



## **CIBERCIDADANIA: A CONVERGÊNCIA ENTRE UMA MANIFESTAÇÃO FEMINISTA E SUA TRANSMISSÃO ONLINE**

### **CYBERCITIZENSHIP: THE CONVERGENCE BETWEEN A FEMINIST MANIFESTATION AND IT'S LIVE STREAMING**

Beatriz Moreira Cesar <sup>1</sup>  
Julia do Carmo da Silva <sup>2</sup>

#### **RESUMO**

Articulando o conceito de Jenkins (2009) de convergência e inteligência coletiva, de Lévy (1999), o presente artigo analisa o caso de uma esquete produzida, e divulgada, por um restaurante paulista que encena uma agressão à cozinheira do restaurante, como forma de repreensão por parte do chefe do estabelecimento. A publicação causou uma grande mobilização nas redes sociais, sendo acusada de apologia à violência contra a mulher, as discussões levaram à uma manifestação feminista organizada por mulheres membros do MTST na porta do restaurante. Transmitida ao vivo pelas organizações Mídia Ninja e Jornalistas Livres, o ato foi acompanhado por milhares de pessoas. O presente artigo objetivou entender o propósito das mulheres que acompanharam, em tempo real, a manifestação, buscando investigar de que modo a manifestação online se articula ao ato presencial. Ao fazer uma articulação com os conceitos de cibercultura e cultura da convergência, que possibilita um exercício da cibercidadania, o estudo concluiu que essas mulheres buscavam integrar o protesto, fazer parte do ato e propagar as pautas reivindicadas.

Palavras-chave: Cibercidadania; Cultura da Convergência; Feminismo; Manifestação online.

#### **ABSTRACT**

Articulating the Jenkins's concept of convergence (2009) and collective intelligence, Lévy's (1999), this article analyzes the case of a skit produce, and publicized, for a paulista restaurant staging an aggression to the restaurant's female cook as a warning from the establishment chef. The publication caused a great mobilization on social medias, being accused of apologizing for violence against women, discussions led to a feminist protest, organized by women members of the MTST, at the restaurant's door. Live streamed by the organizations Mídia Ninja and Jornalistas Livres, the act was accompanied by thousands of people. This article aimed to understand the purpose of the women who accompanied, in real time, the manifestation, seeking to investigate how online's manifestation is articulated to the presential act. By making an articulation with the concepts of cyberculture and Cultural Convergence, which enables an exercise of cybercitizenship, the study concluded that these women sought to integrate the protest, be part of the act and propagate the claimed guidelines.

Keywords: Cybercitizenship; Cultural Convergence; Feminism; Online manifestation.

<sup>1</sup> Graduanda do Curso de Comunicação Social - Produção Editorial - UFSM. Bolsista do Grupo de Pesquisa "Consumo e Culturas Digitais". biamoreiracesar@gmail.com.

<sup>2</sup> Mestra em Ciência Sociais - UFSM e doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação pela UFSM. docarmo.julia@gmail.com



## INTRODUÇÃO

No dia 13 de julho de 2019, uma hamburgueria paulista publicou, em seu perfil na rede social Instagram, um vídeo, no formato de esquete, que gerou muita polêmica e foi retirado do ar dias depois. Sob a acusação de fazer apologia à violência contra a mulher, o estabelecimento foi ponto de debates e reivindicações de mulheres e grupos feministas.

O formato de vídeo que se utiliza de situações cotidianas de forma exagerada, extrapolada, recorrendo ao humor, denomina-se esquete. Esta categoria de vídeos se popularizou na internet, principalmente, através do canal do Youtube Porta dos Fundos<sup>3</sup>

Segundo o dono da hamburgueria, a ideia do vídeo era produzir uma esquete de humor satirizando as posturas rígidas dos *chefs* de cozinha apresentados em programas de realities shows culinários. No entanto, o audiovisual foi recebido como uma apologia à violência contra a mulher, uma vez que encena uma agressão do chefe do estabelecimento à uma cozinheira.

Durante a semana em que foi feita a postagem, o caso fomentou uma série de debates nas redes sociais elencando o direito e limite da liberdade de expressão, a violência de gênero - com foco no feminicídio e opressão em ambientes de trabalho. Além das discussões nas redes sociais, houve uma grande repercussão do caso nos principais portais de notícias brasileiros - como G1, Terra, Uol e Veja.

Os debates online sobre violência contra a mulher geram grande engajamento de mulheres e grupos militantes. A violência de gênero é uma importante reivindicação dos movimentos feministas nacionais, já que os índices de agressões e feminicídio cresceram expressivamente nos últimos anos. Segundo pesquisa do Fórum Brasileiro de Segurança Pública (FBSP)<sup>4</sup>, houve crescimento de 30,7% no número de homicídios de mulheres de 2007 a 2017.

<sup>3</sup> “O Porta dos Fundos é um coletivo de criação e produção de conteúdo multimídia. São esquetes semanais para a internet, incluindo making of e erros de gravação, além de séries, comerciais para a TV e produções de humor em geral. Hoje o Porta dos Fundos é um dos maiores canais do YouTube Brasil, com mais de 14 milhões de inscritos, além de produzir conteúdo em formatos variados para plataformas diversas”. Disponível em: <https://www.portadosfundos.com.br/microsite/porta-dos-fundos>. Acesso em: 22 jul. 2019.

<sup>4</sup> **Atlas da violência 2019**. Organizadores: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada; Fórum Brasileiro de Segurança Pública. Brasília: Rio de Janeiro: São Paulo: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada; Fórum Brasileiro de Segurança Pública. Disponível em:



Partindo da conceituação de Sociedade em Rede, apresentada por Castells<sup>5</sup>, é possível compreender o processo de mobilização dos indivíduos e grupos militantes nas reivindicações online. As Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) viabilizam a organização e disseminação da informação na sociedade, aumentando o poder de articulação dos indivíduos que têm acesso à essas tecnologias.

No engajamento e reivindicações que partiram do online, é possível enxergar a constituição do que que Lévy (1999)<sup>6</sup> denomina como inteligência coletiva. O autor nos ajuda a entender esse sistema em que há uma colaboração e esforço coletivo articulado através do uso das tecnologias digitais.

Após uma conturbada semana de divulgação do caso, no dia 19 de julho, sexta-feira, mulheres integrantes do MTST (Movimento dos Trabalhadores Sem-Teto) realizaram uma manifestação na sede da hamburgueria, situada na zona oeste de São Paulo. A manifestação foi transmitida ,ao vivo, pelas coletivos Jornalistas Livres e Mídia Ninja, em suas redes sociais e acompanhada por milhares de pessoas.

Articulando os pensamentos sobre as mudanças nas estruturas sociais através da apropriação das TICs por, cada vez mais, indivíduos e grupos distintos, é importante investigar o modo como essas tecnologias são apropriadas na sociedade e identificar seus diferentes usos.

Partindo da perspectiva de análise das mulheres, que foram o grupo mais afetado e engajado com o caso elencado, busca-se identificar a relação das usuárias com as transmissões ao vivo. Qual o propósito do acompanhamento da transmissão? De que maneira a manifestação online das usuárias se articula com o ato presencial?

Para responder essas perguntas, partiu-se da coleta de dados na rede social Facebook - esta foi elencada pelo grande número de visualizações no vídeo de acompanhamento em tempo real do protesto e alto volume de comentários. Além disso, objetivando entender a repercussão do caso de maneira não segmentada, a ferramenta Trends, do Google, foi utilizadas para entender a evolução da popularidade do caso.

[http://www.forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2019/06/Atlas-da-Violencia-2019\\_05jun\\_vers%C3%A3o-coletiva.pdf](http://www.forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2019/06/Atlas-da-Violencia-2019_05jun_vers%C3%A3o-coletiva.pdf). Acesso em: 23 jul. 2019.

<sup>5</sup> CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede** (A era da informação: economia, sociedade e cultura). São Paulo: Paz e Terra, 1999.

<sup>6</sup> LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: 34, 1999.

## 1 O VÍDEO

Como forma de estreitar laços com seus consumidores e criar perfis mais atraentes, marcas têm se tornado produtoras de conteúdo. Não basta apenas ter um negócio baseado em produtos em uma sociedade cada vez mais digital, as empresas veem a necessidade de estabelecer vínculos com seus clientes, objetivando construir uma relação.

Pensando na construção desse relacionamento sólido entre cliente-marca, as empresas buscam, cada vez mais, criar conteúdo em suas redes traduzindo seus valores, objetivando a consolidação de clientes fiéis, defensores da empresa. A produção de um conteúdo que interesse seus clientes é uma das maneiras de se conectar à eles, além de atrair outros clientes em potencial.

O caso analisado neste artigo começa com uma empresa produzindo conteúdo para seu perfil no Instagram. Com o objetivo de engajar seus clientes, além de poder atrair outros usuários da plataforma para a marca, a Hamburgueria Underdog produziu um vídeo no formato de esquete ambientado no restaurante.

O vídeo curto - característica do formato - apresenta um cliente do restaurante fazendo uma reclamação ao dono do local que, pacientemente e com bom humor, ouve as críticas sobre a falta de sal no prato pedido por ele (Figura 1).



Figura 1: Reclamação do cliente.



O atendente ouve as queixas e retira o pedido para que o mesmo seja refeito. A postura do dono do estabelecimento aparenta bom humor, chegando a brincar com o consumidor, porém, ao chegar na cozinha, para que a reclamação fosse encaminhada e seu pedido refeito, sua postura muda repentinamente.

Ao chegar na cozinha do restaurante, o homem adentra o local muito irritado e agressivo e pergunta para a cozinheira se foi ela que fez o hambúrguer e, quando a mulher confirma, ele exclama “Tá salgado pra cacete, cê é louca?” e a agride com três tapas no rosto enquanto a mesma grita de desespero.



Figura 2: Agressão contra a cozinheira.

Uma segunda esquete foi postada no perfil da marca, como uma continuação da antecessora. Nesta apresenta a cozinheira do vídeo anterior refazendo o pedido do cliente com uma maquiagem simulando um olho com o hematoma da agressão sofrida pelo chefe.





Figura 3: Simulação de hematoma.

Após receber diversas denúncias e comentários negativos nas publicações, os vídeos foram retirados da conta da hamburgueria no Instagram, porém o dono do restaurante repostou a esquete contendo a agressão à funcionária em sua rede social privada, apenas com uma pequena alteração: passou a incluir a mensagem “N[ão] precisaria nem falar que é uma sátira é brincadeira, né? Mas pelo visto preciso sim...”.

### 1.1 O marketing

O restaurante analisado já havia se envolvido em uma polêmica nas redes sociais anteriormente. No ano de 2017, o estabelecimento colocou uma placa na porta do local com o dizer "Aqui seu cão é bem-vindo. Mas crianças, favor amarrá-las ao poste" e compartilhou uma foto da letreiro em suas redes sociais, caso que gerou revolta online.

Uma pesquisa no ferramenta Trends<sup>7</sup>, do Google, revela a evolução da popularidade da pesquisa da expressão “hamburgueria underdog” entre 24 de junho e 24 de julho de

<sup>7</sup> O Google Trends é uma ferramenta que recolhe os dados das pesquisas efetuadas em todo o mundo, remove as informações pessoais e categoriza os dados. Disponível em: <https://trends.google.com.br/>. Acesso em: 24 de jul. 2019.



2019. É possível observar o crescimento das buscas pelo nome do estabelecimento no Google após a publicação do vídeo na rede social.



Figura 4: Evolução das pesquisas por “hamburgueria Underdog” no Google.

A veiculação de polêmicas à imagem de empresas, muitas vezes, é um recurso utilizado como forma de promoção da marca. Ao utilizarem-se de assuntos que geram muito engajamento em ambientes online - como o caso aqui analisado - o nome da marca chega à uma gama diversa de pessoas, podendo trazer novos clientes.

O restaurante responsável pela esquete ganhou notoriedade durante a semana em que o caso repercutiu nas redes sociais e plataformas online. Porém, ao analisarmos os dados obtidos no gráfico, percebemos que o pico de popularidade das pesquisas no Google se deu a partir do dia 19 de julho.

Ao confrontarmos esta data com o histórico evolutivo do caso, analisa-se que a popularidade teve seu pico a partir da manifestação feita por mulher integrantes do Movimento dos Trabalhadores Sem-Teto (MTST) no restaurante. Na noite do dia 19 foi organizada uma manifestação, ato que repercutiu em diversos veículos de mídia no dia 20, o que explica o pico no gráfico anterior e, logo em seguida, começou o declínio nas pesquisas.

Importante analisar que o destaque das notícia do dias 19 e 20 de julho foram as mulheres manifestantes e o Movimento de Trabalhadores Sem-Teto. Apesar da publicação do vídeo ter gerado uma grande repercussão do caso nas redes sociais e aumentado a popularidade de busca pelo restaurante, a manifestação das mulheres no estabelecimento gerou maior impacto na marca, que passou a não ocupar o local de destaque.



Ao analisar duas notícias<sup>8</sup> retiradas do mesmo veículo de mídia, G1, podemos perceber a diferença no protagonismo da situação. Após a publicação do vídeo nas redes sociais, o sujeito principal da manchete era a hamburgueria, o lugar de destaque era ocupado pela marca.

## Hamburgueria de SP encena violência contra funcionária em vídeos, recebe críticas e rede social apaga

Underdog, em Pinheiros, afirmou que objetivo era satirizar 'chef bipolar'. Publicações receberam críticas de apologia à violência contra a mulher e dono criticou 'as feministas formadoras de opinião que acham que estão salvando o mundo'.

Por Gabriela Gonçalves, G1 SP — São Paulo  
15/07/2019 17h06 - Atualizado há uma semana



Figura 5. Notícia sobre a publicação da esquete.

No entanto, após a manifestação realizada por mulheres no restaurante, o local de destaque deixa de ser ocupado pela marca. No título da matéria do dia 19 de julho as mulheres passam a ser o sujeito da frase e, a hamburgueria, passa a ocupar um lugar de menor foco.

<sup>8</sup> G1 SP. **Mulheres sem-teto protestam em hamburgueria que encenou violência contra funcionária em rede social**. In: G1. São Paulo, 2016, online. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2019/07/19/mulheres-sem-teto-protestam-em-hamburgueria-que-encenou-violencia-contrafuncionaria-em-rede-social.ghtml>. Acesso em: 21 jul. 2019.

GONÇALVEZ, Gabriela. **Hamburgueria de SP encena violência contra funcionária em vídeos, recebe críticas e rede social apaga**. In: G1. São Paulo, 2016, online. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2019/07/15/hamburgueria-de-sp-encena-violencia-contrafuncionaria-em-videos-recebe-criticas-e-rede-social-apaga.ghtml>. Acesso em: 21 jul. 2019.





## Mulheres sem-teto protestam em hamburgueria que encenou violência contra funcionária em rede social

Grupo do MTST faz ato contra a postagem em frente ao restaurante Underdog, em Pinheiros, na Zona Oeste de SP.

Por G1 SP

19/07/2019 20h33 - Atualizado há 5 dias



Figura 6: Notícia sobre a manifestação.

## 2 A MANIFESTAÇÃO

Na sexta-feira posterior à divulgação do vídeo contendo uma encenação de agressão à uma mulher, por parte de uma hamburgueria sediada na zona oeste paulista, ocorreu uma mobilização no estabelecimento orquestrada por mulheres membros do MTST da cidade de São Paulo.

As reivindicações online, aliadas à circulação da discussão em diversas plataformas, trouxeram destaque ao caso, encadeando a manifestação presencial no estabelecimento. Nessa mobilização, assim como a observada por Koberstein<sup>9</sup>, foi possível observar como as TICs facilitam a participação ativa dos cidadãos, tornando-os cibercidadãos.

O ato reuniu dezenas de militantes, que entraram no estabelecimento e fizeram uma fala em repúdio à esquete produzida pelo restaurante. Segurando folhas impressas com frases como “Violência não é marketing” e “Em 2018, 5 milhões de mulheres foram agredidas”, as militantes feministas trouxeram, através do protesto, a pauta sobre violência de gênero até o local e aos clientes que lá se encontravam.

Ao entrar no estabelecimento, três mulheres se apresentaram e contaram, em voz alta, suas histórias de violência sofrida por homens que faziam parte de suas vidas: maridos e patrão. Enquanto os clientes do restaurante estavam em suas mesas, estas

<sup>9</sup> KOBERSTEIN, Evandro Léo. *Do cidadão ao cibercidadão: estudo das estratégias de comunicação no Facebook do Movimento Brasil Livre e da Mídia Ninja no impeachment de Dilma Rousseff*. 2018. 419 f. Tese (Programa Stricto Sensu em Comunicação) - Universidade Católica de Brasília, Brasília, 2018.



mulheres proferiram seus relatos de agressão e, posteriormente, todas as manifestantes presentes leram em conjunto uma carta sobre a violência de gênero:

Somente em 2018, 13 mil mulheres trabalhadoras afirmam ter sofrido algum tipo de violência no trabalho. A cada 9 minutos uma mulher é vítima de agressão sexual. A cada hora 536 mulheres são vítimas de violência física. A cada dia 3 mulheres são vítimas de feminicídio. Estamos aqui hoje porque violência não é marketing! Violência não é piada! A violência contra a mulher é crime! Se você não é mulher, ou se é mulher e nunca sofreu violência tenha empatia por centenas de mulheres que amanhecem com o olho roxo. Tenha respeito pelas milhares de famílias que choram por suas mulheres violentadas e assassinadas todos os dias neste país! Repudiamos o marketing que utiliza a violência que nos atinge. Respeitem a nossa dor. Nosso olho roxo não é brincadeira. Respeitem as mulheres que sofrem violência no trabalho. Patrão que bate em empregado comete crime. Homem que bate em mulher comete crime! Sua “sátira” naturaliza esses crimes e faz apologia à violência que atinge as mulheres em seus lares, nos espaços públicos e de trabalho. Lutamos pelo fim da violência contra a mulher. Lutamos por igualdade de direitos. Lutamos por dignidade. Somos humanas, somos mulheres trabalhadoras e merecemos respeito! Não mexam com nosso formigueiro!<sup>10</sup>

Toda a manifestação foi transmitida ao vivo através das redes sociais dos coletivos Mídia Ninja e Jornalistas Livres, plataformas que têm como objetivo realizar uma cobertura midiática livre e de maneira independente. As coberturas em tempo real realizadas pelos dois canais são muito populares nas redes sociais, com destaque para suas páginas no Facebook.

A conceituação de Cultura da Convergência, trazida por Jenkins<sup>11</sup>, possibilita pensar no comportamento dos usuários das redes sociais, não apenas no ramo do entretenimento, mas também nos processos de cidadania. Estes não apenas são receptores, mas também são produtores midiáticos e alteram os processos.

A convergência, tratada pelo autor, identifica uma relação de contribuição e envolvimento dos indivíduos como agentes participativos e atuantes nos processos. Esse movimento é iluminado no presente artigo através da conexão entre as manifestantes presentes no restaurante, os usuários que acompanham a transmissão online e o jornalista que faz a cobertura, uma vez que esse tem acesso aos comentários que são feitos ao vivo.

<sup>10</sup> MTST. **Carta sobre violência de gênero**. Fonye: Revista Forum. Disponível em: <https://revistaforum.com.br/mtst-faz-protesto-em-hamburgueria-que-usou-violencia-contra-mulher-como-marketing/> Acesso em: 20 de jul. 2019.

<sup>11</sup> JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.



A transmissão do protesto em questão foi vista por milhares de usuários, que podiam comentar em tempo real os acontecimentos e dar sua opinião sobre o ato. O vídeo da cobertura da página Mídia Ninja teve 17 mil visualizações, já o da página Jornalistas Livres, 8,2 mil.

Sob o título “Mulheres do MTST fazem ação contra propaganda machista da hamburgueria Underdog”<sup>12</sup>, o vídeo divulgado na página Mídia Ninja chegou a 384 comentários e foi compartilhado por 364 usuários.

Já a transmissão da página Jornalistas Livres contextualizou o caso, trazendo a chamada “Mulheres do MTST fazem ação contra propaganda machista da Hamburgueria Underdog, zona oeste de São Paulo. Para o restaurante a propaganda, na qual é simulada a agressão de uma funcionária, foi ‘apenas uma brincadeira’”<sup>13</sup> em sua publicação; a cobertura contou com 184 comentários, além de ter sido compartilhada por 163 usuários.

## 2.1 Manifestação compartilhada

O acompanhamento e transmissão de manifestações não são conceitos novos, fazem parte do jornalismo televisivo há muitos anos. No entanto, com o avanço tecnológico e as conexões com a internet cada vez mais facilitadas, qualquer pessoa com um smartphone pode transmitir ao vivo o que está acontecendo no local.

Coletivos jornalísticos como o Mídia Ninja e o Jornalistas Livres se popularizaram, principalmente, através de suas transmissões online e ao vivo de manifestações. A Mídia Ninja se descreve como uma “rede de comunicação livre” e foi criada no ano de 2013, em meio à grande onda de manifestações que ocorreram no Brasil, suas transmissões ao vivo foram o principal propulsor de sua popularidade.

A rede Jornalistas Livres conta com diversos profissionais do campo jornalístico que contribuem com reportagens próprias agregadas pelo coletivo. Assim como a Mídia Ninja, esse canal ganhou popularidade com suas coberturas em tempo real de manifestações - estas começaram em 2015, junto a criação da organização.

O objetivo das transmissões nestas duas mídias alternativas é mostrar o que está acontecendo nos protestos, denunciar repressões e compartilhar uma visão opositora à das

<sup>12</sup> Mídia Ninja. Facebook. Disponível em: <https://bit.ly/2JSimRI>. Acesso em: 20 de jul. 2019.

<sup>13</sup> Jornalistas Livres. Facebook. Disponível em: <https://bit.ly/32QRWXU>. Acesso em: 20 de jul. 2019.



mídias hegemônicas, como os próprios canais explicitam. No entanto, ao observarmos o caso aqui analisado, podemos perceber que muitas pessoas que assistem às transmissões querem fazer parte daquele movimento.

A cultura que é desenvolvida e, constantemente atualizadas, no ciberespaço - a cibercultura, contextualizada por Lévy<sup>14</sup> - oportuniza a construção e desenvolvimento de ideias coletivas. As redes digitais criam meios que fomentam uma inteligência coletiva, modo em que diversos atores sociais contribuem para o desenvolvimento de um projeto, que pode se materializar na forma de manifestação, como a analisada.

Ao longo da transmissão da manifestação organizada por mulheres MTST, nota-se que há predominância de mulheres também nos comentários das publicações. Os comentários trouxeram apoio às manifestantes e endossaram as pautas e reivindicações feitas no ato.

As lutas feministas têm uma relação muito forte com as manifestações públicas, já que a articulação dos movimentos feministas brasileiros ganhou força junto à luta pela redemocratização. Segundo Sarti<sup>15</sup>, tensionamento dos papéis de gênero aconteceu em meio a luta pela democracia; mulheres saem do ambiente familiar e participam das lutas armadas, o que é revolucionário, uma vez que estas adquirem êxito em um papel tradicionalmente masculino.

Na cobertura online, as usuárias se mobilizaram e trouxeram a violência sofrida pelas mulheres e o feminicídio como principal argumento em resposta ao vídeo publicado pela hamburgueria, fazendo coro às falas que estavam sendo realizadas naquele momento na sede do restaurante.

<sup>14</sup> LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: 34, 1999.

<sup>15</sup> SARTI, Cynthia Andersen. O feminismo brasileiro desde os anos 1970: revisitando uma trajetória. *Revista Estudos Feministas*, v. 12, n. 2, p. 35-50, ago. 2004.

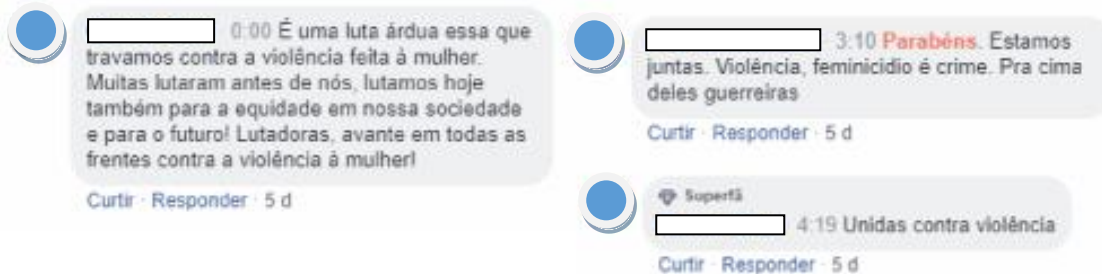


Figura 7: Comentários nas transmissões das página Mídia Ninja e Jornalistas Livres. Categoria: Pautas.

A maior quantidade de mensagens enviadas pelas usuárias, durante a cobertura do ato, demonstrava, apoio e admiração pelas militantes. Além de comentários ressaltando a importância da união feminina para mudar a realidade social brasileira, na qual as mulheres são vítimas de feminicídio diariamente.



Figura 8: Comentários nas transmissões das página Mídia Ninja e Jornalistas Livres. Categoria: apoio.

Muitas mulheres, ainda, que acompanharam a transmissão demonstraram o desejo de estar presente no ato, no entanto não tiveram a oportunidade de fazer coro às presentes. Estas deixaram mensagens de apoio e demonstração do anseio em se fazer presente, ser parte do ato.

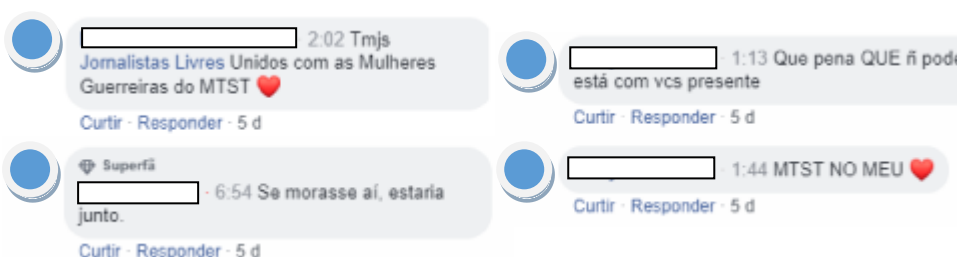


Figura 9: Comentários nas transmissões das página Mídia Ninja e Jornalistas Livres. Categoria: desejo de participar.





## CONCLUSÃO

Através das redes sociais e articulações em ambientes online, é possibilitada uma extensão do exercício da cidadania. Pessoas que não poderiam fazer coro à manifestações, se tornam parte do movimento, mesmo não estando, fisicamente, no local do protesto.

Manuel Castells afirma que diversos “movimentos sociais do século XXI, ações coletivas deliberadas que visam transformações de valores e instituições da sociedade, manifestam-se na e pela internet”<sup>16</sup>. Esta é uma ferramenta de mobilização muito importante para os movimentos em luta, que se utilizam das tecnologias de informação e comunicação para exercer seus direitos e reivindicá-los.

Através do acompanhamento online e em tempo real das manifestações, pessoas que não poderiam participar das mobilizações se tornam parte do processo. Através da caixa de comentários disponível nas publicações, são atores sociais responsáveis pela disseminação das pautas reivindicadas, constituem a inteligência coletiva<sup>17</sup>.

Além de serem peças fundamentais para a disseminação de ideias, os usuários que acompanham as coberturas ao vivo, têm o poder de atuar no percurso físico da manifestação, uma vez que os jornalistas possuem acesso aos comentários enviados à página, podendo tomar decisões e enfoques diferentes de acordo com as falas dos usuários.

A conceituação de Jenkins<sup>18</sup> sobre convergência se mostra um processo atuante também no exercício dos movimentos sociais. A conexão estabelecida entre as manifestações físicas e online se tornam coro de uma mesma pauta, disseminando ideias para um número maior de pessoas.

Com a produção do presente artigo, foi possível concluir que as usuárias que acompanharam a transmissão ao vivo do protesto realizado por militantes do Movimento dos Trabalhadores Sem-Teto objetivavam ter uma participação no ato, disseminando mensagens de apoio às manifestantes e endossando a pautas feministas.

<sup>16</sup> CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

<sup>17</sup> LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: 34, 1999.

<sup>18</sup> JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.



## REFERÊNCIAS

**Atlas da violência 2019.** Organizadores: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada; Fórum Brasileiro de Segurança Pública. Brasília: Rio de Janeiro: São Paulo: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada; Fórum Brasileiro de Segurança Pública. Disponível em: [http://www.forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2019/06/Atlas-da-Violencia-2019\\_05jun\\_vers%C3%A3o-coletiva.pdf](http://www.forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2019/06/Atlas-da-Violencia-2019_05jun_vers%C3%A3o-coletiva.pdf). Acesso em: 21 jul. 2019.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade.** Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

\_\_\_\_\_. **A sociedade em rede** (A era da informação: economia, sociedade e cultura). São Paulo: Paz e Terra, 1999.

G1 SP. **Mulheres sem-teto protestam em hamburgueria que encenou violência contra funcionária em rede social.** In: G1. São Paulo, 2016, online. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2019/07/19/mulheres-sem-teto-protestam-em-hamburgueria-que-encenou-violencia-contrafuncionaria-em-rede-social.ghtml>. Acesso em: 21 jul. 2019.

GONÇALVES, Gabriela. **Hamburgueria de SP encena violência contra funcionária em vídeos, recebe críticas e rede social apaga.** In: G1. São Paulo, 2016, online. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2019/07/15/hamburgueria-de-sp-encena-violencia-contrafuncionaria-em-videos-recebe-criticas-e-rede-social-apaga.ghtml>. Acesso em: 21 jul. 2019.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2009.

Jornalistas Livres. In: Facebook. Disponível em: <https://bit.ly/32QRWXU>. Acesso em: 20 de jul. 2019.

KOBERSTEIN, Evandro Léo. **Do cidadão ao cibercidadão: estudo das estratégias de comunicação no Facebook do Movimento Brasil Livre e da Mídia Ninja no impeachment de Dilma Rousseff.** 2018. 419 f. Tese (Programa Stricto Sensu em Comunicação) - Universidade Católica de Brasília, Brasília, 2018.

MTST. Carta sobre violência de gênero. In: Revista Forum. Disponível em: <https://revistaforum.com.br/mtst-faz-protesto-em-hamburgueria-que-usou-violencia-contramulher-como-marketing/> Acesso em: 20 de jul. 2019.

Mídia Ninja. In: Facebook. Disponível em: <https://bit.ly/2JSimRI>. Acesso em: 20 de jul. 2019.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: 34, 1999.

SARTI, Cynthia Andersen. O feminismo brasileiro desde os anos 1970: revisitando uma trajetória. **Revista Estudos Feministas**, v. 12, n. 2, p. 35-50, ago. 2004.