

A Marcha das Vadias nas redes sociais: um discurso da militância?

(Marcha das Vadias [The SlutWalk] on social media: a militant discourse?)

Dantielli Assumpção Garcia¹, Lucília Maria Abrahão e Sousa²

^{1,2}Universidade de São Paulo (USP)

dantielligarcia@gmail.com, luciliamsr@ffclrp.usp.br

Abstract: This paper aims to study, from the theoretical perspective of French Discourse Analysis, some advertising campaigns produced by Marcha das Vadias [The SlutWalk] and published on Facebook. We expect to understand how a saying about both women and the feminist movement gathers significance in the technological environment, fostering the disempowering effects of certain meanings and the emergence of others. In addition, we intend to reflect upon how it is discursively materialized what some authors have been referring to as cyber militancy, i.e., digital environments which lead to claims, to protests by nullifying the so-called dominant discourses. Therefore, we investigate how a saying about women is designed and circulates in contemporary society and on the network, seeking to part with sayings already engraved in the memory of society about what it means and what it does not mean to be woman.

Keywords: The SlutWalk; female subject; feminism; social media; militancy.

Resumo: Este trabalho objetiva, a partir da perspectiva teórica da análise de discurso de linha francesa, analisar algumas campanhas publicitárias produzidas pelas Marchas das Vadias e divulgadas na rede social *Facebook*. Almejamos perceber como um dizer sobre a mulher e sobre o movimento feminista ganha sentido no espaço tecnológico, fazendo falar efeitos de desautorização de certos sentidos e emergência de outros. Além disso, pretendemos refletir sobre o modo como é materializado discursivamente o que alguns autores denominam como cibermilitância, ou seja, os espaços digitais que norteiam reivindicações, protestos furando os discursos legitimados como dominantes. Assim, analisaremos como um dizer sobre a mulher é formulado e circula na sociedade contemporânea e na rede, buscando romper com dizeres já estabilizados na memória da sociedade sobre o que é e não é ser mulher.

Palavras-chave: Marcha das Vadias, sujeito-mulher, feminismo, redes sociais, militância.

Introdução

Neste trabalho,¹ da perspectiva teórica da análise de discurso de linha francesa, objetivamos analisar algumas campanhas produzidas pela *Marcha das Vadias* e divulgadas nas páginas do *Facebook*. Pretendemos responder às seguintes questões diante da narrativa urbana que ganha novos sentidos frente à era tecnológica: como o movimento feminista *Marcha das Vadias* ganha significação no espaço digital? Como a questão do gênero é vista e discutida no interior da *Marcha das Vadias*? Como a mulher e sua relação com o espaço público e privado são exploradas e divulgadas nessas páginas? Assim, almejamos,

¹ Este texto faz parte do projeto de pós-doutorado *A Marcha das Vadias nas redes sociais: efeitos de feminismo e mulher*, financiado pela Fapesp (proc. n. 2013/16006-8), que tem como objetivo central analisar a formulação, a constituição e a circulação de um discurso sobre a mulher e o feminismo na contemporaneidade e no ciberespaço.

refletir sobre as formas de campanhas divulgadas nessas páginas e o discurso que essas campanhas fazem circular na sociedade em rede.

Nosso trabalho divide-se em três partes: (1) Um breve histórico sobre o movimento feminista brasileiro; (2) A Marcha das Vadias no Brasil: *corpus* de análise; (3) Análises: as campanhas publicitárias e o discurso outro. Buscaremos compreender como a *Marcha das Vadias* ganha significação na esfera tecnológica e constitui-se como um discurso da militância que convida as mulheres, os homens e toda a sociedade a refletirem sobre as significações do que é “realizar-se um ser humano dentro da condição feminina” (BEAUVOIR, 1967).

Um breve histórico do Movimento Feminista no Brasil

Pinto, em seu livro *Uma história do feminismo no Brasil* (2003, p. 9), ressalta que escrever uma história desse movimento não é uma tarefa fácil, pois “se trata de um fenômeno que ainda vivemos de forma muito presente e sobre o qual ninguém, homens ou mulheres, nas últimas décadas, ficou imune a ter uma opinião”. Ainda nas palavras desse autor (PINTO, 2003, p. 9):

O feminismo tem provocado militâncias apaixonadas e raivas incontidas. Desde suas primeiras manifestações, ainda no século XIX o movimento foi muito particular, pois desafiou ao mesmo tempo a ordem conservadora que excluía a mulher do mundo público – portanto, dos direitos como cidadão – e também as propostas revolucionárias, que viam na luta das mulheres um desvio de pugna do proletariado por sua libertação.

Cestari (2010, p. 787) afirma que o movimento feminista teve forte relação com os partidos de esquerda e também com a prática da redação de periódicos de resistência, cujos efeitos de denúncia e reivindicação podiam entrar em circulação:

Iniciado entre as camadas médias, o feminismo brasileiro dos anos 1970 expandiu-se através de uma articulação política peculiar com os movimentos populares que tinham participação expressiva de mulheres, tornando as demandas femininas das organizações de bairro próprias do movimento geral das mulheres brasileiras.

O *II Plano Nacional de Políticas Públicas para as Mulheres* (2008) reconhece que os movimentos feministas exerceram “pressão política importante para o desenvolvimento de políticas de gênero” (2008, p. 187). Como ressalta Pinto (2003), já no início do século XX, é possível observar que os movimentos de mulheres ganham corpo ao buscarem uma maior participação nas decisões políticas do país, conquistada somente em 1932 por meio do direito ao voto. Durante esse período, os movimentos agiram por si só, já que não obtiveram apoio da sociedade ou de algum órgão público.

De acordo com Pinto (2003), foi só no período ditatorial brasileiro que se pôde identificar uma primeira aproximação dos movimentos de mulheres com o poder governamental. Nessa época, a população feminina lutava não somente pelo fim da ditadura, mas também – e, principalmente – pelo fim da condição de dominação e submissão histórica e social da mulher. Para o autor, o ano de 1975 foi muito significativo para os movimentos de mulheres no Brasil, não só pela decisão da ONU de definir essa data como o Ano Internacional da Mulher, mas também pela criação do *Centro de Desenvolvimento da Mulher Brasileira*. Esse centro foi criado no Rio de Janeiro, a partir de um evento realizado por

um grupo de mulheres que tinham o propósito de comemorar a instituição do Ano Internacional da Mulher. A fundação do Centro foi o primeiro passo para tornar públicos e institucionalizados os movimentos de mulheres.

Na década de 80, com a anistia, as mulheres que estavam na Europa e nos Estados Unidos, como exiladas, trouxeram para o Brasil uma nova forma de pensar a condição da mulher, em que a posição histórica de mãe de família, de dona de casa, de rainha do lar, passou a ser desconstruída. Foi nessa época também que o tema da violência contra a população feminina foi pela primeira vez discutido oficial e publicamente. No ano de 1984, o discurso de combate à violência contra a mulher ganhou maior destaque com a ratificação, pelo governo brasileiro, da *Convenção para Eliminar Todas as Formas de Discriminação contra a Mulher* (CEDAW). Já o ano de 1985 foi marcado pela criação da primeira Delegacia da Mulher e do *Conselho Nacional dos Direitos da Mulher*. Em 1994, o Brasil deu um passo ainda maior no combate à violência, ao apoiar a *Convenção Interamericana para Prevenir, Punir e Erradicar a Violência contra as Mulheres* (Convenção do Belém do Pará). A partir desse evento, são criadas diversas políticas públicas que buscam enfrentar e proteger a mulher contra a violência.

No entanto, foi só em 2003 que os movimentos de mulheres foram efetivamente institucionalizados e reconhecidos mediante a criação, em âmbito ministerial, da *Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres* e mediante a implantação de políticas públicas voltadas à mulher. É a partir desse contexto que objetivamos analisar a formulação, a constituição e a circulação de um discurso sobre a mulher na contemporaneidade. Ao analisarmos esse discurso, esperamos explicitar a passagem de um discurso oficial para um discurso da militância nos movimentos sociais de mulheres. Indagamos: na contemporaneidade o que se diz sobre a mulher? Há uma mudança na posição que ela ocupa na sociedade? A sociedade vê a mulher como um sujeito que participa de seu funcionamento? Ou, ainda, há um discurso que a violenta ao rotulá-la de “santa”, “vadia”, “culpada”? Desse modo, ao analisarmos diferentes materialidades simbólicas que circulam na Internet, principalmente na rede social *Facebook*, buscaremos flagrar como, na contemporaneidade, o sujeito-mulher busca criar espaços de resistência e de militância acerca de um novo dizer sobre o que é ser mulher no século XXI.

A Marcha das Vadias no Brasil: *corpus* de análise

Escolhemos a Marcha das Vadias por ser um movimento feminista recente (2011-2013), que traz à tona diversas discussões acerca do que é ser mulher e do que significa uma sociedade sexista baseada na desigualdade de gênero. A Marcha das Vadias surgiu a partir de um episódio ocorrido em janeiro de 2011, quando o policial canadense Michael Sanguinetti, em uma palestra na Universidade de Toronto, recomendou que “as mulheres evitassem se vestir como putas para não serem vítimas de estupro”. Como reação a sua fala, em abril do mesmo ano, cerca de três mil canadenses saíram às ruas para protestar na primeira SlutWalk, a Marcha das Putas, ou na tradução adotada no Brasil, a Marcha das Vadias. Diversos questionamentos já se colocam aqui. Por que, ao traduzir o termo *slutwalk*, preferiu-se *vadias* a *putas*? O que é silenciado na designação *puta*? E na designação *vadia*? A designação *puta* estaria relacionada à prostituição? Ou há o funcionamento do politicamente correto, que, segundo Orlandi (2002), apenas busca silenciar, apagar os sentidos que estão presentes na sociedade, principalmente em relação ao preconceito?

As manifestações da Marcha das Vadias espalharam-se pelo mundo e já em 2011 ocorreram em diversas cidades brasileiras. Neste artigo, analisaremos as campanhas publicitárias realizadas pela Marcha das Vadias de Brasília, em 2012 e em 2013, e a campanha realizada pela Marcha das Vadias de Belo Horizonte e de São Paulo, em 2013. Nessa direção, interessa-nos a questão da heterogeneidade discursiva, uma vez que na campanha há a retomada de um discurso outro para se constituir um discurso que representa a Marcha das Vadias. Na campanha da Marcha das Vadias de Brasília, há diversas formas de trazer o discurso outro para questionar o que é feminismo (*sou feminista porque..., ...questionar isso também é feminismo, apoio o feminismo porque...*) e propor uma reflexão a toda a sociedade da condição da mulher na contemporaneidade. Vejamos alguns exemplos.



Figura 1: Campanha da Marcha das Vadias de Brasília (2012)

Na campanha da Marcha das Vadias de Belo Horizonte, o discurso outro também se faz presente – não para refutá-lo, mas sim para reafirmá-lo. Observemos.



Figura 2: Campanha da Marcha das Vadias Belo Horizonte (2013)

Já na Marcha das Vadias de Brasília (2013), o funcionamento da campanha se dá de modo diferente. Nela, busca-se definir, semelhante a uma definição lexicográfica, o que é ser vadia. Vejamos.



Figura 3: Campanha da Marcha das Vadias de Brasília (2013)

As questões que nortearão nossas análises dessas campanhas serão: como o feminismo aparece na campanha publicitária? Como o discurso outro aparece no fio do discurso? Como essas formulações vão dando forma ao movimento feminista e vão constituindo um discurso da militância que passa pelas redes sociais? Buscamos flagrar como dizeres sobre a mulher, sobre a violência contra o “segundo sexo” e sua proteção são divulgados e produzem efeitos em circulação, ao mesmo tempo em que são silenciados na sociedade contemporânea.

Análises: As campanhas publicitárias e o discurso outro

Nas análises das campanhas publicitárias, podemos perceber um trabalho, no fio do discurso, com a presença de um discurso outro, que busca ser rompido pela Marcha das Vadias; e também a tentativa de uma definição, pelo próprio movimento feminista, do que é ser vadia. Assim, para realizarmos as análises, partiremos da noção teórica de *heterogeneidade discursiva*, proposta por Authier-Revuz (1998).

A autora, a partir da noção de heterogeneidades enunciativas, apresenta a questão da heterogeneidade discursiva. Para a autora, há dois tipos de heterogeneidade: a *constitutiva* e a *mostrada* (esta subdividida em *marcada* e *não-marcada*). A primeira não se apresenta na organização linear do discurso, uma vez que sua alteridade não é revelada, permanecendo no interdiscurso. A segunda traz marcas da presença do outro na cadeia discursiva, manifestando a alteridade ao longo do discurso. A heterogeneidade mostrada pode ser *marcada*, isto é, da ordem da enunciação, e, portanto, perceptível na materialidade linguística (discurso direto, palavras entre aspas) e *não-marcada*, da ordem do discurso, sem visibilidade (discurso indireto livre, ironia, etc.). Assim, a *heterogeneidade constitutiva* é a presença do outro no discurso de forma não mostrada, pois pertence à ordem do inconsciente. A *heterogeneidade constitutiva* constrói o discurso sócio-historicamente;

está no seu exterior, atravessando as enunciações dos sujeitos. Já a *heterogeneidade mostrada* ocorre quando um locutor específico produz linguisticamente formas detectáveis no nível da frase ou do discurso que inscrevem o outro de forma marcada ou não marcada (AUTHIER-REVUZ, 1998).

Em nossa pesquisa, almejamos refletir sobre como a voz do outro aparece no fio do discurso. A voz do outro aparece marcada ou silenciada? Como um dizer outro contribui para a constituição da forma-sujeito mulher? Nas campanhas analisadas, podemos perceber que a voz do outro aparece silenciada, não mostrada. Temos, no *corpus* analisado, exemplos de heterogeneidade constitutiva, pois as formulações da Marcha das Vadias passam por um discurso sócio-historicamente marcado, contudo, silenciado pelo funcionamento da sociedade. A voz que fala nas campanhas das Marchas pertence à instância do inconsciente, à memória, ao discurso já dito e silenciado. Todavia, ao formular o dizer, essa memória, essa voz do outro, aparece no discurso. A Marcha das Vadias faz furo no discurso já estabilizado (representado pelo discurso outro), produzindo deslocamentos que colocam em movimento outros sentidos sobre a mulher.



Figura 4: Campanha da Marcha das Vadias de São Paulo (2013)

Teríamos a seguinte representação dessa formulação (enunciado):

$$E = \sim A (A)$$

Em que:

E: enunciado

~: não (contradição)

(): memória

A: discurso outro

O enunciado seria a tentativa pela Marcha das Vadias da fundação de uma nova discursividade, a tentativa de convidar a todos a refletirem sobre a posição da mulher na sociedade. Nessa campanha, intitulada *Dica feminista*, podemos notar que ao dar as “dicas”, a Marcha das Vadias reflete acerca de um dizer que circula sobre a mulher em

nossa sociedade e busca militar a favor da mulher e em prol de um novo dizer sobre o que é ou não ser mulher.

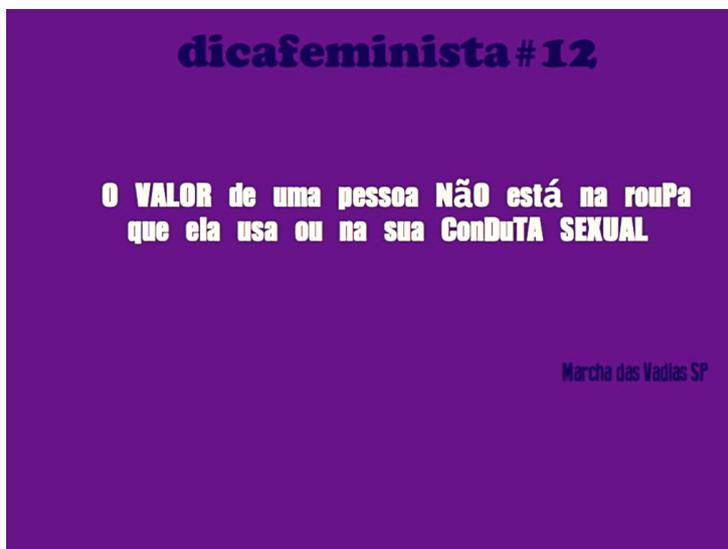


Figura 5: Campanha da Marcha das Vadias de São Paulo (2013)

Em nossa representação:

$$E = \sim A (A)$$

E: O valor de uma pessoa não está na roupa que ela usa ou na conduta sexual.

$\sim A$: não está na roupa, não está na conduta

(A): está na roupa, está na conduta.



Figura 6: Campanha da Marcha das Vadias de São Paulo (2013)

E: Se ela disser não, isso significa não. Assédio não é paquera.

$\sim A$: Se ela disser não, significa não. Assédio não é paquera.

(A): Se ela disser não, significa sim. Assédio é paquera.



Figura 7: Campanha da Marcha das Vadias de São Paulo (2013)

E: Não é o estuprador quem decide se foi estupro.

~A: Não é o estuprador quem decide se foi estupro

(A): É o estuprador quem decide se foi estupro.

A formulação do dizer nessa campanha se faz por meio da negação. Não apenas a negação de um enunciado que circula em nossa sociedade, mas também de sentidos atribuídos à mulher pela sociedade. A Marcha das Vadias, podemos dizer, milita por um novo dizer sobre a mulher e sua posição na sociedade. Ao trazer a voz da sociedade, como memória, busca atualizar esse dizer, e fundar uma discursividade, constituindo, assim, um acontecimento discursivo. A Marcha, por meio de suas páginas no *Facebook*, convida a todo o momento mulheres e homens a refletirem sobre inúmeras questões que cercam o cotidiano da mulher, tais como: violência; aborto; prazer; assédio; forma de se vestir e portar-se. Vejamos outra campanha, elaborada pela Marcha das Vadias de Belo Horizonte:

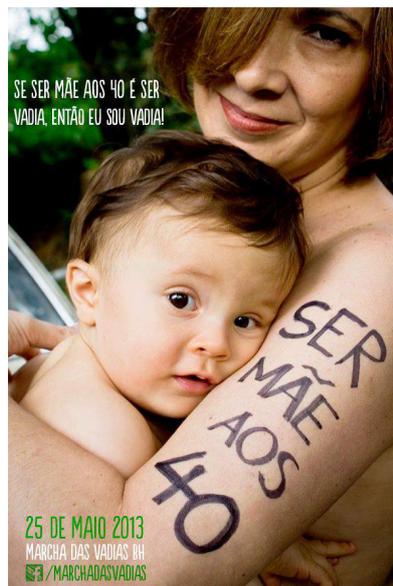


Figura 8: Campanha da Marcha das Vadias de Belo Horizonte (2013)

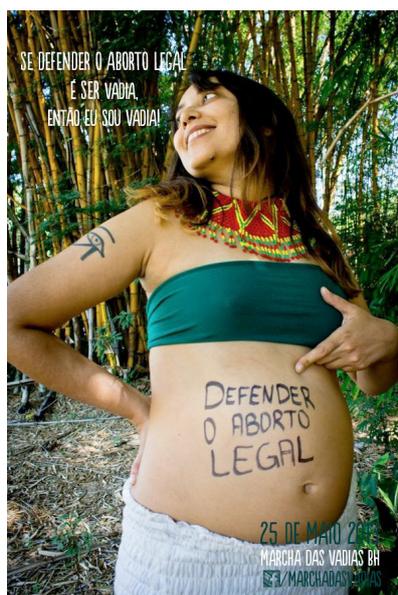


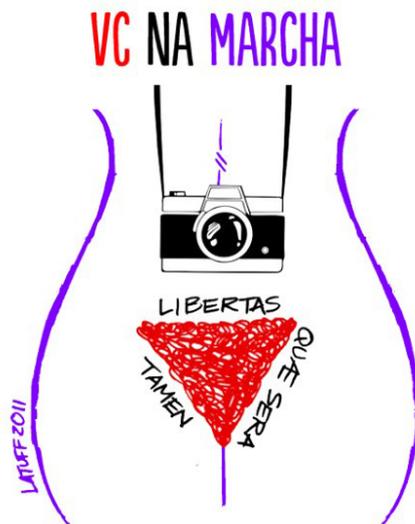
Figura 9: Campanha da Marcha das Vadias de Belo Horizonte (2013)

Nessa campanha, a formulação de um dizer sobre as lutas das mulheres dá-se de um modo um pouco diferente. Podemos ver que o enunciado constitui-se por meio de uma oração subordinada adverbial condicional, mais uma oração coordenada conclusiva. Em uma representação, teríamos:

E= O. S. Adv. Condicional + então sou...

É por meio da oração adverbial que a voz do outro aparece na constituição do discurso, é por meio dessa oração que a memória vem à tona. Nessa campanha, não se busca romper com um discurso outro, mas sim reafirmá-lo, incorporá-lo à formulação sobre o que é ser vadia, sobre o que é ser mulher. É como se se concordasse com o que a sociedade diz sobre o que é ser vadia e se constituísse a partir dessa afirmação.

A partir dessa campanha, surgirá um convite a todas as mulheres para participarem da Marcha das Vadias enviando fotos. Há a interpelação das mulheres para que elas contribuam para o movimento. Aqui, podemos notar um discurso da militância, que faz com que as mulheres se identifiquem com as causas pelas quais as “vadias” lutam, e se digam “vadias” e passem a militar também por essas causas. Inicialmente, teremos a publicação de uma charge, de Latuff, para a Marcha das Vadias. Nela, vemos a silhueta do corpo de uma mulher. Há também uma máquina fotográfica que parece estar pendurada em seu pescoço. Além disso, temos a interpelação do sujeito-mulher por meio do enunciado *Você na marcha* e também a descrição, ao redor do órgão sexual feminino, *Libertas quae sera tamen* (Liberdade, ainda que tardia). Assim, podemos perceber que há um dizer sobre a liberdade feminina que se constitui por meio de um discurso da liberdade sexual. Uma das problemáticas do movimento da Marcha das Vadias é o poder que a mulher tem ou deveria ter sobre seu corpo, por isso, o pedido de sua liberdade. Dessa forma, espera-se que a mulher participe da Marcha enviando fotos em que a retratem em atitudes de liberdade, em atitudes de vadia, ou seja, a mulher é convidada a vadiar também.



“A sua, a minha, a nossa vadiagem de cada dia!
 Geral animou com as fotos da Marcha e estão enviando suas próprias fotos e montagens.
 Faça você também, vem vadiar, vem! =)”

Figura 10: Charge *Você na marcha*, de Latuff

Essa interpelação, permeada pelas tecnologias, terá como resultado o envio de diversas fotos de mulheres em atitudes que essas mulheres e a sociedade consideram de vadiagem.



Figura 11: Foto “Eu sou vadia”

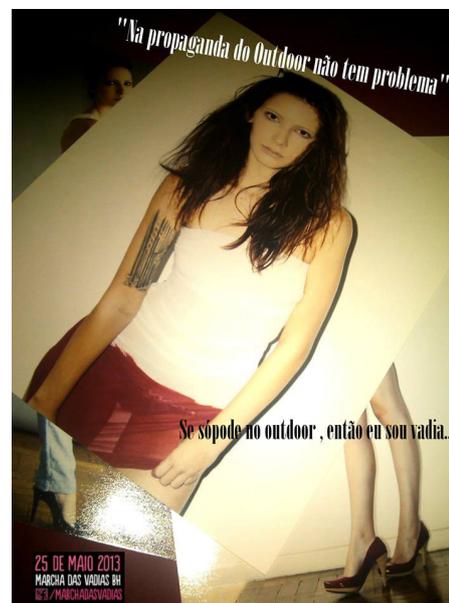


Figura 12: Foto “Eu sou vadia”



Figura 13: Foto “Eu sou vadia”

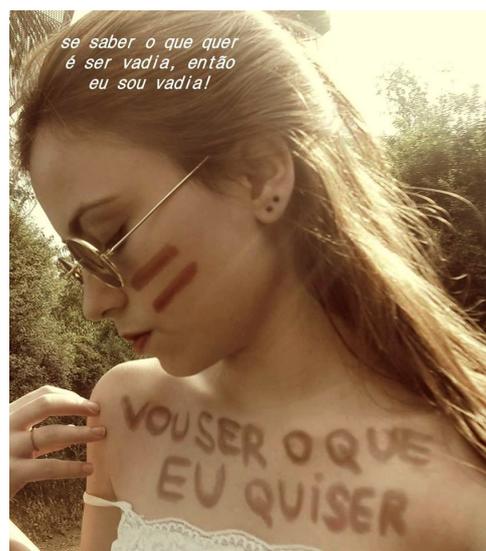


Figura 14: Foto “Eu sou vadia”

Podemos dizer que a militância das mulheres se dá, além de uma participação efetiva na Marcha das Vadias, com o envio das fotos, com os comentários. O movimento feminista ganha uma nova significação na era digital. Por meio do digital, o sujeito age, reflete, milita em favor da mulher na sociedade. Podemos ver a todo momento uma relação entre o espaço público e o privado. As discussões que são feitas na cidade vão até a casa das mulheres e elas começam a refletir sobre sua posição na sociedade, sobre a posição de mulher, para ela mesma, sobre o que é ser vadia. A mulher, dessa forma, passa a significar-se no meio digital e lutar nesse espaço. Como salienta Moraes (2001, p. 1-2): “a Internet vem dinamizar as lutas das entidades civis a favor da justiça social num mundo que globaliza desigualdades de toda ordem”. Diz-nos ainda o autor que as vozes que se somam no ciberespaço representam grupos identificados com causas e comprometimentos comuns, a partir de diversidade de campos de interesse:

Daí porque a organização em redes, dentro e fora da Internet, se revela inovadora. Elas facilitam a intercomunicação de indivíduos e agrupamentos heterogêneos que compartilham visões de mundo, sentimentos e desejos. Servem de estuários para a defesa de identidades culturais, a promoção de valores éticos e a democratização da esfera pública. (MORAES, 2001, p. 2)

Castells (2005, p. 17) aponta que o nosso mundo está em processo de transformação estrutural desde há duas décadas. “É um processo multidimensional, mas está associado à emergência de um novo paradigma tecnológico, baseado nas tecnologias de comunicação e informação, que começaram a tomar forma nos anos 60 e que difundiram de forma desigual por todo o mundo”. O autor vai designar essa nova forma de sociedade de *sociedade em rede*. Entende o autor por *sociedade em rede*:

[...] uma estrutura social baseada em redes operadas por tecnologias de comunicação e informação fundamentadas na microeletrônica e em redes digitais de computadores que geram, processam e distribuem informação a partir de conhecimento acumulado nos nós dessas redes. A rede é uma estrutura formal. É um sistema de nós interligados. (CASTELLS, 2005, p. 20)

É possível dizer, ressalta o autor (CASTELLS, 2005, p. 23), que a sociedade em rede é “hipersocial, não uma sociedade do isolamento”, mas também que há a emergência de um “individualismo em rede”. Ou seja, “a sociedade em rede é a sociedade de indivíduos em rede”. Ainda sobre isso, Romão (2004, p. 71) salienta que “o século XXI nasce com marcas de silício nas veias, embalado pelo ideário de liberdade construído a partir da explosão das tecnologias de comunicação, especialmente aquelas que proporcionam velocidade, mobilidade e ubiquidade”. Nos dizeres da autora (ROMÃO, 2004, p. 71):

A aldeola global e a Internet seriam as vedetes do novo tempo-espaço e da modernidade-mundo, nas quais barreiras, diferenças e distâncias aparecem diluídas. Nesse contexto, emerge a textualidade eletrônica, remodelando os processos de leitura e escritas tais como os conhecemos. Os nós, em que os sujeitos se prendem nessa teia, são tão complexos quanto a conexão entre *links* na galáxia-internet; complexos, sobretudo, pela topologia multilinear que a rede inaugura, pela fragmentação de sentidos que ela promove.

É a partir dessas condições de produção que discursos sobre a mulher na Marcha das Vadias e na rede se constituem. É no espaço digital que são formulados e circulam não somente esses discursos, mas também novos sentidos sobre o que é a mulher na sociedade. Em outra campanha, também da Marcha das Vadias de Belo Horizonte, buscam-se definir os sentidos de vadia.



Figura 15: Campanha Marcha das Vadias de Brasília



Figura 16: Campanha Marcha das Vadias de Brasília



Figura 17: Campanha Marcha das Vadias de Brasília



Figura 18: Campanha Marcha das Vadias de Brasília

A campanha estrutura-se como uma definição lexicográfica. Ao definir o que é ser vadia, busca fazer com que haja uma identificação, por parte das mulheres, ao discurso que circula. Nessas definições, aparecem inúmeras formulações em relação a atitudes femininas/feministas que a sociedade enxerga como algo não pertinente à mulher, tais como: ocupar espaços de poder; ser dona de seu corpo; ser mãe solteira; entender de matemática; transar com quem e quando quiser; abortar (estatuto do nascituro). Ao definir, podemos ver a presença de um discurso outro que aponta para o comportamento esperado da mulher: não ocupar espaço de poder; não ser mãe solteira; não entender de matemática; não transar com quem e quando quiser; não abortar. A Marcha busca mais uma vez fundar uma outra discursividade que inscreverá todas as formulações sobre a mulher e, principalmente, sobre a vadia.

Essa campanha também traz algumas lutas pelas vadias que acabam afetando toda a sociedade. As lutas são pela igualdade de trabalho, pelo fim do machismo, pela maternidade livre, pelo orgasmo livre, pelo fim da violência, pelo fim da transfobia, bifobia e da lesbofobia, pelo fim do racismo. Para finalizarmos essa parte, nas campanhas, há uma tentativa de definir, de precisar o que é ser vadia, o que é ser mulher. Há nas campanhas uma exposição das lutas das mulheres por uma sociedade em que ela, mas também a transexual, a bissexual, a lésbica, a homossexual sejam respeitadas, sejam vistas como cidadãs.

A militância se dá pela definição, pela caracterização do que é ser mulher, do que é ser livre, e do que esse movimento deseja. Além disso, a militância se dá por meio de um discurso que sai do espaço público (do urbano) e adentra o espaço tecnológico/virtual. É através do tecnológico que inúmeros sentidos se formulam, que há uma interlocução entre a Marcha das Vadias e as mulheres que desejam militar por elas e por todas as classes vítimas de perseguição, de opressão, de violência por uma sociedade patriarcal, machista e sexista.

Considerações finais

Neste trabalho, buscamos mostrar como a Marcha das Vadias circula na Internet por meio das páginas no *Facebook*. Analisamos como os sentidos da Marcha das Vadias textualizam-se no tecnológico/virtual. É por meio do tecnológico que as campanhas são divulgadas, são vistas e circulam na sociedade. Os discursos da Marcha nas páginas do *Facebook* buscam sair da esfera digital e atingir a esfera pública. Ao divulgar campanhas no espaço digital, espera-se que seu efeito seja visto no espaço público, com homens respeitando mulheres, não as violentando, com homens e mulheres respeitando-se, militando por um espaço que a violência de gênero não seja legitimada. A Marcha, assim, faz uso das tecnologias para produzir uma reflexão acerca da mulher e sua posição na sociedade; busca, desse modo, explicitar como a mulher realiza-se dentro da condição feminina, já que, como diz Simone de Beauvoir (1967),

Na boca do homem o epíteto “fêmea” soa como um insulto; no entanto, ele mesmo não se envergonha da sua animalidade, sente-se antes orgulhoso se lhe chamam “macho”. Por que O SEGUNDO SEXO parece desprezível ao homem? Que circunstância restringem a liberdade da mulher e quais pode ela superar sem se trair? Como pode então realizar-se um ser humano dentro da condição feminina?

Por fim, é diante dessa realidade que a mulher na Marcha das Vadias milita por uma sociedade menos sexista e menos violenta quando se trata da mulher.

REFERÊNCIAS

AUTHIER-REVUZ, J. Heterogeneidade(s) enunciativa(s). *Cadernos de Estudos Lingüísticos*, Campinas, n. 19, p. 25-42 1990.

_____. *Palavras incertas: as não-coincidências do dizer*. Campinas: Editora da Unicamp, 1998.

BEAUVOIR, S. *O segundo sexo: a experiência vivida*. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1967.

BRASIL. Presidência da República; Secretaria de Políticas para as mulheres. *II Plano Nacional de políticas para mulheres*. Brasília: Secretaria de Políticas para as mulheres, 2008.

CASTELLS, M. A sociedade em rede: do conhecimento à política. In: CASTELLS, M.; CARDOSO, G. *A sociedade em rede. Do conhecimento à acção política*. Lisboa: Imprensa Nacional; Casa da Moeda, 2005.

CESTARI, M. J. Nós político no discurso feminista dos anos 70. *Anais do Seta*, n. 4, p. 779- 792, 2010.

MORAES, D. Comunicação alternativa, redes virtuais e ativismo: avanços e dilemas. *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información*, v. IX, n. 2, mayo-ago. 2007. Disponível em: <<http://www.eptic.com.br>>. Acesso em: 24 jul. 2013.

_____. Comunicação virtual e cidadania: movimentos sociais e políticas na internet. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, v. XXIII, n. 2, jul./dez. 2000.

_____. *Ativismo digital*. 2001. Disponível em: <http://www.bocc.uni.pt/_esp/escola.php?conduinst=44>. Acesso em: 24 jul. 2013.

ORLANDI, E.P. *Cidade dos sentidos*. Campinas: Pontes, 2004.

ROMÃO, L. M. S. Nós, desconhecidos, na grande rede. *Linguagem em (Dis)curso*, Tubarão-SC, v. 5, p. 71-91, 2004.