

Folkcomunicação e ativismo midiático: Lutas feministas e estratégias de visibilidade na Marcha das Vadias¹

Karina Janz WOITOWICZ²

Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG/PR)

Resumo:

Analisar as formas de comunicação utilizadas pela Marcha das Vadias – movimento que luta pelo enfrentamento da violência contra as mulheres que surgiu no Canadá, em 2011, e ganhou repercussão mundial – no Brasil, de modo a observar as estratégias de ativismo midiático como manifestações folkcomunicacionais. Este é o propósito do presente trabalho, que parte de uma reflexão sobre o conceito de comunicação dos marginalizados proposto por Luiz Beltrão para caracterizar as práticas comunicacionais de resistência protagonizadas pelo movimento feminista brasileiro, a partir de imagens e registros sobre a Marcha disponíveis na internet. Com base na identificação de estratégias de visibilidade do movimento nas ruas e nas redes sociais, destaca-se o caráter contra-hegemônico das mensagens populares que denunciam a violência e reivindicam o direito ao corpo.

Palavras-chave: Folkcomunicação; mídia alternativa; ativismo midiático; movimento feminista; grupos marginalizados.

Considerações Iniciais

Por definição, a teoria da folkcomunicação, criada por Luiz Beltrão nos anos 1960, compreende as formas de resistência cultural e política dos grupos marginalizados através de meios informais de comunicação. Entre as diversas contribuições do pesquisador brasileiro aos estudos da cultura e da comunicação popular, situa-se a identificação das manifestações espontâneas, informais e artesanais, protagonizadas por agentes folkcomunicacionais, que traduzem mensagens em linguagem popular.

Ao inventariar as diversas formas de processar mensagens por meio do folclore, envolvendo grupos rurais, urbanos e culturalmente marginalizados (BELTRÃO, 1980), o autor identifica pelo menos três categorias de grupos ‘marginais’ que traduzem uma cultura própria: o messiânico, o político-ativista e o erótico-pornográfico. Sobre este último, Beltrão (1980, 210) observa que se tratam de:

[...] indivíduos contestadores da moral e dos costumes considerados sadios para a comunidade e que buscam reformá-los, com vistas a uma existência

¹ Trabalho apresentado no GP Folkcomunicação, XIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora Dra. do Curso de Jornalismo e do Mestrado em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG/PR), editora da Revista Internacional de Folkcomunicação, vice-presidente da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação, coordenadora do Grupo de Pesquisa em Jornalismo Cultural e Folkcomunicação da UEPG. E-mail: karinajw@hotmail.com.

livre de restrições às práticas hedônicas, notadamente de natureza sexual, que consideram essenciais à plena realização de sua personalidade.

Décadas depois de seus primeiros estudos, torna-se pertinente revisitar o que se entende por grupos culturalmente marginalizados, de modo a dialogar com os conceitos trabalhados por Luiz Beltrão. Neste sentido, no que diz respeito às manifestações de caráter erótico-pornográfico, registram-se profundas transformações nos valores culturais da atualidade, diante do reconhecimento da autonomia sobre o corpo e da liberdade sexual dos cidadãos. É neste contexto que se desenvolve, em 2011, um movimento de abrangência mundial que reivindica o direito das mulheres sobre o corpo e denuncia a violência e a opressão: a Marcha das Vadias.

A Marcha das Vadias teve início em 2011 e ganhou força em 2012 no Brasil, com a realização de manifestações em diversas cidades. Em Janeiro de 2011, várias mulheres foram estupradas na Universidade de Toronto, no Canadá. Segundo o policial Michael Sanguinetti, estes estupros não teriam ocorrido se estas mulheres não se vestissem como vadias. A partir deste episódio, indignadas com tais palavras do policial, cerca de três mil mulheres saíram em passeata reivindicando, principalmente, igualdade entre gêneros e respeito às mulheres.

O termo “vadia”, adotado para nomear o movimento, foi escolhido como uma forma de ressignificar a conotação negativa usada para denominar as mulheres, resgatando no termo a garantia da liberdade e da autonomia feminina.

A Marcha das Vadias é considerada uma das manifestações de maior sucesso dos últimos vinte anos, tendo repercussão expressiva mesmo em países considerados culturalmente machistas. No Brasil, a Marcha já ocorreu em mais de duzentas cidades. Cartazes, tambores, cornetas e gritos de guerra auxiliaram, durante a marcha, o objetivo de atrair a atenção da sociedade à discriminação, violência e abuso contra as mulheres.

Uma das características da Marcha é que as mulheres participantes costumam se vestir de modo indiscreto e irreverente, usando roupas que as caracterizam como “vadias”. Saltos altos, minissaias, lingerie ou, até mesmo, nuas, figuram entre as opções mais comuns das adeptas do movimento, justamente para criar impacto em torno do propósito da manifestação: denunciar a violência machista.

De acordo com José Geraldo da Silva Júnior (2013, p. 128), entre as características da Marcha das Vadias “pode-se elencar a irreverência, as cores, os corpos pintados, os

cartazes com slogans irônicos e provocativos, além dos discursos e gritos de guerra que discutem abertamente temas tabus”.

Com base nos aspectos notadamente contra-hegemônicos presentes no movimento e nos meios informais de expressão utilizados pelas(os) participantes da Marcha das Vadias, pode-se caracterizar o movimento como uma manifestação de grupos culturalmente marginalizados, identificados pela luta contra desigualdades de gênero. Além disso, considera-se que as estratégias da Marcha das Vadias se aproximam das práticas de grupos erótico-pornográficos, ao pautarem a exposição do corpo como prática de resistência cultural e produzirem mensagens de caráter sexual pautadas pela liberdade e autonomia sexual, em tom irônico e irreverente.

No presente estudo, realizou-se a coleta de dados nas páginas na web das principais Marchas que ocorreram no Brasil, de modo a selecionar imagens ilustrativas dos aspectos folkcomunicaçãois do movimento. Neste sentido, a pesquisa se desdobra em duas abordagens complementares, resultantes da observação dos registros disponíveis na internet: a) o uso do corpo como forma de veiculação de ideias e opiniões, com performances que caracterizam as mulheres, fantasiadas de ‘vadias’; b) o conteúdo contra-hegemônico das mensagens produzidas artesanalmente em cartazes, com caráter crítico e irônico e forte apelo visual.

Com base nestes elementos, o presente artigo apresenta apontamentos preliminares sobre as estratégias de ativismo (folk)mediático da Marcha das Vadias no Brasil, considerando as novas formas de inserção dos movimentos sociais na esfera pública, por meio de manifestações populares nas ruas e nas redes sociais.

Ativismo e comunicação alternativa no movimento de mulheres

As manifestações da cultura popular constituem meios de comunicação que não apenas expressam uma determinada idéia, mas representam também uma forma de ação ou contestação dos grupos marginalizados. Luiz Beltrão (1980) compreende as expressões folkcomunicaçãois como meios informais de comunicação, utilizados por grupos considerados marginalizados, uma vez que se contrapõem aos valores hegemônicos, seja em termos sociais ou culturais.

No caso da Marcha das Vadias, movimento de resistência feminista, evidencia-se o caráter contra-hegemônico das ações de militância, que se materializam em diversas estratégias de visibilidade, canalizando uma visão crítica da realidade que contrasta com os valores sociais instituídos. Na análise de Beltrão (1980), “as manifestações são sobretudo

resultado de uma atividade artesanal do agente-comunicador, enquanto seu processo de difusão se desenvolve horizontalmente”.

Assim, as militantes criam canais de resistência e promoção de lutas através dos seus espaços de comunicação, em diferentes formatos, assumindo o papel de agentes sócio-culturais. Trata-se, em outros termos, de uma atualização do conceito de líderes de opinião de Luiz Beltrão proposta por Osvaldo Trigueiro (2006), que reconhece nas práticas dos indivíduos uma forma de ativismo e participação na esfera pública através de meios informais de comunicação. Segundo o autor,

O agente comunicador do sistema da folkcomunicação, definido pelo autor como comunicador de folk, goza de certo prestígio no seu grupo de referência, independentemente da sua posição social e econômica; tem maior acesso a outras fontes de informação, principalmente dos meios massivos; está sempre em contato com diferentes grupos com os quais mantém novos intercâmbios e, ao mesmo tempo, continua vinculado às suas referências culturais do local. Os comunicadores folk são mediadores ativistas nas negociações da audiência das mensagens midiáticas que circulam nos vários estágios de difusão nos grupos sociais de referência do local interligados pelos sistemas interpessoais de comunicação (TRIGUEIRO, 2006, p. 03)

Para o autor, o ativista midiático pode operar nas esferas informais da produção cultural popular e nas esferas formais ou institucionais, “realizando as conexões entre as experiências do seu mundo e as de outros notadamente ao vivo, pelo rádio e pela televisão” (2006, p. 06). Decorre desta função a importância dos ativistas midiáticos nas lutas pela cidadania e nos conflitos da esfera pública.

Nesse novo espaço se reconhece a importância dos ativistas midiáticos dos sistemas folkcomunicacionais que atuam nos movimentos participativos da cidadania, como agentes comunicadores vinculados aos movimentos culturais que utilizam estratégias, que legitimam a sua participação como cidadãos conscientes do seu papel na organização da sociedade civil. Esses atores sociais operam dispositivos de comunicação das redes de cooperação e solidariedade entre pessoas, grupos e comunidades de convivência, próximos uns dos outros, e que estão vinculados por laços de parentesco, pela vizinhança, história de vida, encontrando na rede de solidariedade uma alternativa de sobrevivência social. (TRIGUEIRO, 2006, p. 10)

É também nesta perspectiva que se pode relacionar a noção de ativista midiático ao conceito de mídia radical empregado por John Downing.³ Os impactos múltiplos propostos

³ Para John Downing (2003), o termo mídia radical designa a mídia (em geral de pequena escala e sob muitas formas diferentes) que expressa uma visão alternativa às políticas, prioridades e perspectivas hegemônicas.

por iniciativas de comunicação caracterizadas como ativismo demonstram a constituição de uma esfera pública alternativa, sustentada por visões contra-hegemônicas.

Percebe-se, portanto, o interesse da folkcomunicação em compreender e investigar como se processam, horizontalmente, as práticas informais de comunicação dos grupos sociais, bem como as ‘apropriações’ que os indivíduos realizam da comunicação de massa, em um intercâmbio de mensagens que transita entre a cultura de massa e a cultura popular. É neste contexto que se pode falar do papel dos líderes de opinião (ou ativistas midiáticos) no processo de formação da opinião pública, de modo a contemplar as condições de acesso e produção cultural dos grupos sociais marginalizados.

Na Marcha das Vadias, pode-se identificar uma série de práticas de resistência que inserem as ativistas do movimento feminista como líderes folk. Ao desenvolverem um trabalho em rede que acontece fundamentalmente através da internet – facebook, fan page, youtube, blogs, etc – os grupos e coletivos de mulheres desenvolvem um sistema próprio de comunicação que cumpre o duplo propósito de formação e mobilização. Como resultado da visibilidade conquistada pelo movimento no ambiente virtual, tem-se a construção de novos padrões de auto-representação a partir da expressão de identidades de resistência, e o ativismo político que acontece nos formatos on-line (ciberativismo) e off-line (movimentos de rua).

Entende-se, com base em consulta on-line junto aos grupos que organizaram a Marcha das Vadias no Brasil em 2012⁴, que o uso da internet como forma de ativismo midiático é revelador do desenvolvimento de novas estratégias de visibilidade na esfera pública, que não mais dependem da centralidade dos meios de comunicação tradicionais para conquistar impactos na sociedade.

As mobilizações demandaram uma ação sistemática na web, por meio de estratégias de difusão de mensagens pelo facebook, fan page, blogs de coletivos e feministas independentes, fortalecendo terreno para uma ação no espaço público. A mobilização do movimento de mulheres que denunciavam a violência e reivindicam o direito de serem ‘vadias’ envolveu atividades preparatórias (a exemplo de palestras, debates, oficinas de preparação de cartazes, batucada e performances), que repercutiram no caráter singular das manifestações.

⁴ Foram consultados os sites, blogs e páginas no facebook das principais Marchas que ocorreram no país em 2012: Brasília, São Paulo, Porto Alegre, Belo Horizonte, Manaus, Curitiba, Goiânia, Natal, Rio de Janeiro, Salvador, Recife, Ponta Grossa, entre outras.

Nos limites deste texto, não serão analisadas as ações protagonizadas pela Marcha das Vadias nas redes sociais, e sim os registros das manifestações de rua que evidenciam processos folkcomunicacionais implicados no uso do corpo como mídia e na produção de mensagens contra-hegemônicas que denunciam, com ironia e bom humor, as hierarquias e desigualdades de gênero.

Imagens da Marcha das Vadias e estratégias de ativismo folkcomunicacional

Diante de centenas de imagens das manifestações que marcaram a Marcha das Vadias, registradas em espaços on-line ligados ao movimento, buscou-se explorar duas abordagens que se revelaram representativas do caráter de resistência e contra-hegemonia que identifica as ações de ativismo feminista: a transmissão de opiniões através do corpo e o conteúdo das mensagens verbais nos cartazes produzidos pelas manifestantes.

Entende-se, em sintonia com a abordagem de Maux e Moraes (2013), que o corpo é um veículo folkcomunicacional para divulgação das reivindicações da Marcha das Vadias, pois “o que era objeto de agressão passa a ser objeto de petição e requerimento de direitos”. Segundo as autoras,

Usar o próprio corpo para se expressar é um meio primitivo, artesanal, impactante e folk de se comunicar. É uma maneira simples de falar muito sem tantos recursos. O método rudimentar gera impactância devido ao uso do corpo como veículo folkcomunicacional, e ganha espaço na mídia massiva, o que possibilita a expansão de um pensamento e a consequente proliferação cultural. (2013, p. 10)

Sobre as mensagens que marcaram presença na Marcha das Vadias, seja em cartazes, faixas ou no próprio corpo, ressalta-se o viés político de militância feminista que se manifesta em meio à criatividade e à ironia dos processos comunicacionais informais. Conforme assinala Cynthia Semiramis⁵ ao apresentar em seu blog diversas frases utilizadas durante a Marcha,

Muitas pessoas podem ser mais ortodoxas e achar que Marcha das Vadias é carnaval e não tem caráter político. Pois então recomendo muito que leiam as frases e percebam que há política em cada linha, e há manifestações fortes, irreverentes, sérias, todas expõem a profundidade das questões políticas atuais, que não se resumem à pauta dos partidos políticos e nem reproduzem a sisudez que se espera de um debate político. Estamos fazendo política, sim, só que é do nosso jeito.

⁵ Disponível em: <http://cynthiasemiramis.org/2013/05/27/marcha-das-vadias-de-bh-2013/>. Acesso em julho/2013.

As imagens⁶ que seguem ilustram a aproximação entre os grupos erótico-pornográficos analisados por Luiz Beltrão e as ressignificações presentes na Marcha das Vadias, que transformam o corpo em ferramenta de ação política. A exposição do corpo, associada ao vestuário provocativo e irreverente, constitui uma forma de impacto que se traduz na expressão de mensagens em linguagem própria dos grupos culturalmente marginalizados. O uso de palavras do vocabulário popular também contribui para chamar a atenção para as demandas do movimento, por meio de estratégias de ativismo folk.

Imagem 1



Imagem 2



Nas duas imagens, o apelo à liberdade se faz presente e ganha força simbólica ao ser lido no próprio corpo feminino. “Puta” e “vadia” são expressões recorrentes nas manifestações e contribuem para a afirmação da identidade do movimento.

Outra mensagem, inscrita no tronco de uma mulher, busca politizar o debate sobre a violência a partir da banalização da nudez: “isto não é sobre sexo, é sobre violência”. Sentido semelhante é projetado por outra mensagem escrita em vermelho no corpo feminino, de combate ao estupro e às práticas de violência: “não é convite”.

⁶ As fotos não têm registro de autoria e aparecem de forma repetida nas páginas da internet. Por este motivo, optou-se por não identificar a fonte de cada uma delas. Entende-se, assim, que se tratam de imagens de domínio público, difundidas pelo movimento.

Imagem 3



Imagem 4



Os registros da Marcha das Vadias mantêm sintonia com os propósitos do movimento, ao reivindicarem autonomia sexual e reprodutiva e direito ao próprio corpo, bandeiras históricas do movimento feminista. É o que sugere a mensagem escrita nas costas de uma mulher: “o útero é meu”.

Imagem 5

Os conflitos e relações de gênero são também apresentados em forma de mensagens nos corpos de homens e mulheres que participaram da Marcha das Vadias. Diversas frases apontam para a igualdade de direitos e para o controle sobre o corpo feminino. Neste sentido, a frase “Eu também sinto calor” ironiza a sexualização do corpo das mulheres em relação ao dos homens, que podem andar sem camisa sem que isso represente uma provocação. A adesão dos homens à Marcha das Vadias é evidenciada na mensagem “não precisa ser anti homem para ser pró mulher”, que reforça a participação masculina na luta contra o machismo.

Imagem 6

Imagem 7



Além das imagens referentes às mensagens inscritas no próprio corpo, carregadas de valor simbólico e potencial performático, também foram identificadas centenas de mensagens em cartazes, que foram selecionadas e agrupadas em categorias temáticas, conforme segue:

a) Liberdade e autonomia das mulheres: Nesta categoria, destacam-se o direito das mulheres em relação ao corpo e a autonomia sexual e reprodutiva. A tônica do discurso consiste na afirmação de que a decisão a respeito da sexualidade cabe às mulheres.

Abaixo, seguem algumas das frases identificadas com a referida temática:

- Respeitar o próprio corpo é ser livre
- Sou minha, só minha, e não de quem quiser
- Minha liberdade faz aflorar o seu machismo?
- Meu corpo, minhas regras
- Se o corpo é da mulher ela dá pra quem quiser

b) Crítica social e comportamento: Sobre este tema amplo, as frases abordam a crítica ao machismo e a reivindicação da igualdade de direitos, em todos os níveis, de modo a denunciar valores sociais que historicamente contribuíram para a sujeição das mulheres.

Seguem alguns exemplos:

- Lugar de mulher é onde ela quiser
- O seu machismo é indecente, não os meus seios
- Feminismo é a noção radical de que mulheres são gente
- Eu não vim da sua costela; você que veio do meu útero
- Mantenha sua opinião bem longe do meu útero!

- Não cague regras pro meu corpo nem pro meu comportamento
- Se questionar, criticar e lutar é ser vadia, então eu sou vadia
- Desculpe o transtorno: estamos trabalhando contra o patriarcado

c) Violência contra a mulher: Tema motivador da Marcha das Vadias, a violência é denunciada nas mensagens a partir da crítica ao machismo presente na sociedade, que legitima práticas como a agressão e o estupro e culpa as mulheres pela violência que sofrem, conforme se verifica em algumas frases difundidas nos cartazes do movimento.

- Ensinem os homens a respeitar, não às mulheres a temer
- Decote não é crime, estupro é
- Quero borrar meu batom e não o meu rímel
- Não foi a roupa, não foi a hora, não foi o lugar: nada justifica uma agressão
- Mesmo soFrida nunca me Kahlo
- Se ela disse NÃO ela quer dizer NÃO
- Minha saia curta não tem nada a ver com você
- A palavra vadia te assusta? E a violência contra a mulher?

d) Padrão de beleza: O questionamento a respeito da imposição de um padrão de beleza opressor às mulheres também aparece em diversos cartazes. A proposta do movimento é ressignificar a noção de beleza presente no imaginário social e reconhecer o valor das mulheres pelas suas ações. A crítica à mídia e ao consumo, neste sentido, também se faz presente.

- Bonita é a mulher que luta
- A Globo também me estupra
- Minha beleza não tem padrão
- Este corpo moreno da cor do pecado é pra ser respeitado
- Meu cabelo não é ruim; ruim é o seu preconceito

e) Ironia: Em relação a este campo temático, observa-se a riqueza das manifestações populares, que utilizam o riso como forma de resistência cultural. A ironia se apresenta nas mensagens por meio de releituras de dizeres presentes no senso comum e o uso de termos e expressões populares provoca o efeito de captar a atenção pela irreverência. Seguem alguns exemplos do tom provocativo das mensagens expostas em cartazes durante o movimento:

- Irritei um machista? Hum... que delícia
- Coisas que causam o estupro: () Bebida () Andar só () Roupa sexy (x) O estuprador
- Sou vadia porque dei? Conte-me como você nasceu
- Se ser cachorra é ser livre, então late que eu tô passando
- Elas podem estar peladas e estão cobertas de razão
- Respeito é bom e todas gozam
- Vadio, logo existo
- Sexo frágil é o caralho

A partir do recorte proposto – que compreende mensagens selecionadas a partir da divulgação na web da Marcha das Vadias no Brasil -, pode-se relacionar a atuação dos movimentos sociais na atualidade com as práticas de resistência dos grupos marginalizados estudados por Luiz Beltrão, de modo a reconhecer permanências e singularidades em suas formas de ação política e apropriação de estratégias comunicacionais.

Neste sentido, entende-se que, ao fazer uso das redes sociais para disseminar os ideais da Marcha das Vadias, compartilhar fotos e mensagens e proporcionar o debate plural de ideias, o movimento cria mecanismos de visibilidade que, direta ou indiretamente, repercutem na esfera pública, constituindo-se como uma forma de ativismo folkmediático que se dá simultaneamente nas redes sociais e nas ruas das principais cidades do país.

Considerações Finais

As reflexões decorrentes da observação das formas de mídia ativista utilizadas pelo movimento de mulheres no Brasil revelam que as práticas de comunicação, na medida em que vão ganhando organicidade, se tornam capazes de criar a identidade do movimento e dar visibilidade ao seu protagonismo. Foi o que aconteceu com a Marcha das Vadias, que ao ocupar espaço nas ruas e na web construiu gradativamente um campo de debate e visibilidade do movimento, inserindo-se não apenas no meio de ativistas, mas ganhando espaço para tratar, com ironia, do tema da violência de gênero.

Referindo-se ao desafio das novas tecnologias para o movimento feminista, Burch (1996) observa que o processo necessário para o fortalecimento dos movimentos sociais passa pela capacidade de gerar discursos (ou seja, desenvolver argumentos a favor da causa); dar legitimidade a este discurso e, por fim, ganhar reconhecimento social (o que envolve a apropriação do discurso e sua projeção social). É neste sentido que a apropriação

criativa dos espaços comunicacionais se revela parte importante do processo de luta política.

Ao observar os aspectos de mobilização popular presentes na Marcha das Vadias, através da seleção de mensagens com conteúdos críticos apresentadas em cartazes e inscrições no corpo, buscou-se levantar alguns elementos sobre as formas de resistência cultural que se expressam nos movimentos sociais desenvolvidos por grupos marginalizados. De acordo com Maux (2013, p. 14), “elas dizem algo a alguém através de um comportamento, de uma manifestação popular, de um emblema: dos seus próprios corpos, grandes canais de divulgação de suas mensagens”.

Tais manifestações indicam a existência de um processo comunicativo que se dá por meio do corpo, da musicalidade, das mensagens nas faixas e na performance visual dos eventos político-midiáticos que acontecem no cenário urbano. Constata-se, por fim, que as manifestações folkcomunicacionais, em sua informalidade e força simbólica, constituem uma ferramenta estratégica para a articulação política e a intervenção de atores sociais na esfera pública, que serve para fortalecer as ações do movimento nos protestos que ganham as ruas de diversas cidades brasileiras.

Referências

- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: teoria e metodologia**. São Bernardo do Campo: Umesp, 2004.
- _____. **Comunicação e folclore**. São Paulo: Melhoramentos, 1971.
- _____. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.
- BURCH, Sally. “El reto de las nuevas tecnologías”. In: PORTUGAL, Ana Maria; TORRES, Carmen (editoras). **Por todos los medios – Comunicación y Género**. Ediciones de las Mujeres n. 23. Santiago de Chile: Isis Internacional, 1996. p.117-124.
- DOWNING, John. **Mídia radical**. São Paulo: Senac, 2003.
- MAIA, Rousiley; CASTRO, Maria Céres Pimenta Spínola (orgs.). **Mídia, esfera pública e identidades coletivas**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.
- MARQUES DE MELO, José. **Mídia e cultura popular: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação**. São Paulo: Paulus, 2008.
- MAUX, Suelly; MORAES, Ysabelly. O corpo feminino como veículo folkcomunicacional na Marcha das Vadias em João Pessoa –PB. Paper apresentado na XVI Conferência Brasileira de Folkcomunicação. Juazeiro do Norte/CE, 2013.
- SILVA JR, José Geraldo da. “Conexão e ação: a utilização estratégica da internet pela ‘Marcha das Vadias’ para mobilização social e ação coletiva no espaço virtual e no território urbano”. In: PANKE, Luciana; MACEDO, Roberto Gondo; ROCHA, Daniela (orgs.). **A mobilização social no contexto político e eleitoral**. Capivari/SP: Editora Nova Consciência, 2013. P. 125-146.

TRIGUEIRO, Osvaldo. O ativista midiático da rede folkcomunicacional. Revista Internacional de Folkcomunicação, vol. 4, n. 7, 2006. Disponível em: [http://www.revistas.uepg.br/index.php?journal=folkcom&page=article&op=viewFile&path\[\]=536&path\[\]=370](http://www.revistas.uepg.br/index.php?journal=folkcom&page=article&op=viewFile&path[]=536&path[]=370). Acesso em 04/04/2013.

_____. **Folkcomunicação e ativismo midiático**. João Pessoa: Ed. UFPB, 2007.