheres e às populações LGBTQIAPN+, causando pânico moral. Também se ponderou que as mulheres que mais são impactadas pela desinformação, muitas vezes, são as pessoas que mais estão abertas a ouvir e acolher questões ligadas ao enfrentamento à violência, à legalização do aborto, daí ser tão importante construir espaços coletivos onde se possa produzir e difundir o pensamento crítico – elementos fundamentais para combater a desinformação através de elaborações contra-hegemônicas.

Com relação à sustentabilidade da comunicação popular, se partiu do pressuposto de que não temos dinheiro por sermos contra-hegemônicas e de que o dinheiro está nas mãos da hegemonia. Porém, como forma de resistência, também temos criado estratégias tentando subverter essa lógica, e para isso é fundamental, ao definirmos a estratégia do nosso movimento ou organização, pensar a comunicação em sua dimensão política e não somente como uma tarefa, como um produto, mas como parte da luta. Pensar a sustentabilidade requer pensar de forma integrada as diversas formas de fazer comunicação – jornais, redes sociais, zines, panfletos – e explorar o potencial de cada forma em favor da nossa luta

Sobre a relação entre comunicação e afetos, foi pontuada a necessidade de pensarmos estratégias para dialogar com a população sobre temas difíceis a fim de sensibilizá-las através das emoções, fazendo uso de argumentos que possam tocar as pessoas e assim romper barreiras sobre determinado tema, provocando reflexão e até mesmo revisão do pensamento sobre determinada questão. Ideia de afetar para produzir/provocar uma ação, uma transformação, e é urgente pensarmos formas de contar histórias, trazer músicas, sensibilizar através da estética, criar mística, resgatar memórias para, assim, permitir o diálogo.

Sobre comunicação popular digital, de cara, foi apresentado o desafio de ser popular no meio digital. Foram feitas reflexões sobre o conceito de popular: do que falamos quando falamos em popular? Precisamos estar atentas para que a palavra “popular” não seja algo genérico, que apaga outras lutas e dimensões dos sujeitos – o popular precisa ter raça, classe e gênero. Se nas nossas vidas estamos nos comunicando o tempo todo, seja no ônibus, no

trabalho... agora estamos atravessadas também por diversos meios digitais de comunicação e isso, muitas vezes, permite que discussões que antes estavam restritas às universidades cheguem mais amplamente às pessoas. Por outro lado, o digital segue sendo muito restrito aos dominantes – homens, brancos, ricos – a exemplo de festivais da iniciativa público-privada que tratam dessas questões sobre uma perspectiva neoliberal. Essa lógica precisa ser alterada, a comunicação popular deve refletir nossa diversidade e ser instrumento para superação das nossas desigualdades.

Com relação à educomunicação foram apontados os desafios de fazer educomunicação nos tempos de internet porque, embora seja fundamental, também corremos o risco de sermos capturadas pelas plataformas digitais: a captação das nossas ideias, dos nossos dados uma vez que diversas plataformas já estão consolidadas nas parcerias com os meios formais de educação, como as universidades. Houve uma reflexão de que a ideia de educomunicação está em disputa – esse conceito era nosso, usado e pautado pelos movimentos sociais, agora a iniciativa privada já está se apropriando dele.

A educomunicação é fruto da elaboração coletiva feita a partir da perspectiva da educação popular e gera formas de comunicação e formação política para dentro e para fora do próprio movimento. Precisamos tornar comum a compreensão de que a comunicação fortalece a luta das mulheres, e criar as condições para que nossas companheiras desenvolvam ações populares de comunicação, revelando o quanto a comunicação está em diversas dimensões das nossas lutas e já é feita por tantas de nós.

## AS EXPERIÊNCIAS E ESTRATÉGIAS QUE VEM DOS MOVIMENTOS

Se aproximando do fim do percurso, foram compartilhadas as experiências de comunicação popular feminista da Marcha das Margaridas, Marcha de Mulheres Negras, Marcha das Mulheres Indígenas, Articulação de Mulheres Brasileiras e *Centro de Documentación y Estudio* (Paraguai). Foi um momento de troca sobre experiências representativas e significativas do conjunto da comunicação popular feminista antirracista seguido de um debate coletivo

que nos deu uma visão do todo, uma elaboração nossa sobre o que é essa comunicação popular feminista.

As experiências apresentadas tinham em comum a intenção de tornar mais orgânico e descentralizado o processo de comunicação dos movimentos – sejam eles movimentos com nome próprio ou articulações movimentalistas. Quando democratizamos o fazer da comunicação, abrimos possibilidades para que mais sujeitas se emancipem politicamente, se tornando sujeitas cada vez mais autônomas. Essa intenção decorre da necessidade de falarmos em nome próprio, disputando a narrativa do que sempre foi dito a nosso respeito à nossa revelia. Isso exige reflexão, revisão de ideias e expansão de horizontes para que possamos visibilizar a diversidade e as desigualdades entre as mulheres, desfazendo a ideia de universalidade e de essencialismo sobre o que é ser mulher.

Fica evidente, portanto, o caráter pedagógico da comunicação popular feminista, que envolve formação política, oficinas práticas, discussão sobre conceitos-chave para a comunicação, reflexão da comunicação como uma dimensão da incidência política e como elemento central para a auto-organização – papel de comunicar para fora e educar por dentro. Nossa potencial de aprendermos com as outras e assim ajudar as outras a se reconhecerem enquanto comunicadoras.



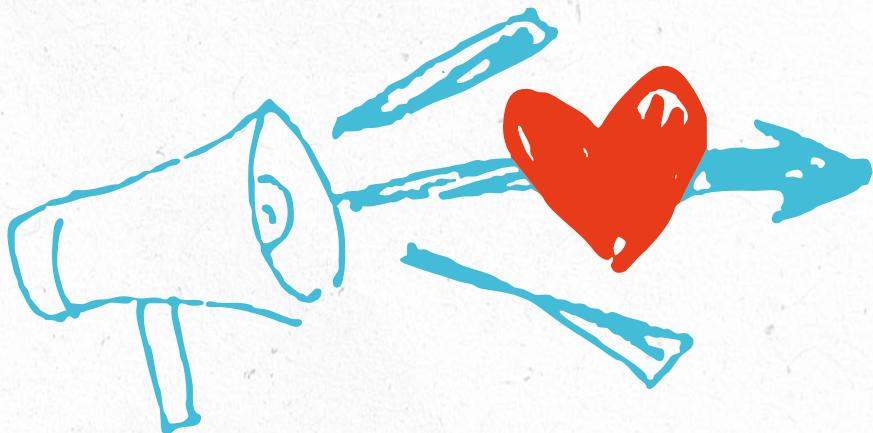




Por fim, a convergência sobre o desejo de expressar o sentido da nossa luta e a forma que queremos mudar o mundo. Nossas diversidades e desigualdades acrescenta grandes doses de contradição e complexidade à luta feminista e, por isso, o movimento feminista (de maneira ampla) se diferencia de outros: por refletir sobre si mesmo. Nesse sentido, a reflexão feminista antirracista anticapitalista deve orientar a nossa comunicação.

O curso se encerrou com a reflexão de que têm sido escassas as oportunidades para nós, comunicadoras populares feministas, refletirmos sobre nossas práticas, elaborarmos nossas reflexões e o que fizemos nesses dias foi justamente produzir conhecimento, inclusive porque, se procuramos referências sobre comunicação popular feminista, não encontramos. O feminismo, portanto, pode ser isso, esse espaço de autorreflexão que nos ajuda a aterrizar, a nos reconhecer nas outras, a elaborar juntas uma reflexão e assim fazermos uma produção coletiva de conhecimento. Um caleidoscópio é ou não é a melhor das imagens para pensar a comunicação popular feminista?

# COMUNICAÇÃO POPULAR FEMINISTA É REVOLUÇÃO



Comunicação popular feminista é revolução  
É afeto, companheirismo e conscientização

Para essa luta se sustentar temos alguns pontos a considerar  
Ambiental, comunitário e financeiro  
Porque o grande desafio é fazer sem dinheiro  
Ambiental porque vivemos num mundo material  
Com tantas tragédias no clima, precisamos incluir esse tema na rima  
Comunitário é o que a gente está fazendo agora: se auto organizar  
pra se ajudar.  
Se coletivizar pra se politizar e a realidade da vida diária melhorar  
Sustentar a comunicação popular é missão de quem quer mudar a  
visão e fazer revolução!

**PÉTALLA MENEZES,**  
do Fórum de Mulheres de Pernambuco/AMB

# A COMUNICAÇÃO POPULAR FEMINISTA EM MOVIMENTO: CARACTERÍSTICAS, EXPERIÊNCIAS E DESAFIOS

POR CRISTIANA DE ARAÚJO CAVALCANTI<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Cientista Social pela Universidade Federal de Pernambuco, comunicadora e militante da Articulação de Mulheres Brasileiras;

A comunicação é historicamente um campo de disputa e, se ainda tínhamos alguma dúvida nos últimos anos sobre sua centralidade, a pandemia tirou qualquer vestígio dela e trouxe à tona as contradições e injustiças presentes nesse campo em todo o mundo. Nesse cenário, as estruturas hegemônicas da comunicação digital se estabeleceram com muita desigualdade e complexidade, onde os algoritmos e a inteligência artificial das *Big Techs* (as grandes empresas de tecnologia) são responsáveis por reproduzir as opressões da sociedade no ambiente virtual, como o racismo algorítmico<sup>3</sup>.

A falta de transparência das plataformas, os riscos à pluralidade e o impulsionamento de discursos fascistas são alguns dos problemas com que temos nos deparado, ao mesmo tempo que este é um espaço hipervigilado. O capitalismo de vigilância tem manipulado sociedades, transformou nossos comportamentos e dados em mercadorias e segue ameaçando democracias. No Brasil, ficou evidente, nas eleições de 2018, a grande articulação entre essas estruturas e a extrema-direita para manipular e golpear a democracia através de discursos de ódio e notícias falsas, num esquema criminoso que envolveu tecnologia, internet e comunicação.

De lá pra cá, em muitos momentos passamos pelo desespero de ver a atuação dessas infraestruturas de desinformação em pleno funcionamento. Com o impacto delas colocado nas nossas vidas, tivemos que (re)existir por

---

<sup>3</sup> SILVA, Tarcísio. *Racismo algorítmico: inteligência artificial e discriminação nas redes digitais*. São Paulo: Edições Sesc SP, 2022.

quatro anos de governo bolsonarista, em que diversas vezes nos perguntamos: como nos comunicar com uma sociedade em ruínas? Como alcançar saídas? E amparadas na perspectiva da luta coletiva seguimos nos movimentando e tentando construir formas de resistência, que também nos **alertaram sobre a urgência** de assumir uma comunicação antissistêmica como um elo fundamental de um projeto político decolonial para combater o fascismo.

**Mas esse alerta não é novidade.** Fazendo uma retrospectiva, é possível observar que ao longo dos tempos a comunicação também se mostrou como estratégica e forte aliada das lutas sociais. Desde as décadas de 1970 e 1980, os movimentos populares passaram a construir sua própria forma de comunicar para conseguir organizar e ecoar suas vozes contra a ditadura militar no Brasil. A comunicação popular emerge na América Latina nesse período, com um caráter mobilizador, meios próprios de produção e circulação, visando sobretudo participação social e ampliação das lutas<sup>4</sup>. No país ela é inspirada pelos princípios da educação popular de Paulo Freire e extrapola os limites da imprensa tradicional e do jornalismo, instituindo o protagonismo para o povo. A comunicação popular contribui para diversificar as vozes sendo um importante contraponto à comunicação hegemônica, mas dentro dela o feminismo ainda tem outros enfrentamentos a serem feitos.

Embora tivesse outra dinâmica é importante destacar que a imprensa feminista<sup>5</sup> dos anos 1970 e 1980 – com jornais como *Brasil Mulher*, *Nós Mulheres*, *Mulherio* e *ChanaComChana* (este último um periódico lésbico-feminista) – já apontava a importância e necessidade do protagonismo das mulheres na comunicação, tanto em sua produção e redação quanto nas decisões políticas sobre a pauta e a linha editorial. Para ter voz foi necessário criar uma comunicação que desse conta de pautar as demandas e urgências que impactavam diretamente a vida das mulheres, como a ausência de creches, a divisão sexual do trabalho e a dupla jornada, métodos contraceptivos, sexualidade, entre muitas outras pautas feministas efervescentes naquele momento.

---

<sup>4</sup> PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados. Reelaborações no setor. *Palavra clave*, v. 11, n. 2, p. 367-379, 2008.

<sup>5</sup> TELES, Amelinha. LEITE, Rosalina Santa Cruz. *Da Guerrilha à Imprensa Feminista: a construção do feminismo pós luta armada no Brasil (1975-1980)*. São Paulo: Intermeios, 2013.

A comunicação popular feminista acumula um legado de experiências ao mesmo tempo que é parte da nossa luta por autonomia. Uma de suas características é amplificar as vozes das mulheres diversas e disputar que a história seja comunicada por nós, este sujeito histórico mulher atravessado em suas desigualdades por raça, etnia, classe, gênero, sexualidade, faixa etária e território.

Nesse contexto, criar e protagonizar a comunicação é antes de tudo processo, um intenso caminho que envolve uma construção dialógica e coletiva para expressar tanto subjetividades quanto lutas. O aprendizado se dá muitas vezes na ação e é permanente, com capacidade não apenas de ampliar as vozes, mas também de fortalecê-las e emancipá-las. Quando mulheres em condições de desigualdade comunicam suas lutas e sua interpretação do mundo, o status de cidadania é aprimorado, exercendo-se na prática o direito humano fundamental à comunicação – ainda que sua garantia plena e sua democratização sejam um horizonte bem distante até hoje.

## COMUNICAÇÃO EM MOVIMENTO

O Curso Caleidoscópio provocou comunicadoras de diferentes espaços a parar – diante dos incessantes e acelerados trabalhos diários – para pensar o que é a comunicação popular feminista que fazemos, onde ela está situada, quais são seus desafios e enfrentamentos e o que ela muda na comunicação popular. Acrescento outra provocação: há diferença entre ela e uma comunicação feminista? Através das experiências, nosso esforço então é formar um mosaico de reflexões que nos dê pistas para amadurecer esse debate e sua elaboração.

Parece-me possível afirmar, observando a diversidade de experiências presentes no curso, que a comunicação popular feminista é movimentalista. Ela é construída e realizada por grupos, coletivos, organizações e movimentos feministas populares e está situada em seus territórios. Assim, uma de suas características é que, para comunicar as lutas, a comunicação precisa ser parte dela. Embora a comunicação feminista também tenha como carro chefe e tema central as pautas feministas, estar ou não no seio dos movimentos é um aspecto que pode distingui-las, uma vez que a comunicação feminista tem sido feita por mídias independentes, algumas influenciado-

ras, colunas de jornais, veículos com programas específicos etc. A importância aqui não é mensurar, mas assinalar diferenças que nos ajudem a entender um pouco mais sobre nós e nossas práticas.

As práticas revelam modos de fazer política. Na **Articulação de Mulheres Brasileiras – AMB**<sup>6</sup>, as práticas políticas são estruturantes<sup>7</sup> de nossa ação, elas são a forma como nos organizamos nacional e localmente, as nossas incidências e pressão sobre o Estado, o diálogo com a sociedade, a construção e articulação de nossas alianças, as práticas de cuidado e autocuidado, de solidariedade, nosso artivismo e como nos expressamos na rua. A comunicação contribui com essas práticas ao mesmo tempo em que elas ajudam a orientar as estratégias comunicacionais que são parte de cada ação ou momento da luta, funcionando como uma via de mão dupla.

Nesse sentido, o **artivismo**, por exemplo, é uma via que tem grande capacidade de expressar nossa subjetividade radical e enriquecer a política com múltiplas linguagens. Através da música, da poesia, do teatro, das artes visuais, da fotografia, comunicamos as lutas da AMB com as palavras de desordem<sup>8</sup> de nossas batucadas, produção de zines, cartazes, lambes, cordel, vídeos, fotos, entre outros. Dentro disso, a **estética** também é fundamental, pois reflete nossa identidade. São camisetas, lenços, chapéus, tranças, estandartes que comunicam com formas e cores nossa presença auto-organizada nos espaços, marcando e dando visibilidade ao nosso jeito de fazer política nas ruas, nas redes, nas incidências e nos debates.

Outro aspecto importante de ser destacado aqui é a **linguagem** não-sexista. O feminismo sempre disputou linguagem por perceber nela um agente de opressão, tomando muitas vezes para si o papel de desconstruir palavras, disputar conceitos, ressignificar termos e compor pensamento crítico. Na insistência da desconstrução, a linguagem não-sexista vem sendo popularizada e mais reconhecida.

---

**6** É um movimento feminista que tem sua origem em 1994 e se organiza em diversos estados nas regiões Norte, Nordeste, Sudeste e Centro-oeste do Brasil. Para saber mais acesse: [www.ambfeminista.org.br/quem-somos](http://www.ambfeminista.org.br/quem-somos).

**7** AMB. *Semeando Feminismo: Práticas Políticas da Articulação de Mulheres Brasileiras* (2021). Disponível em: [www.ambfeminista.org.br/publicacoes](http://www.ambfeminista.org.br/publicacoes). Acesso em: 10 ago. 2025.

**8** Utilizamos o termo “desordem” para nos referirmos às letras e gritos de subversão da ordem, dos padrões e normas impostos às mulheres. Carregam irreverência, denúncias e reivindicações, como por exemplo: “Poder público vou te dizer/Existe aborto independente de você/E fica aí de blábláblá e as mulheres estão morrendo ao abortar”, ou “Se o Papa fosse mulher, o aborto seria legal”.

Todos esses aspectos caracterizam nossa comunicação popular feminista e refletem nossas **experiências comunicacionais**, tanto virtuais quanto presenciais. É assim que, no Rio Grande do Norte, o Grupo Afirmativo de Mulheres – GAM! constrói a luta lésbico-feminista com tambores, cores e músicas que reivindicam políticas públicas para a população LBT. Da mesma forma, lambes pela democracia podem ser vistos em alguns postes e muros ou em uma grande faixa estendida numa embarcação em meio ao rio em Belém do Pará, para comunicar a luta do Fórum de Mulheres Paraense por justiça socioambiental. No Rio de Janeiro, mensagens em outdoors convocando as pessoas para as ruas, foram parte da estratégia de comunicação da AMB Rio na preparação do Dia Internacional de Luta das Mulheres, no 8 de março.

O Núcleo de Mulheres de Roraima – NUMUR, que se auto-organiza na cidade de Boa Vista, produz periodicamente o que chamam de “cápsulas feministas”. São textos em formato de cards postados nas redes sociais que trazem a visão do coletivo sobre temas cotidianos da vida das mulheres e que estão em alta na internet, como direitos sexuais e reprodutivos e a legalização do aborto. Das redes para a comunidade do Calafate, em Salvador/BA, um jornalzinho com edição e tiragens caseiras mostra em folhas amarelas a luta antiga do Coletivo de Mulheres do Calafate no enfrentamento às violências contra as mulheres em seu território.

Embora com muita dificuldade para registro e arquivamento adequado, a comunicação ajuda a construir e a compor memória. Ela carrega um sentido documental que nos faz “compreender, ao longo do tempo, quais foram as pautas que nos mobilizaram, quais ações foram desenvolvidas e a partir de quais linguagens e meios nos comunicamos entre nós e com a sociedade”<sup>9</sup>.

Se comunicar pressupõe diálogo em que há fala, mas também existe escuta e reflexão. Já informar indica que alguém é emissor, enquanto o outro é receptor. Essa via de mão única pode fragilizar o debate e, portanto, a democracia. Ainda mais quando está aliada à desinformação, que surge como uma porta aberta para o fascismo, contra a qual também temos tentado resistir. A era da informação tem insistido em tirar de nós a capacidade crítica de nos comunicarmos e refletirmos juntas. E é nessa disputa que, em municípios no

---

<sup>9</sup> Trecho do texto “Por uma Comunicação Popular Feminista” (p. 3), feito em 2023 para subsídio do debate interno da política de comunicação da AMB.



alto da serra, o Movimento Ibiapabano de Mulheres – MIM, no Ceará, utilizou durante anos como estratégia de comunicação a “mimosa”, um carrinho de picolé adaptado com alto-falantes de som. Assim eram realizadas ações de formação política nas filas que se formavam em frente à casa lotérica em Viçosa, onde mulheres da região iam receber o benefício do Bolsa Família. Entre canções, leituras de textos e outras metodologias, o MIM promovia nessas filas troca de ideias com um tema gerador a cada mês.

No sertão de Pernambuco, o programa de rádio “Mulheres do Sertão”, que vai ao ar todo sábado, alcança as ouvintes voltando da feira livre do município de Ouricuri. O programa discute diversos temas da agenda feminista contextualizados à realidade local. Já em Recife/PE, a estratégia du-



rante a pandemia foi utilizar manuais e bicicletas de som circulando nas comunidades com mensagens para orientar a população sobre prevenção à covid-19 e denunciar as políticas negacionistas do governo. Logo após a eleição de Bolsonaro, chegou a ser realizado, em 2019, no Recife, o curso Comunicação de Guerrilha – uma formação para as militantes discutirem e aprenderem sobre cuidados digitais e comunicação para a cressistência feminista. As experiências citadas neste parágrafo, na capital e no sertão, são do Fórum de Mulheres de Pernambuco.

Todos os grupos citados neste texto compõem a AMB em seus estados e representam apenas uma parte das experiências comunicacionais da Articulação, faltando diversas outras experiências e agrupamentos que



somente uma pesquisa específica sobre novas e antigas práticas em nossa comunicação popular feminista poderia aprofundar devidamente. A maioria das experiências destacadas até aqui foram propositalmente citadas por se fazerem na riqueza da presença, da “vida real” como se dizia do mundo *off-line*. Obviamente a AMB também atua nas redes sociais, embora seja uma tarefa cada vez mais difícil, ou até mesmo inviável, ocupar e disputar esse espaço.

Nossas experiências na luta feminista têm como alicerce ser antirracista, antipatriarcal e anticapitalista. Por isso dizemos que ela é **antissistêmica**, visa enfrentar as estruturas de opressão para transformar o mundo por este feminismo. Esta utopia se mantém em nosso horizonte, embora a realidade nos tire o fôlego com o contexto que vivemos de aprofundamento das desigualdades, crise ambiental e fortalecimento de forças ultraconservadoras e fundamentalistas. Neste momento, disputar o imaginário social precisa ser uma ação cotidiana e ininterrupta. Mas **como manter nossa luta com sua radicalidade e ao mesmo tempo conseguir comunicá-la**, estabelecendo o diálogo necessário com a sociedade e sobretudo com as mulheres?

Se para fora existem imensos desafios, para dentro do movimento temos outros. A comunicação demanda um trabalho permanente com atualização de estratégias, formação para ação e investimento. Comunicar não é tarefa isolada de poucas ou de uma pessoa, é um exercício coletivo que requer ser pensado conjuntamente, considerando nossas desigualdades geracionais, de raça e classe, mas também valorizando as contribuições e diferentes formas de conhecimento das mulheres. Assim, a reflexão é fundamental na construção do conhecimento acumulado sobre nossas práticas e experiências, pois quando a gente reflete consegue compor sentidos e criar estratégias, além de ser uma ação pedagógica. Desse modo, as formações são um ponto-chave para qualificar a comunicação popular feminista.

Também no sentido de qualificar essa comunicação é necessário desmistificar a ideia de que ela pode ser exercida sempre na escassez, na precarização ou em condições adversas. Fazer a luta feminista também é lutar para que a comunicação popular feminista tenha fomentos públicos, pois “com relação às políticas de comunicação pouco se investe em redes comunitá-

rias e coletivas”<sup>10</sup>, existindo no máximo editais pontuais ou voltados para a área de cultura. Acontece que é preciso estimular a produção independente e permanente, com diversificação de sujeitos, como aponta o Coletivo Intervozes em seu livro *Quem Controla a Mídia?* ao tratar da comunicação alternativa: “mais importante que fomentos pontuais seria fomentar e investir permanentemente em experiências plurais de mídia, além de diminuir o poder das corporações que dominam a produção e circulação de informação”.

A comunicação popular feminista carrega o desafio, mas também a **capacidade de contribuir para fortalecer a luta das mulheres** do campo, da cidade, da floresta e das águas pela garantia de direitos e por justiça social. Contextualizada com nossos princípios e radicalidade, seu papel, além de denunciar o sistema perverso, é anunciar nossas utopias. Ao mesmo tempo em que há uma exaustão na vida das mulheres imposta por contextos arbitrários, sabemos também que é preciso achar formas de reconectar os caminhos e sentidos da luta, pois neste momento da história estamos diante do dilema de reencantamento da vida, do conflito de conseguir nos conectar com nossas próprias utopias. Por isso, a **importância de resgatar, enaltecer e criar nossas próprias experiências no exercício de comunicar**, já que elas podem contribuir para atualizarmos redes interpessoais e presenciais, capazes de sensibilizar e afetar corpos e mentes, construir pontes humanas que açãoem nossa força e criatividade para as lutas que temos pela frente.

---

<sup>10</sup> VERNEK, Iago. Mídia Alternativa: Da concentração às contranarrativas. In: *Quem Controla a Mídia? Dos velhos oligopólios aos monopólios digitais*. São Paulo: Veneta, 2023.

# EDUCOMUNICAÇÃO E ARTIVISMO FEMINISTA CONTRA A CENSURA ESTATAL E TODA VIOLÊNCIA NA FRONTEIRA PARAGUAIA

POR SOFÍA MASI VERÓN <sup>12</sup>

<sup>12</sup> Comunicadora feminista  
e fundadora de Kuña Poty.

Kuña Poty é uma frase em guarani que significa em espanhol “mulher que floresce”. Assim se chama a única organização feminista formalmente estabelecida em Ciudad del Este – Paraguai, na fronteira com o Brasil. Essa associação de mulheres diversas foi criada como um coletivo autogestionado em 2018, após vários encontros em espaços públicos e a marcha de 8 de março de 2017 (#8M) convocada em vários países pelo Dia Internacional da Mulher Trabalhadora.

Essa foi a primeira marcha feminista em Ciudad del Este, fundada durante a ditadura do general Alfredo Stroessner, a mais longa da América do Sul. A população dessa cidade fronteiriça, inicialmente chamada de Puerto Presidente Stroessner, ainda mantém um pensamento autoritário, repressivo e conservador. É por isso que, na primeira convocatória da marcha #8M em 2017, quando feministas estavam dizendo #YoParo como slogan de adesão à convocação nacional e internacional, em Ciudad del Este surgiu o slogan #YoNoParo, a partir dos setores religiosos. Aquilo foi uma ação midiática que se espalhou por todo o país, na tentativa de desmobilizar e deslegitimar a reivindicação de direitos das mulheres, contra todas as violências e desigualdades.

Foi assim que começou a resistência feminista em Alto Paraná, na fronteira paraguaia com Brasil. As mulheres que participaram da primeira marcha do dia 8 de março em Ciudad del Este, naquele 2017, fizeram ouvir suas vozes junto com milhares de mulheres mobilizadas nacional e internacionalmente. Depois da marcha bem-sucedida, decidiu-se construir uma organização que permita levar a cabo uma luta mais sustentada, que transcendia o apelo a datas emblemáticas.

Após vários encontros em praças públicas e shoppings, nasceu, em fevereiro de 2018, a Kuña Poty, como o primeiro coletivo feminista de Ciudad del Este e Alto Paraná. Pensando estratégias de ação, surgiu o debate interno: <sup>13</sup>nomear ou não a organização como feminista?



Marcha do #8M em Ciudad del Este

Dizer-se feminista nesta fronteira significa correr o risco de perder o emprego, sofrer violência digital, assédio na família e outros espaços de socialização. Conscientes desse risco, mas convencidas da importância de reivindicar a luta anticapitalista, antipatriarcal e antirracista, decidimos nomear-nos publicamente como uma organização feminista, mas estabelecer acordos e mecanismos de proteção para nossas companheiras.

---

<sup>13</sup> Decidimos manter a pontuação demarcando o lugar de enunciação fronteiriço da autora.

# ARTIVISMO COM PODER DE AFETAÇÃO

O primeiro desafio de Kuña Poty foi quebrar o silêncio no território fronteiriço. ¿Como falar sobre problemas tão normalizados? ¿Como gerar consciência social e fortalecer a organização feminista? Dentro do grupo houve consenso sobre a necessidade de tornar visíveis as desigualdades de gênero e a violência, com espaços de reflexão e debate através da arte.

Assim, a primeira atividade pública de Kuña Poty foi a apresentação de uma obra poética feminista chamada *Semilla* (Semente), da poetisa paraguaia Fátima Aguilar, na biblioteca municipal de Ciudad del Este.



Encontro de poesia feminista com a autora do livro *Semilla* (Semente), Fátima Aguilar

Em seguida, foi organizada uma oficina de teatro para mulheres, onde as participantes conheceram autoras paraguaias e interpretaram poemas da escritora Carmen Soler, presa política durante a ditadura de Stroessner. A apresentação teatral foi também um espaço de reflexão sobre a representação da mulher na arte e a sua participação política, sobre memória histórica e direitos humanos.

Depois houve uma exibição de cinema político dirigido por mulheres, no auditório da Universidade Nacional (UNE). Todas essas atividades eram de acesso gratuito e totalmente autogeridas.

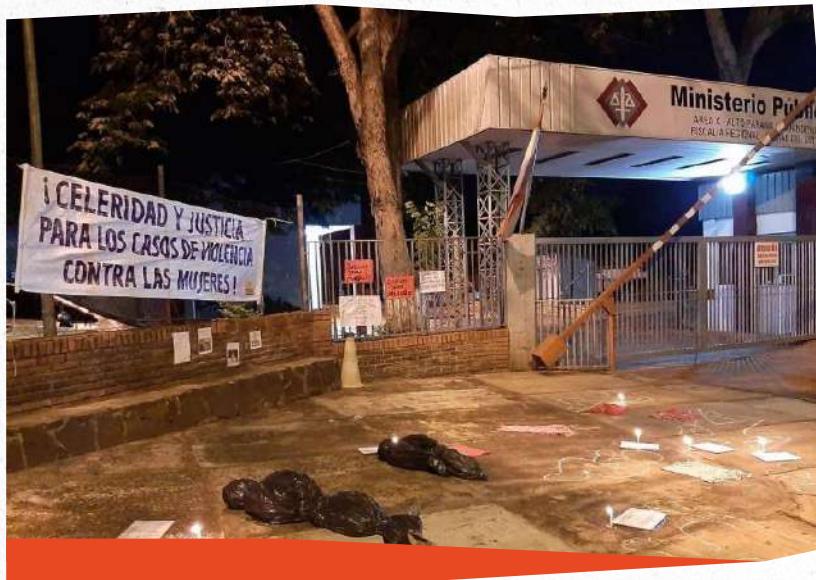
Para chamar a atenção do público e conscientizar, durante o dia 8 de março de 2019, ativistas da Kuña Poty realizaram intervenções alegóricas nas ruas de Ciudad del Este. Foram expostas bandeiras com mensagens alusivas a casos de feminicídio e violência sexual no topo dos viadutos, cartazes com velas e objetos de mulheres, em memória das vítimas da violência diante das instituições do Estado que compõem o Sistema de Proteção.



Apresentação teatral liderada pelas artistas Raquel Bareiro e Arami Encina de Kuña Poty, em conjunto com a historiadora Anahí Soto Vera

A organização manteve-se ativa durante a pandemia de covid-19 e, no âmbito do #25N, foi lançado um videoclipe com uma versão adaptada da “Canção sem medo”, da cantora mexicana Vivir Quintana. Este material divulgado pela conta de Kuña Poty se tornou viral no Facebook.

Todas essas ações foram divulgadas nos meios de comunicação de massa e geraram debate social. Desta forma, o artivismo tornou-se uma das principais estratégias de Kuña Poty para fazer ouvir as vozes das mulheres vítimas da violência machista e das desigualdades socioeconômicas.



Intervenção no Ministério Públco em CDE

Através de diversas expressões artísticas carregadas de conteúdo político feminista, as ativistas da Kuña Poty foram gerando afeto, comunicando e compartilhando raiva e indignação diante das injustiças e da violência sistêmica. Em cada ação houve pessoas sensibilizadas e emocionadas, mais mulheres aderiram à organização e participaram das atividades seguintes.

O coletivo cresceu e em 2022 tornou-se uma associação formalizada, com a intenção de se ativar com maior frequência, com maior impacto e alcance territorial.

Atualmente a Kuña Poty é definida como uma organização feminista de fronteira que luta pela promoção, defesa e conquista dos direitos humanos. Tem como missão tornar visíveis as diversas formas de violência de gênero, influenciando o Estado e a sociedade para a criação de políticas públicas e o seu efetivo cumprimento. As suas linhas estratégicas são: incidência pública e vigilância cidadã, formação e investigação social.

# EDUCOMUNICAÇÃO FEMINISTA, COM EVIDÊNCIAS CONTRA A DESINFORMAÇÃO

No Paraguai é proibido falar sobre gênero. Tamanho é o impacto das campanhas de desinformação somado à influência de setores antidireitos e fundamentalistas, formados por igrejas evangélicas, Igreja Católica e partidos políticos de extrema direita, que o Ministério da Educação emitiu uma Resolução em 2017 que proíbe materiais com sobre gênero em escolas e faculdades em todo o país<sup>14</sup>. Da mesma forma, em 2023, a senadora Lizarella Valiente, do Partido Colorado, atualmente no governo, criou um projeto de lei para proibir a perspectiva de gênero nas instituições de ensino e punir todas aquelas pessoas que a promovem.

Com essas regulamentações, a censura estatal proíbe a educação com perspectiva de gênero nas escolas, faculdades e universidades do Paraguai. ¿Como combater a violência sexista sem uma perspectiva de gênero? Nesse contexto, Kuña Poty tem realizado vários projetos de formação para ação.

O primeiro foi denominado *“Red Sorora Poty: uma abordagem interdisciplinar à violência de gênero”*, realizado em 2021 com apoio do Fondo de Mujeres del Sur (FMS). Dada a carência de profissionais de psicologia, comunicação, direito, serviço social e educação com formação em perspectiva de gênero no Alto Paraná, Kuña Poty desenvolveu um programa de formação gratuito. As aulas foram virtuais, em função do contexto pandêmico, e foram contratadas facilitadoras de Asunción e do Brasil. Essas facilitadoras eram profissionais dessas áreas, com experiência de trabalho em organizações civis que atuam no tema e/ou especializações em estudos de gênero. Depois da formação, as participantes do programa realizaram uma pesquisa exploratória, que foi um primeiro mapeamento que permitiu registrar dados sobre o funcionamento das instituições públicas responsáveis pelo processamento de denúncias de violência de gênero e pela proteção das vítimas.

---

<sup>14</sup> Resolución N° 29.664, emitida pelo ministro de Educação, Enrique Riera: *“Por la cual se prohíbe la difusión y utilización de materiales impresos como digitales, referentes a la teoría y/o ideología de género, en instituciones educativas dependientes del Ministerio de Educación y Ciencias”* (Pela qual se proíbe a divulgação e utilização de materiais impressos e digitais referentes à teoria e/ou ideologia de gênero em instituições educacionais dependentes do Ministério da Educação e Ciências)

Em 2021, Kuña Poty apresentou em conferência de imprensa um relatório preliminar, com os resultados da investigação e que foi a chave para o acesso à Mesa para a Prevenção da Violência contra a Mulher, órgão interinstitucional coordenado pelo Ministério da Mulher. Desde então, Kuña Poty participa ativamente desse espaço com postura crítica e reivindicação de direitos.

Na mesma linha da educomunicação, foi realizado o projeto “CDE com óculos lilás”, que consistiu em capacitar trabalhadoras e fãs de fotografia e audiovisual, no tratamento de imagens com perspectiva de gênero. O curso de prevenção da violência telemática foi totalmente gratuito e terminou com uma exposição de ensaios fotográficos sobre a desigualdade de gênero no espaço urbano.

Kuña Poty também desenvolveu em 2022 um projeto denominado “CDE livre de assédio”, que incluiu uma série de oficinas sobre prevenção do assédio sexual no espaço universitário, com estudantes de universidades públicas e privadas. Além disso, foi realizada uma investigação sobre a existência e implementação de protocolos contra o assédio em instituições públicas do Alto Paraná e, com os resultados dessa investigação, conseguiu-se a aprovação de uma campanha pública contra o assédio na Câmara Municipal de Ciudad del Este.

Desta forma, embora a educação esteja longe de ser feminista nas instituições de ensino, Kuña Poty gera espaços alternativos de formação, todos gratuitos, seja presencial ou virtualmente.

Encontro sobre prevenção do assédio sexual com estudantes da UNE



A partir de todas as formações, são produzidos conteúdos, sejam artísticos, como no caso das fotografias de “CDE com óculos lilás”, ou de investigação social, como no caso de “Red Sorora Poty” e “CDE livre de assédio”. Os resultados da pesquisa são divulgados por meio de conteúdos amigáveis, com linguagem simples e dinâmica, nas redes sociais da organização, também por meio de folhetos impressos ou adesivos.

## ENTÃO, QUAL É A NOSSA COMUNICAÇÃO?

Assim, apesar da grande quantidade de conteúdos que desinformam a população ao dizer que falar de gênero é “abuso sexual” ou que “crianças se tornam homossexuais”, Kuña Poty disputa a narrativa de grupos antidireitos e fundamentalistas.

Então, com base nessa experiência: ¿o que significa fazer comunicação popular a partir de uma organização feminista de fronteira?

É fazer uma comunicação que combina ações no território, colocando o corpo, mas reconhecendo a importância de ocupar o espaço digital, produzindo conteúdos educativos e feministas mobilizadores.

É uma comunicação popular porque nasce das mulheres da classe trabalhadora para outras mulheres e para a diversidade de pessoas que moram no território de fronteira. É alternativa, porque utiliza meios alternativos como a internet e a arte nas suas múltiplas expressões: teatro, fotografia, poesia, graffiti... É comunitária, porque é praticada nas ruas, nos bairros, com estudantes e trabalhadoras. É periférica, porque é fronteiriça, nas margens do território nacional, longe da capital. Uma comunicação que conscientiza e mobiliza.

Na organização de cada ação ou projeto, na produção de cada conteúdo, estão companheiras de Kuña Poty: jovens, adultas e mães, estudantes e trabalhadoras da comunicação, da arte e das ciências sociais.

Num contexto adverso, com poucos recursos e muita gestão, a organização consegue ouvir as vozes, construir alianças e tecer redes com outras organizações feministas e sociais em nível nacional e na região fronteiriça.

# COMO LUTAR EM TEMPOS DE MONOPÓLIO DAS EMOÇÕES: REFLEXÕES SOBRE NOSSOS TEMPOS, NEOLIBERALISMO E ASCENSÃO DA EXTREMA DIREITA

POR LARA BUITRON<sup>15</sup>



No começo de novembro de 2024, assistimos à trágica eleição estadunidense, que resultou na segunda vitória de Donald Trump. Houve um nítido recrudescimento do discurso imperialista, racista e supremacista do presidente dos EUA durante a campanha, se alinhando cada vez mais à extrema direita internacional. Prova disso foi o anúncio de que Elon Musk (CEO da Tesla e dono da rede X), um dos maiores porta-vozes públicos do conservadorismo mundial, possivelmente assumiria o cargo de chefe do departamento de "Eficiência Governamental do Estados Unidos" (DOGE). O departamento tem um objetivo nefasto de cortar os gastos do Estado e, segundo Trump, o DOGE servirá

<sup>15</sup> Lara Buitron é bacharel em Cinema e Audiovisual e futura Cientista Social. É comunicadora do SOS Corpo e militante do Fórum de Mulheres de Pernambuco/AMB.

como ferramenta de corte de gastos públicos, redução de regulamentações e desestruturação da burocracia governamental, consolidando a agenda conservadora e neoliberal proposta pelo republicano.

Musk foi essencial para a vitória trumpista tanto agora quanto em 2017, a diferença da segunda campanha foram as aparições públicas do bilionário em eventos e lives. Além disso, ele também comandou o chamado “SuperPAC”, que foi um grupo de grandes doadores – inclusive ele – que financiou a campanha de Trump. Essa proximidade entre o republicano e os “garotos do Vale do Silício”, principalmente no que diz respeito à regulamentação das redes sociais, no investimento estatal em tecnologia privada e no afrouxamento das leis para pesquisa sobre inteligência artificial, nos tem relembrado ao mundo que tecnologia, desenvolvimento e a própria internet alimentam as contas bancárias dos super-ricos.

A imprensa internacional e o campo político da centro-esquerda estão tratando esse elo Trump-Musk como algo impressionante, afinal, os conceitos de conservadorismo e inovação se chocam. Como poderemos avançar na tecnologia se não teremos condições de progredir enquanto sociedade? A decepção dos desavisados vem da construção de uma lenda moderna, onde o mundo mágico da internet veio para proporcionar autonomia e empoderamento para os mais excluídos, transformando as *Big Techs do Vale do Silício* nas representantes absolutas da liberdade de expressão no mundo. Será? Precisamos considerar que vivemos na época mais plena do neoliberalismo, não podemos ignorar o uso que esse sistema faz das nossas emoções. É disso que as redes sociais se alimentam: quanto mais absurda, odiosa, cruel ou raivosa a postagem, mais engajamento ela recebe e, consequentemente, mais lucro as empresas donas das redes sociais têm.

Estamos vivendo um momento único na história da humanidade, em que os conceitos de solidariedade e bem-estar social do pós-guerra, que pareciam muito bem estabelecidos, se mostraram incapazes de frear o avanço da necropolítica neoliberal. O individualismo tem se configurado como o padrão de relações entre as pessoas e, com a virtualização da vida, esse processo se acelera, se complexifica e se estrutura como padrão de consumo e comportamento. Vivemos a crise da solidariedade, da esperança nas possibilidades de mudança da realidade concreta e, especialmente, das práticas coletivas.

Para lermos e analisarmos esse momento do mundo é preciso tentar compreender a criação da internet e o crescimento das *Big Techs* como agentes essenciais para o desenvolvimento do capitalismo neoliberal e fortalecimento do consumismo e da meritocracia como modo de vida. Logo, é preciso recuperar um pouco a história da construção dessa comunicação virtualizada de redes que é, hoje, nossa maneira de socialização principal. Estamos diante das primeiras gerações nascidas no mundo globalmente virtualizado, para esses jovens a socialização intermediada pela tela e a rapidez informacional parecem muito naturais, tão naturais que a ferramenta mágica da internet sequer é questionada sobre suas origens e de seus inventores.

Pouca gente sabe (propositadamente), mas a invenção da internet surge dentro do Departamento de Defesa estadunidense, ela nasce enquanto arma de guerra e, como todo produto bélico, se torna bem de consumo depois de poucas décadas de uso militar. A pré-história da rede internacional de computadores, sua invenção em si, acontece em 1957 como reação do governo estadunidense ao avanço tecnológico da então União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS), em especial ao Projeto Sputnik (Abreu, 2009). Os primórdios do que hoje conhecemos como *internet* foi a ARPANET, desenvolvida pelos peritos militares norte-americanos, sua função era proteger as linhas de comunicação no caso de um ataque nuclear, ou seja, desenvolver uma rede de comunicação que não pudesse ser destruída e nem decodificada pelos comunistas soviéticos.

Obviamente a internet que usamos hoje não é a mesma ARPANET do final dos anos de 1950, porém faço a reflexão de que não podemos ignorar suas origens. Não devemos esquecer que o que hoje usamos não só como ferramenta de comunicação, mas também como nosso modo de socialização e estratégia de luta política, nasce como arma bélica, imperialista e anticomunista. O mundo virtual foi criado pelo imperialismo norte-americano para ser usado contra a ideia de comunismo, representa um projeto de sociedade que não é o nosso.

A reflexão de Evgeny Morozov (2024), em *Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política*, nos ajuda a compreender um pouco melhor a dupla disruptão pela qual passamos hoje. De um lado, temos Wall Street pregando a escassez, a política neoliberal de mercado, o fim do Estado e dos direitos sociais; do outro, temos as *Big Techs* celebrando abundância, inovação e,



principalmente, racionalidade. Seguindo a tradição moderna, na qual o saber constitui um novo instrumento de dominação política (Danziato, 2019), e onde a eficiência da política é diretamente conectada à razão, os gigantes tecnológicos de hoje se apresentam para a sociedade como os pivôs de uma nova era.

Da mesma maneira que a política não é só racionalidade, pelo contrário, são nossos afetos que guiam a organização do Estado e de quem o disputa, a internet não é uma ferramenta “neutra”. Existem pessoas reais, com desejos e ideologias, por trás dos famosos algoritmos, a “saída do armário” para a direita dos CEOs das maiores empresas de tecnologias do mundo (que, não por acaso, estão nos EUA) é uma sinalização nítida de que não há neutralidade na construção do saber e na comunicação. Parece que agora acordamos para uma verdade óbvia: não há benfeiteiros no capitalismo virtualizado e neoliberal em que vivemos. A pergunta que fica é: como devemos nos relacionar com as ferramentas virtuais sem cairmos em suas armadilhas? Claro, espaço vazio é espaço ocupado, por isso não podemos nos retirar das redes, mas proponho que tenhamos outra relação com a ferramenta, que seja possível pensar em futuros e estratégias de luta *apesar* dela e *não a partir* dela.

# REFERÊNCIAS

**ABREU**, Karen Cristina Kraemer. História e usos da Internet. Biblioteca on-line de ciências da comunicação, 2009. Disponível em: <https://bocc.ubi.pt/texts/abreu-karen-historia-e-usos-da-internet.pdf>. Acesso em: 15 ago. 2025.

**AMADEU DA SILVEIRA**, Sérgio; FRANCISCO CASSINO, João. Comunicação militarizada: a internet e os novos formatos da guerra. Revista Fronteiras, v. 22, n. 1, 2020. Disponível em: [https://www.researchgate.net/profile/Joao-Cassino/publication/341919278\\_Comunicacao\\_militarizada\\_a\\_internet\\_e\\_os\\_novos\\_formatos\\_da\\_guerra/links/612e86c438818c2eaf72f9d5/Comunicacao-militarizada-a-internet-e-os-novos-formatos-da-guerra.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Joao-Cassino/publication/341919278_Comunicacao_militarizada_a_internet_e_os_novos_formatos_da_guerra/links/612e86c438818c2eaf72f9d5/Comunicacao-militarizada-a-internet-e-os-novos-formatos-da-guerra.pdf). Acesso em: 15 ago. 2025.

**CHIARI**, Marina. Os ideais da classe média, o individualismo e as redes sociais na Internet. Cabo dos trabalhos, n. 23, 2020. Disponível em: [https://cabodostrabalhos.ces.uc.pt/n23/documentos/05\\_Marina\\_Chiari.pdf](https://cabodostrabalhos.ces.uc.pt/n23/documentos/05_Marina_Chiari.pdf). Acesso em 15 ago. 2025.

**DANZIATO**, Leonardo B. Psicanálise e Política: por uma prática da incompletude. Psicologia & Sociedade, Volume: 31, 2019.

**MOROZOV**, Evgeny. Big tech: a ascensão dos dados e a morte da política. Ubu Editora LTDA-ME, São Paulo - SP. 2024.

**SAFATLE**, Vladimir; DA SILVA JÚNIOR, Nelson; DUNKER, Christian. Introdução. In: Patologias do social: arqueologias do sofrimento psíquico. Autêntica, 2018.



# "AI SE SESSE" POPULAR FEMINISTA

Se um dia nois se oiasse  
Se um dia nois se entendesse  
Se nois dua prosiasse  
Se juntim nois duas nos lesse  
Se juntim nois duas falasse  
Se juntim nois duas ouvisse  
Se juntim nois duas escrevesse  
Se prum livro nois asseguisse  
Mas porém se acontecesse da editora não abrisse  
Suas porta e dissesse que não dava pra entender aquela tulice  
E se com a "norma culta" nois brigasse  
E tu cum eu insistisse que a "concordância" nois deixasse  
E meu lápis eu puxasse  
E o bucho da gramática furasse  
Tarfês nois publicasse, tarfês eles nem ouvisse  
E a gramática de bucho furado sortasse  
As pueta tudo e fugisse.

Releitura escrita por Stefanny Silva de "Ai se sesse" do pueta Zé da Luz.



# BORA SE AFETAR?

POR THAYZ ATHAYDE<sup>16</sup>



Na sociedade capitalista, racista e patriarcal, quase tudo pode se tornar uma forma de venda e de subjugação, sobretudo para as mulheres. Uma das ideias recorrentes nos últimos anos é individualizar cada vez mais os sofrimentos das pessoas. Não quero com isso dizer que não há singularidade no sofrimento e nem que terapia não é importante. Minha proposta é refletir como o capitalismo neoliberal tem nos empurrado ao individualismo, nos fazendo esquecer que alguns afetos e lutas só podem ser enfrentados em comunidade.

Os contratos de trabalho a partir da CLT estão mais escassos e a promessa de ser autônomo e conseguir enriquecer com o próprio negócio se tornou um sonho a ser perseguido. Como consequência, temos visto pessoas com um, dois ou mais trabalhos para se sustentar, ou trabalhando doze horas ou mais para conseguir chegar na meta diária e receber um valor que pague os custos desse trabalho e também o próprio salário.

Em que momento é possível o lazer? Qual o espaço para dar vazão a todos os afetos que aparecem no dia a dia de qualquer pessoa? Como estão as condições afetivas dessa população? É cada vez mais comum ter notícias de pessoas com uma série de sintomas como ansiedade, dificuldade de aten-

---

<sup>16</sup> Thayz Athayde é escritora, psicóloga, psicanalista e degustadora de memes. Doutora em Educação (UERJ), pesquisou sobre Neurose Cultural Brasileira e o Pretuguês no pós-doutorado (UERJ). Atua com atendimento clínico, supervisão e na coordenação de grupos de estudos. É filha do vento, tem o humor e a praia como refúgio.

ção, depressão, entre outros. Há muita singularidade nisso tudo, mas aqui minha atenção está voltada aos marcadores sociais: quais são as consequências do uso dos celulares como um momento de lazer para a maioria da população, em que as pessoas passam um grande tempo no transporte público ou que chegam em casa exaustas de tanto trabalho?

As redes sociais têm sido grandes aliadas para a maioria das pessoas e essa situação tem mudado a forma como nos relacionamos em comunidade. Há uma grande saturação das convivências online, em sua maioria extremamente passivas, ou seja, não há uma troca nas redes sociais, a ideia é apenas reagir àquilo que está sendo postado. Eu, como uma saudosa blogueira que fui em 2010, me recordo dos blogs e das listas de e-mails em que o tempo era outro: enquanto eu escrevia uma resposta ao que tinha lido, outra pessoa respondia e era preciso parar, ler e refletir. A própria plataforma nos permitia esse tempo.

Acabei aqui o momento saudosista. Afinal, o mundo mudou e não tem como voltar atrás, vivemos em uma era de vídeos, imagens e muitas reações a pessoas que falam suas experiências individuais. O capitalismo neoliberal está a todo vapor e com ele a produção de sintomas sociais e o sufocamento dos afetos.

O saber científico se tornou carro-chefe para garantir a produção de sujeitos, limitando e regulando a discussão sobre como os marcadores sociais, como o machismo e o racismo, para citar dois exemplos, influenciam a vida em sociedade, produzem sintomas sociais, além de se aliarem aos sintomas individuais. Esquece-se que no século passado essa mesma ciência internou compulsoriamente mulheres que não queriam casar e ter filhos. Que o racismo científico violentou e ainda violenta pessoas negras e indígenas. Que a patologização das pessoas trans segue a passos largos e fazendo cada vez mais seguidores.

Tais questões têm me feito refletir sobre o que temos feito com nossos afetos, inclusive aqueles considerados “negativos” como a raiva, o ódio, a frustração, a indignação etc. Ainda que muitas de nós que estamos no movimento social organizado tenhamos acesso ao debate e à história das ciladas do capitalismo patriarcal e racista, não é possível “sair” do mundo que sufoca nossos afetos, em que o tempo se tornou um recurso precário e nossa atenção se tornou artigo de luxo.

Tais questões me fazem pensar o quanto a racionalidade tem seu limite. Dito de outra forma, tenho me questionado qual o papel dos afetos diante dessa sociedade “turbinada” em velocidade 2.0. Nesse capitalismo *punk e caliente*, como disse Paul B. Preciado. Na minha aposta, os afetos também fazem parte na luta contra o capitalismo patriarcal, o racismo, a cis-heteronormatividade e o capacitismo.

## COMO ESTÃO NOSSOS AFETOS?



A educação social sobre as opressões que determinados grupos atravessam é um dos pontos mais importantes para o movimento social organizado. A luta para que alguns temas estejam em sala de aula ou mesmo que não sejam proibidos ainda é árdua, pois o pouco que se avança nessa pauta causa uma grande onda de retaliações, violências e perseguições de grupos de direita que saem em defesa da moral e dos bons costumes. Como exemplo, temos a polêmica sobre o *kit gay*, que gerou uma grande *fake news* que assombrou o país, fazendo com que muitos pais temessem que suas crianças fossem “ensinadas” a ser gays e/ou pessoas trans.

De forma lógica, essa ideia não faz nenhum sentido. E para acabar com qualquer dúvida é possível olhar o site que contém a proposta para compreender que 1) não existe nenhum *kit gay*, 2) a proposta tinha como ob-

jetivo educar sobre a diversidade sexual e de gênero, e 3) não se “ensina” alguém a ter determinada sexualidade e/ou gênero. Porém, é impossível dialogar a partir de uma racionalidade e percebe-se que a estratégia política utilizada foi o afeto, especificamente o medo.

O jogo dos afetos sempre foi importante quando se trata de política, porém, com as redes sociais, o alcance e a forma de fazer esse jogo de poder se tornou cada vez maior, além de operar a ideia de que cada pessoa e/ou grupo tem sua “própria verdade”. Parece que se tudo é verdade, nada é verdade, não é mesmo? O medo e a indignação têm sido estratégias utilizadas pela direita e por políticos conservadores. Junto à ideia de que estamos cada vez mais sozinhos, a sensação de impotência se torna enorme. Isso é uma das formas de sufocamento dos afetos – é necessário estar junto com outras pessoas para elaborar e lidar com os afetos.

## TÁ RINDO DE QUÊ?

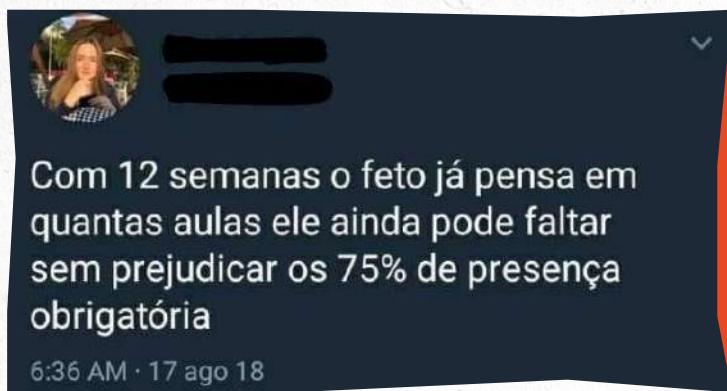
Lembro que uma das primeiras coisas que aprendi nas aulas de psicologia social é que é impossível viver sozinha, por mais que se tente e se queira. É necessário um coletivo de pessoas para cada passo dado, roupa utilizada, alimento ingerido, entre tantas outras coisas. Os afetos também funcionam nessa lógica: precisamos de pelo menos uma outra pessoa para que tenhamos linguagem, para tatearmos isso que chamamos de amor (e ódio), para que conheçamos a frustração, a raiva, a esperança. É necessário nos conectar com outras pessoas para termos notícias de nós mesmas: é isso que nos torna gente.

Conforme a sociedade se modifica, a forma de nos conectar também encontra novos contornos. Uma das práticas que tenho achado interessante são os memes e como eles são utilizados para reconhecer afetos e nos conectar com outras pessoas, fazendo aquele movimento de “amiga, lembrei de você”, “esse meme é nossa cara”, “parece você, amiga”, “essa sou eu todinha”, entre outros. O meme é uma forma de arte que utiliza o humor para comunicar uma mensagem através de imagens ou vídeos na internet, e o humor é um afeto importante.

Assim como outros tipos de arte, o meme pode ser utilizado tanto para produzir a norma, como para frescar, mangar, zombar com isso que se

considera “normal”. Grupos de extrema direita têm utilizado memes para atacar figuras políticas da esquerda, atrapalhar o debate sobre assuntos e temas progressistas, além de utilizarem os memes para violentar grupos feministas, movimento negro, pessoas trans, entre outros grupos. Essa é uma forma do meme produzir a norma, reiterando o sistema patriarcal, racista, cis-heternormativo e capitalista. Esses memes não são compartilhados apenas por pessoas de direita e/ou conservadora, muitas vezes são o resultado de alguma identificação com aquele tema. Vemos pessoas amigas, familiares, conhecidos compartilhando mensagens violentas e achando que é apenas uma piada – não é a primeira vez que nos deparamos com isso: reduzir uma violência a uma mera piada.

Ao ver esses memes, é comum que a gente sinta raiva e indignação. A minha vontade inicial é fazer textões e comentários mal-educados. Mas será que responder dessa forma é a única saída? Alguns grupos feministas, do movimento negro e LGBTI+ têm criado memes que não respondem, mas debocham das *fake news* e das teorias fantasiosas criadas por grupos de extrema direita. Como exemplo, podemos pensar na hashtag contra o aborto legal criada no antigo Twitter, a ideia era dizer que com 12 semanas o feto já é “gente”. Como resposta, grupos feministas utilizaram a mesma *hashtag* para criarem memes “com 12 semanas o feto já pode reprovar por falta”, “com 12 semanas o feto já tem escolhas melhores do que eu”. Em pouco tempo muitas pessoas, que não se identificam como feministas, começaram a criar memes como esses.



O afeto pode ser utilizado para provocar, para iniciar debates importantes. Isso não desqualifica e nem anula o debate, muito menos outras formas políticas de posicionamento. Os afetos podem ser aliados importantes para desacomodar algumas emoções que são socialmente construídas, como o machismo, o racismo, a cis-heternorma, o capacitismo. A psicóloga e psicanalista Isildinha Baptista Nogueira comprehende que os “efeitos perversos do racismo transcendem os efeitos socialmente perversos em que se manifestam com maior visibilidade”. Isto é, para além dos efeitos sociais, como lidamos com o nosso corpo que sente os efeitos das violências? E como disputamos os afetos que são capturados pelo capitalismo?

Não tenho respostas, mas tenho apostado nos memes como uma forma de disputar e de lidar com tantas informações. O deboche também pode ser uma forma de provocar o debate, de produzir novas identificações com as pautas por que lutamos. Em artigo recente no The Guardian, Judith Butler escreveu um texto sobre o sadismo de Trump: *“Se continuarmos a nos sentir tomados pela indignação e paralisados pela estupefação diante de cada nova proclamação anunciada cotidianamente, não conseguiremos discernir o que as conecta. [...] Embora existam muitos motivos para estarmos enraivecidos, não podemos deixar que essa raiva nos inunde e paralise nossas mentes. Pois este é o momento para compreender as paixões fascistas que alimentam essa busca descarada por poderes autoritários”*, Por que a raiva não tem sido o ponto de encontro que nos conecta para gerar motor de mudança, como escreveu Audre Lorde? Talvez seja o momento de “organizar a raiva e celebrar a alegria”, diante do horror é preciso reinventar – e por que não se afetar?

# A COMUNICAÇÃO POPULAR COMO FORÇA VITAL PARA SUSTENTAR A LUTA FEMINISTA

POR FRAN RIBEIRO <sup>17</sup>

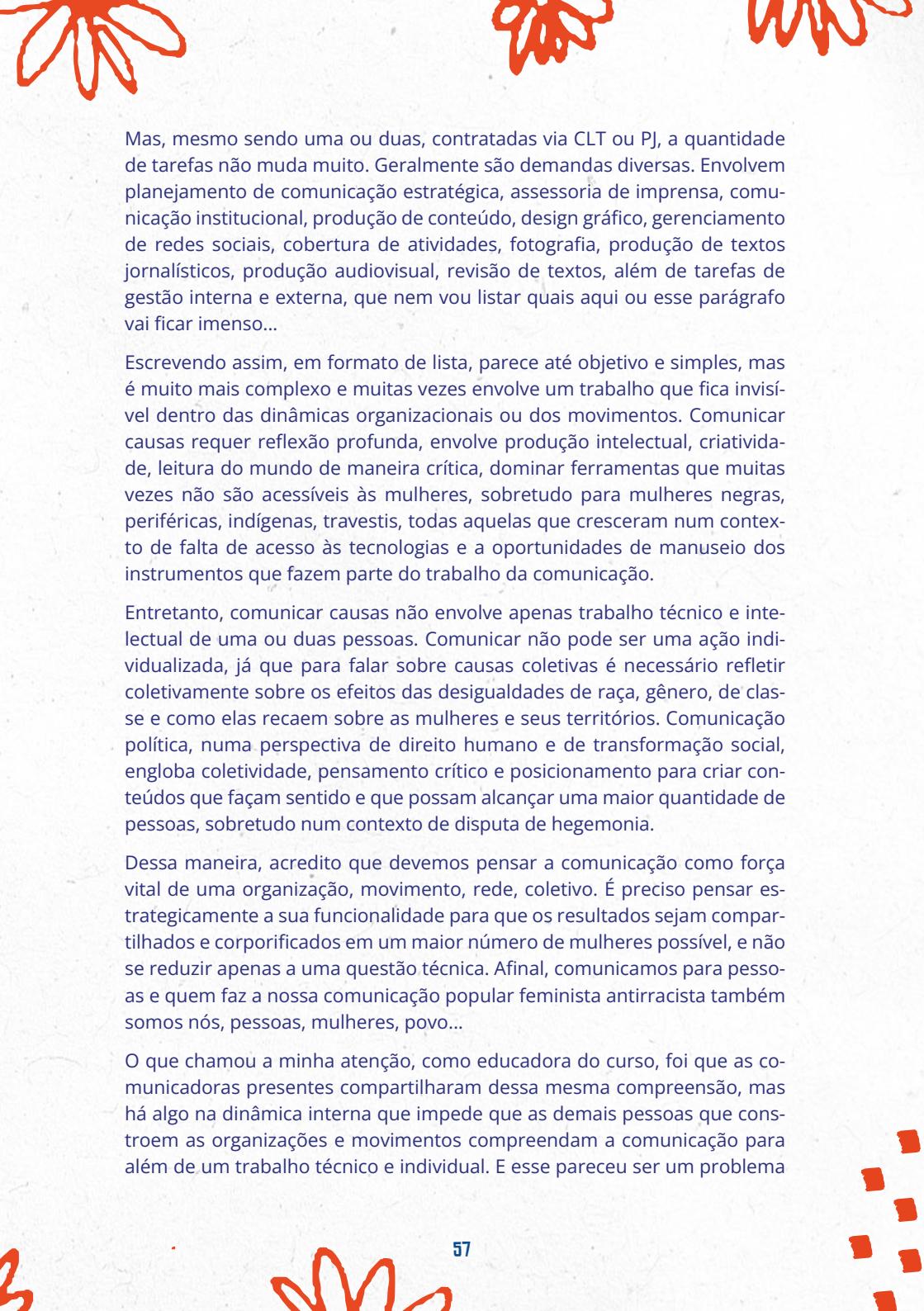
Quando nós do SOS Corpo pensamos em propor um curso na metodologia do Caleidoscópio sobre Comunicação Popular Feminista, a primeira ideia era traçarmos juntas, com o maior número de comunicadoras que atuam com comunicação de causas feministas, um conceito em comum sobre o tema. Foram dois dias de muito debate, escuta ativa, ampliação de perspectivas, mas sobretudo, de troca de estratégias e experiências no processo de criação de comunicação em movimentos, redes, coletivos e organizações feministas.

Porém, no meio dos debates um sentimento em comum foi pairando no ar. O cansaço. E cansaço não somente de corpo cansado, mas de mente cansada. E corpo e mente cansados diante do desalento social, econômico e ambiental, do aumento da violência, dos ataques antifeministas dentro e fora da internet, é sinal de alerta, não só para as comunicadoras populares, mas para todo mundo que luta hoje para transformar esse mundo.

Contudo, o foco da reflexão que trago aqui é sobre o contexto que envolve o trabalho que nós, comunicadoras feministas, desenvolvemos no cotidiano de nossos movimentos e organizações. Isso porque muitas vezes as equipes são formadas por uma ou duas pessoas, quando se trata de lugares onde somos contratadas para trabalhar por CLT, já que a grande realidade e tendência, não apenas no terceiro setor, mas do trabalho da área de comunicação no Brasil hoje é de contratos temporários, em que a relação se faz via pessoa jurídica. Há ainda aquelas trabalhadoras que não têm formalização alguma e fazem o trabalho da comunicação através da militância ou por pagamentos muito abaixo da responsabilidade e dedicação que o fazer comunicação popular requer.

---

<sup>17</sup> Fran Ribeiro é mulher negra, lésbica, jornalista de formação, comunicadora popular feminista, integrante do coletivo de trabalhadoras do SOS Corpo Instituto Feminista para a Democracia.



Mas, mesmo sendo uma ou duas, contratadas via CLT ou PJ, a quantidade de tarefas não muda muito. Geralmente são demandas diversas. Envolvem planejamento de comunicação estratégica, assessoria de imprensa, comunicação institucional, produção de conteúdo, design gráfico, gerenciamento de redes sociais, cobertura de atividades, fotografia, produção de textos jornalísticos, produção audiovisual, revisão de textos, além de tarefas de gestão interna e externa, que nem vou listar quais aqui ou esse parágrafo vai ficar imenso...

Escrevendo assim, em formato de lista, parece até objetivo e simples, mas é muito mais complexo e muitas vezes envolve um trabalho que fica invisível dentro das dinâmicas organizacionais ou dos movimentos. Comunicar causas requer reflexão profunda, envolve produção intelectual, criatividade, leitura do mundo de maneira crítica, dominar ferramentas que muitas vezes não são acessíveis às mulheres, sobretudo para mulheres negras, periféricas, indígenas, travestis, todas aquelas que cresceram num contexto de falta de acesso às tecnologias e a oportunidades de manuseio dos instrumentos que fazem parte do trabalho da comunicação.

Entretanto, comunicar causas não envolve apenas trabalho técnico e intelectual de uma ou duas pessoas. Comunicar não pode ser uma ação individualizada, já que para falar sobre causas coletivas é necessário refletir coletivamente sobre os efeitos das desigualdades de raça, gênero, de classe e como elas recaem sobre as mulheres e seus territórios. Comunicação política, numa perspectiva de direito humano e de transformação social, engloba coletividade, pensamento crítico e posicionamento para criar conteúdos que façam sentido e que possam alcançar uma maior quantidade de pessoas, sobretudo num contexto de disputa de hegemonia.

Dessa maneira, acredito que devemos pensar a comunicação como força vital de uma organização, movimento, rede, coletivo. É preciso pensar estratégicamente a sua funcionalidade para que os resultados sejam compartilhados e corporificados em um maior número de mulheres possível, e não se reduzir apenas a uma questão técnica. Afinal, comunicamos para pessoas e quem faz a nossa comunicação popular feminista antirracista também somos nós, pessoas, mulheres, povo...

O que chamou a minha atenção, como educadora do curso, foi que as comunicadoras presentes compartilharam dessa mesma compreensão, mas há algo na dinâmica interna que impede que as demais pessoas que constroem as organizações e movimentos compreendam a comunicação para além de um trabalho técnico e individual. E esse pareceu ser um problema

que impacta diretamente na relação corpo-trabalho de nós, comunicadoras: se tudo é urgente, como definir prioridades?

Num mundo cada vez mais virtualizado, onde o tempo é do aceleramento, da automatização, as respostas a determinadas questões se tornam cada vez mais urgentes, ou então não há alcance, engajamento. O contexto da pandemia e do pandemônio aprofundou ainda mais a virtualização da vida, das relações, a cultura do imediatismo, a lógica da individualização.

Para nós, comunicadoras, soma-se ao cansaço e ao desalento com a conjuntura a pressão por resultados, a tentativa incansável de furar a tal “bolha” e, muitas vezes, lidar com um ambiente de trabalho que nos reduz a um trabalho técnico, este tecnicismo que desumaniza – sobretudo quando nosso inimigo usa e abusa dos algoritmos e chatbots para agir e dominar através de desinformação, em relações que precarizam o trabalho de comunicação ao não pensarem nesta como estratégica para organizações e movimentos.

No curso, as participantes salientaram como a saúde mental para nossa atuação é fundamental e precisa ser prioridade, pois mente doente gera corpo cansado e, consequentemente, sem saúde, não temos força, criatividade e nem esperança para seguir traçando caminhos no campo de batalha que é a comunicação e na luta por direitos. Então, o que pode ser feito? Além, obviamente, da sustentabilidade das trabalhadoras, com direito à remuneração de acordo com o trabalho realizado, o compartilhamento das reflexões em torno da comunicação institucional e de causas por parte de quem constrói as organizações e movimentos pode também ser um caminho para seguirmos politizando o papel social da comunicação popular para a luta feminista.

Mas, sobretudo, o fortalecimento de ações de Comunicação Popular Feminista Antirracista. Se não podemos sair das redes sociais – ainda –, que possamos pensar as redes sociais apenas como um meio, mas que elas não sejam a prioridade. Num contexto em que a individualização é a via de regra, precisamos levar nossas causas e lutas para além das telas.

Apostar mais em comunicação *off line*, bikes de som, rádios populares, jornais de bairro, cartazes, jogos interativos, mapas de argumentos, jornal-mural, graffiti, zine, além de outras tecnologias populares de comunicação e outras formas de linguagem que afetem as pessoas.

Precisamos colocar cada vez mais vozes, corpos e territórios nas nossas comunicações, talvez assim, a sobrecarga de uma luta tão injusta no campo da hegemonia da comunicação patriarcal e racista não recaia tanto para as trabalhadoras que estão nessa trincheira da luta feminista.





edições  
sos corpo