

DE UMA TEIA A UMA REDE: SLUTWALK PORTUGAL NAS REDES SOCIAIS ONLINE

Rui Vieira Cruz⁸⁹, Carla Cerqueira⁹⁰ e Anabela Santos⁹¹

“The key to social engineering is influencing a person to do something that allows the hacker to gain access to information or your network”.

Kevin Mitnick – *The Art of Deception*

Introdução

A agregação de indivíduos em torno de movimentos visa gerar um grupo capaz de influenciar atitudes e comportamentos, modelando assim os sistemas sociais (Tonnes, 2002). Esta ação de engenharia social consiste em i) criar uma ideia, ii) proceder à sua disseminação e iii) fazer com que outros indivíduos a adotem. Diferentes formas de engenharia social criam uma finalidade assente numa ideia (engenharia social utópica) ou em combater um pressuposto que visa alternar no sistema social (engenharia social fragmentada) (Popper, 1966). Os movimentos sociais unem estas duas formas de engenharia social ao conferir i) uma identidade ao protesto, ii) um princípio de oposição (a mensagem) e um iii) princípio antagónico contra o qual se manifestam, enquadrando um elemento de totalidade pelo qual tentam controlar a narrativa histórica, suscitando o interesse dos restantes elementos (Touraine, 1977, 2007). As ações de mobilização pretendem angariar membros, aceder às suas redes (pessoais e sociais), e utilizá-los como elementos que catalisem e despertem o interesse de outros indivíduos.

⁸⁹ Rui Vieira Cruz é mestre em Sociologia - ramo de especialização em Desenvolvimento e Políticas Sociais - pela Universidade do Minho e em parceria com o Instituto de Pesquisas Tecnológicas, Brasil (IPT-SP), no qual desenvolveu um projeto que cruzou nanotecnologia e sectores de aplicação, em especial no sector energético. É atualmente doutorando em Sociologia e membro do Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais (CICS.NOVA. UMinho) e do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS). Os seus interesses de investigação focam-se nos estudos de Ciência e Tecnologia, modelos schumpeterianos endógenos de inovação, ciclos de negócios, planeamento estratégico, sistemas de transferência de conhecimento/tecnologia, gamification, e práticas culturais de consumo, em particular na literatura, no cinema, nas séries televisivas e nos videojogos. Tem também trabalhado sobre netativismo, análise de redes sociais, debates públicos na esfera online e ações de protesto em grupos sociais, como a SlutWalk.

⁹⁰ Carla Cerqueira é doutorada em Ciências da Comunicação - especialidade de Psicologia da Comunicação pela Universidade do Minho. Atualmente é bolsista de pós-doutoramento em Ciências da Comunicação da Fundação para a Ciência e a Tecnologia, com um projeto que cruza a cobertura jornalística dos temas de género com as estratégias de comunicação das ONG da área da cidadania e igualdade de género. É investigadora do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS), onde tem estado envolvida em projetos e iniciativas na área dos estudos de género, diversidade e média. É também nestas áreas que tem publicado em livros e revistas nacionais e internacionais, orientado teses e organizado os mais diversos eventos científicos. Das suas mais recentes publicações destacam-se o livro *De outro género: propostas para a promoção de um jornalismo mais inclusivo* (2014), do qual é co-autora e *Gender in Focus: (new) trends in media* (2016) do qual é co-editora. É também Professora Auxiliar na Universidade Lusófona do Porto.

⁹¹ Anabela Santos é bolsista de doutoramento da Fundação para a Ciência e a Tecnologia, frequentando atualmente o Programa Doutoral FCT em “Estudos de Comunicação: Tecnologia, Cultura e Sociedade” (CECS-Universidade do Minho). Faz parte da coordenação do Grupo de Trabalho de Género e Sexualidades da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (GT-G&Ss/SOPCOM). Os seus principais interesses de investigação incluem os estudos feministas dos média, os estudos críticos dos animais, a teoria queer e as teorias anarquistas. É ativista feminista, bem como participa no movimento anti-especista e no movimento LGBTQIA+.

Movimentos como “Geração à Rasca” ou “Que se Lixe a Troika”, nascidos e fomentados através das redes virtuais (Loureiro, 2011) ganharam dinamismo online, promoveram debates no espaço público, criando uma cultura e uma marca identitária própria (Soeiro, 2014). Numa ação de branding - i.e., atribuição de um cunho próprio e reconhecível de forma a angariar utilizadoras/es -, estes movimentos produziram um sentido de comunidade, sendo (quase) simultaneamente emissores e recetores de uma ideologia partilhada.

As redes sociais online (SNS) têm contribuído para a constituição de redes sociais⁹² (Cole, 2011; Young & Whitty, 2010) e para fomentar espaços de participação e de ativismo político. Plataformas como o Facebook ou o Twitter reforçam o social networking no qual há um objetivo de agregação para uma causa e atuam como esfera pública digital (Valtýsson, 2012). As ações de protesto destes novos coletivos informais (Greenwald, 2008) são, numa fase inicial, marcadas pela reduzida cobertura noticiosa por parte dos média tradicionais, não sendo geralmente através deles que os indivíduos tomam conhecimento dos movimentos (Anduiza, Cristancho & Sabucedo, 2014; Loureiro, 2011). Também a ausência das organizações não-governamentais aquando da sua formação (Vromen, Xenos & Loader, 2015; Vromen, 2015) levanta questões relativas à criação das redes que os constituem e os modos como estes protestos transitam para as ruas.

A sua complexidade faz com que as redes sociais (online) se comportem e evoluam como um organismo vivo (Rosnay, 2000). Ao longo do tempo, determinadas funcionalidades são acrescentadas e outras são eliminadas, o que altera a forma como a administração e a base de utilizadores interagem com e dentro da rede (Frank & Heikkila, 2001). Esta pluralidade reflete-se em diversas transformações: determinadas comunidades internas da rede podem assumir, em períodos de tempo específicos, a centralidade e o controlo através do domínio das ferramentas de disseminação de informação, dando origem a líderes de opinião (Frank & Heikkila, 2001; Rogers & Bhowmik, 1970; Rogers, 1995; Salah, A.A., Manovich, L., Salah, A.A., Chow, 2013). Os trabalhos centrados nas organizações formais demonstram a importância de líderes de opinião e influencers (Bakshy, Karrer, & Adamic, 2009; Srivastava & Moreland, 2012) na construção de movimentos sociais (Barker, 2004; Sen, 2012), enquanto estes coletivos informais (Greenwald, 2008), atuam nas redes sociais online de forma similar ao boca-a-boca para propagar a mensagem (Oh, Susarla & Tan, 2008; Susarla, Oh & Tan, 2010), conduzindo a diferentes níveis de popularidade (Lee & Kim, 2014; Motohashi, Lee, Sawng & Kim, 2012). Todavia, as redes não são necessariamente coesas. Enquanto uma rede social se modifica de acordo com os objetivos pretendidos,

⁹² A menção a “rede social” enquadra-se na teoria das redes sociais. “Rede social online” (social network sites - SNS) corresponde a diferentes sites de partilha de conteúdos, tais como o Facebook, o Twitter, o Instagram e o LinkedIn (Rieder, 2013; Waite & Bourke, 2013; Young & Whitty, 2010).

uma teia⁹³ demonstra uma coesão tendo em vista uma finalidade, na qual os indivíduos criam significados (Francisco, 2011). Uma rede é volátil, uma teia é resistente. Uma rede possui um longo alcance, geralmente composta por laços fracos, uma teia possui um curto alcance e é geralmente composta por laços fortes.

Neste estudo cruzamos a relevância académica e social da temática e pretendemos dar uma contribuição para a forma como coletivos informais da sociedade civil - neste caso a SlutWalk - se organizam em rede para a difusão de informação, atendendo às especificidades do contexto português.

SlutWalk: origem e desenvolvimento de um movimento transnacional

A SlutWalk é um movimento transnacional que surgiu a partir de um protesto contra a culpabilização das vítimas de violência sexual e em defesa da auto-determinação das mulheres sobre os seus corpos. Foi impulsionada pela ocorrência de diversos casos de violência sexual de mulheres na Universidade de Toronto, no Canadá, após os quais, numa conferência na faculdade de Direito, um polícia, Michael Sanguinetti, referiu que as mulheres deviam evitar vestir-se de forma provocante (como sluts) para não serem violadas (Carr, 2013). Este comentário teve repercussão no meio online, com a criação de contas de Twitter, de Facebook e de um website (Mendes, 2015), tendo aparecido seguidamente em diversos média tradicionais (McNicol, 2012). Gerou uma espontânea onda de protesto⁹⁴: enquanto as estimativas iniciais apontavam para 100-300 pessoas nas ruas, no dia 3 de abril de 2011, a SlutWalk Toronto, organizada em torno do tema “Because We’ve Had Enough”, mobilizou entre mil e três mil pessoas (Dow & Wood, 2014: 22) e rapidamente se internacionalizou para diversas partes do mundo (Name & Zanetti, 2013). Eram sobretudo jovens que perfilhavam ideais feministas, que não estavam organizadas em movimentos e grupos de atuação, mas que queriam trazer para a discussão pública a mensagem impulsionada por este movimento (Name & Zanetti, 2013; Mendes, 2015).

Em 2011, foi alargada a 40 países e a 200 cidades (Carr, 2013), afirmando-se como um movimento que transcende a sua inscrição espacial ou territorial. Começou através dos meios de difusão digitais, com a utilização do Facebook, do Twitter e do email. Porém, passou rapidamente do mundo online para o mundo offline, levando várias pessoas e coletivos feministas às ruas. Nesse ano, Portugal também se juntou à vaga de indignação, através da organização da SlutWalk Lisboa e da SlutWalk Porto,

93 Uma teia atua como um protocolo de acesso (e.g., World Wide Web), que permite aceder a uma rede mais ampla (e.g., Internet) (Zhao, Liu, & Wang, 2007).

94 Para aprofundar a origem do movimento ler McNicol (2012).

sendo que o movimento também ficou conhecido como Marcha das Galdérias. Na página do movimento⁹⁵, refere-se os princípios que estão na sua base:

a recusa da culpabilização das vítimas de violência sexual e de género; a recusa da vergonha pela afirmação da auto-determinação sexual de cada pessoa; a recusa dos moralismos sobre as várias expressões de sexualidade e não-sexualidade existentes, desde que exercidas com o consentimento de todas as pessoas envolvidas.

Portanto, ao sublinhar a necessidade de ressignificação do termo “slut” (galdéria, desavergonhada, puta, descarada, vadia, badalhoca, fácil), este movimento assume uma “reivindicação sociopolítica de apropriação do discurso, do corpo, da cidadania e dos espaços” (Oliveira, 2013: 9).

Como Butler (1997: 2) refere, “language does make us vulnerable, but calling someone by an injurious name can also create a condition for linguistic agency”. É nesta ótica que a SlutWalk se posiciona como um movimento subversivo que recorre à apropriação do discurso para combater o controlo social dos corpos, nomeadamente das mulheres, e para sublinhar que a sexualidade é política.

Despite my mother’s advice – exemplified in the title of this book (“nothing bad happens to good girls”) – we know that in fact many bad things happen to ‘good girls’. And, some women refuse to constrain their lives to be good girls in spite of frequent admonitions. Furthermore, it seems that fearless women are considered bad girls because they challenge prevailing power structures (Madriz, 1997: 162).

Um dos mecanismos mais significativos no controlo social das mulheres é, justamente, o medo de serem vítimas de um crime, o que as condiciona na ação; contudo, é mascarado, muitas vezes, através das regras de conduta existentes. Essa consciência social sobre os códigos perfor(nor)mativos obsta o exercício da cidadania plena.

O movimento SlutWalk traz, portanto, para o debate alguns “problemas públicos” (Gusfield, 1981; Babo-Lança, 2006). “Constituiu-se, assim, como um movimento altamente expressivo enquanto difusor de liberdades e de questionamento das normatividades físicas e simbólicas, assegurado por frentes de atuação que buscam unir múltiplas formas de expressão da mulher: de género, sexo, raça, idade, classe social, educação e interesses” (Tomazetti & Brignol, 2015: 9). Este posicionamento remete-nos para a complexidade dos feminismos na contemporaneidade, bem como para a necessidade de incorporação de uma perspetiva interseccional. A SlutWalk é

⁹⁵ <https://slutwalklisboa.wordpress.com/category/manifesto/>

considerada uma forma de protesto feminista, a qual obteve diversas, e em alguns casos contraditórias, reações⁹⁶ (Vallenti, 2011; Dow & Wood, 2014: 22)[5]. Para Gomes e Sorj (2013: 438), trata-se de um movimento que provoca continuidades e descontinuidades no que diz respeito ao feminismo, uma vez que se trata de um movimento global, que é incorporado localmente mediante as especificidades de cada país e coletivo organizador. Aliás, atualmente os feminismos não podem ser encarados como um movimento monolítico (Genz & Brabon, 2009; Mendes, 2015) e disso a SlutWalk é um exemplo marcante, que implica equacionar o que são os feminismos de terceira vaga, o pós-feminismo, a violência de gênero e a cultura de estupro (Mendes, 2015).

Redes sociais e Difusão de Inovações

As redes sociais online são canais, espaços e plataformas, caracterizados pela sua espontaneidade, gratuidade, rápido acesso e fácil gestão (Dalghren, 2013), características que se estendem como suporte de determinadas lutas, possibilitando a sua expansão e fortalecimento. As SNS incorporam, assim, a função de social web, conferindo um sentido relacional a um objeto técnico. Permitem experiências de ativismo mais livres, bem como potenciam o intercâmbio entre coletivos (Ureta, 2005). Estas SNS fomentam a criação de smart mobs (Rheingold, 2009) centradas na auto-organização e na participação cidadã (ao invés de instituições) e promovem uma arquitetura de rede peer-to-peer, ou seja, incentivam a que todos os indivíduos interajam com os outros:

Smart mobs consist of people who are able to act in concert even if they don't know each other. The people who make up smart mobs cooperate in ways never before possible because they carry devices that possess both communication and computing capabilities. Their mobile devices connect them with other information devices in the environment as well as with other people's telephones (Rheingold, 2002: 9).

Estes coletivos são, portanto, encarados como uma arena pública de mediação de espaços públicos, configurando uma arqueologia em rede na qual convivem diversas plataformas de comunicação e de interação que requerem a utilização de estratégias comunicacionais direcionadas e articuladas com os diversos públicos (Cerqueira, 2015). Esses espaços públicos-políticos de ação e de deliberação (Arendt, 1986) são utilizados por diversos grupos enquanto espaços estratégicos de produção de discursos de causas comuns e atuam como uma contra-esfera pública (Fraser, 1990) ou

esfera pública contra-hegemónica (Esteves, 2007) para explicar em que medida estes espaços permitem a discussão pública de determinadas problemáticas sociais, neste caso a violência de género e a cultura de estupro. Trata-se de uma comunidade (trans) nacional que não se baseia unicamente na presença física, mas tem também uma presença assídua nas redes sociais online. É nestes espaços que se procura afirmar e reivindicar a ideia de que a cidadania (também) é sexual.

As redes sociais online comportam amplas vantagens, já que assentam na multidirecionalidade. Por exemplo, no Twitter, pode-se “seguir” alguém e não ser seguido. No Facebook, uma relação é assente na bidirecionalidade (eu sigo e sou seguido), ou em apenas ser seguidor de uma página ou comunidade. Isto permite que indivíduos criem, partilhem e publiquem conteúdos e enseja uma interação entre eles dentro de um espaço (formalmente) controlado pela organização (e.g. administração ou moderação).

Para atrair seguidores são criadas certas dinâmicas para instigar o seu interesse, assente num conjunto de preceitos. O modelo de difusão de inovações (DoI) revela um conjunto linear de informação desde a criação de um produto ou ideia até à sua implementação (Rogers, 1995): i) conhecimento, ii) persuasão, iii) decisão, iv) implementação e v) confirmação. Se por “conhecimento”, a primeira das fases do DoI, entende-se o despertar do público para a ideia, a “persuasão” consiste em fazê-lo ganhar real interesse. As duas primeiras fases tendem, por conseguinte, a encarar o público como um recetáculo de informação; os três restantes processos consistem em elementos que incentivam uma ação mais próativa. A “decisão” é, portanto, o processo de avaliação realizado pelo indivíduo, sendo que este aceitará ou rejeitará a inovação. Seguidamente, a “implementação” é a fase de teste/tentativa, cabendo à “confirmação” a adoção integral da ideia. Neste procedimento são definidos cinco tipos de públicos: i) inovadores; ii) os primeiros a adotar; iii) a maioria inicial; iv) a maioria tardia; e v) retardatários (laggards). A taxa de utilização dos diferentes recetores determina o ritmo de implementação e aceitação das ideias.

Para a definição de um público, a criação de uma rede fechada a elementos externos (e.g., criação de um grupo fechado no Facebook ao invés de uma página aberta) favorece um sistema homófilo (Rogers & Bhowmik, 1970), no qual apenas os elementos internos podem participar, promovendo uma elevada coesão e laços fortes (Granovetter, 1983). Ações como difusão de ideias (ou contágios sociais⁹⁷) podem estar comprometidas porque se alastram apenas dentro de determinado grupo, sem atingir os restantes: “Social positions that are similar to one another are “proximate” within a dimension of social life, which implies a greater likelihood of social contact

97 Exemplos de contágios sociais: ideias, notícias, rumores, informações de emprego (Dunbar, 2004).

between their members than with members of more “distant” positions” (Centola, 2015: 1299)

O princípio de homofilia assenta, por isso, numa premissa elementar: ‘o que gostamos, atraí-nos’. Por isso, tendemos a interagir com os indivíduos que partilham características sociais similares (Shriver, Nair, & Hofstetter, 2013). Quando a homofilia é forte, o alcance (i.e., a distância dos laços) é restrito, ou seja, os indivíduos não procuram relações fora da sua rede próxima e fortalecem os seus laços (Kramer, Guillory & Hancock, 2014; Lussier, Raeder & Chawla, 2010). A criação de grupos fechados (e.g. comunidades) contribui para o aparecimento de líderes de opinião (Vanderslice, 2000), isto é, de um núcleo de indivíduos que se constituem como especialistas no debate das temáticas em causa. Embora o debate interno possa ser feito de forma horizontal, a sua relação com os membros externos é feito de forma vertical, na qual apoiantes externos à rede só tomam conhecimento das propostas e iniciativas ao fim de estas terem já sido previamente discutidas e aprovadas, o que regularmente fomenta espirais de silêncio dos membros não-ativos (Ho, Chen & Sim, 2013; Lee & Kim, 2014; C. A. Lin & Salwen, 1997).

A propagação de conteúdos através das redes sociais (online) permite à base de utilizadores acompanhar organizações ou indivíduos com os quais não têm necessariamente de partilhar ideais e objetivos; podem entrar num grupo tendo apenas curiosidade, criando, assim, um sistema heterófilo assente em laços fracos (Granovetter, 1983, 1992). Estes aceleram a propagação de ideias e de comportamentos, permitem abranger outros grupos e, por isso, constituem laços mais extensos/longos. As vantagens competitivas de um sistema heterófilo incidem na capacidade de criar bases de propaganda de larga escala e na possibilidade de favorecer uma comunicação horizontal entre os elementos responsáveis pela página (i.e., a organização) e os seus membros. Por outro lado, uma vez que é uma página acessível a todas/os, o nível de ruído aumenta através da participação de membros que podem discordar das ações empreendidas ou que não se identificam e/ou contestam o movimento. Se a rede apresentar uma fraca consolidação⁹⁸ e uma reduzida estrutura, este facto indicará que os indivíduos apresentam diferenças consideráveis entre si e podem não estar dispostos a adotar a nova ideia/inação (Centola, 2015).

Os efeitos promovidos para gerar ressonância da ideia são distintos entre redes heterofilas e redes homofilas. Se, por um lado, a expansão da rede permite aumentar as adesões e potenciar a visibilidade pública da mensagem, mantê-la em formato reduzido possibilita controlar o fluxo da mensagem.

⁹⁸ ‘Consolidação’ é a correlação entre os vários traços dentro de uma população. Se o sexo estiver altamente correlacionado com o rendimento, ao sabermos o sexo do indivíduo podemos prever o seu rendimento. Numa estrutura de rede altamente consolidada, ao sabermos uma das características conseguimos prever todas as restantes (Centola & Baronchelli, 2015; Centola & Macy, 2015).

Metodologia

Para este estudo exploratório foram selecionadas cinco ações de protesto (duas em Lisboa e três no Porto) e o período de seriação temporal incidu entre a semana anterior e a semana após a realização das marchas SlutWalk. As marchas de 2011 ocorreram a 25 junho em Lisboa (cujo período analítico decorreu entre 19 de junho e 1 de julho, resultando em 121 posts); e a 13 agosto no Porto (5 a 19 de agosto, atribuindo 69 posts). Em 2012, as ações de protesto foram realizadas a 30 junho (Porto) e a 1 julho (Lisboa) (com a seriação de 29 posts entre 24 de junho e 7 de julho). Em 2015, a SlutWalk Porto ocorreu a 11 de julho (seleção no período entre 5 e 17 de julho 2015, com 4 posts). Durante o período das 5 ações⁹⁹ de protesto portuguesas, a página da causa SlutWalk produziu 223 posts. Num total de 223 notificações, nenhuma possuía referência direta ao movimento SlutWalk Portugal, Porto ou Lisboa, nos anos de 2011 e 2012. Em 2015, a SlutWalk (Internacional) promoveu no seu espaço a página da SlutWalk Porto, tendo originado 13 likes.

À luz do modelo de difusão de inovações identificamos o grupo criador do movimento SlutWalk como ‘inovadores’ e as/os ativistas portuguesas/es criadoras/es da rede SlutWalk Porto e Lisboa como os ‘primeiros a adotar’. Nesta linha, a ‘maioria (inicial e tardia)’ foi composta pelos indivíduos que posteriormente integraram, participaram ou que tomaram conhecimento anteriormente aos eventos, sendo que os ‘retardatários’ se referem aos indivíduos que tomaram conhecimento do movimento após a realização dos eventos, através da divulgação efetuada pelos média tradicionais ou nas redes sociais online.

Slutwalk Portugal em 2011 e 2012: a formação de uma teia

De acordo com o enquadramento do modelo de difusão de inovações e as suas fases de operacionalização, especialmente o ‘conhecimento’, a ‘persuasão’, a ‘decisão’ e a ‘implementação’, analisamos as estratégias de difusão e transmissão de conteúdos. Na primeira fase - o ‘conhecimento’ -, enquanto o grupo SlutWalk Toronto deu a conhecer o movimento e ações de protesto a partir da hashtag SlutWalk, os coletivos portugueses não contribuíram para a ampliação do sinal. Esta dupla característica - i.e., estar onde o público está e estar onde os promotores/”inovadores” estão – exige uma presença múltipla nas redes. Uma vez que em Portugal a presença das/os utilizadoras/es é maior no Facebook (Marktest, 2014) e que a rede SlutWalk Internacional obteve uma maior expressão no Twitter, a presença otimizada (de acordo com o ótimo de

⁹⁹ O hiato temporal 2013-2014 justifica-se pelo facto de não terem ocorrido marchas SlutWalk nesses dois anos em ambas as cidades.

Pareto¹⁰⁰) seria nas duas redes, com conteúdos em formatos diferenciados, nos quais o reforço de conteúdos numa rede não implicaria a diminuição da presença na outra.

Ao centrar-se nos públicos, o processo decisório passa por aferir quem está disposto a investir na participação direta (i.e., na organização dos eventos) e quem está somente disponível para promover a rede (através de likes, comentários, partilhas e participação nos eventos). Cabe à ‘implementação’ a manifestação nas atividades, neste caso em particular as marchas.

Quando os coletivos definiram internamente o tipo de página (aberta/pública ou fechada) construíram de forma automática (consciente ou inconscientemente) o tipo de participação e o tipo de rede que iriam formar. Nos anos de 2011 e 2012, as organizações da SlutWalk Porto e SlutWalk Lisboa optaram pela criação de grupos fechados no Facebook – uma rede social online marcadamente indireta (Zuo, Blackburn, Kourtellis, Skvoretz & Iamnitchi, 2014), contrariando o esquema de divulgação original do movimento SlutWalk Toronto, promovido através de redes sociais diretas como o Twitter (Henning et al., 2014). O acesso de novos elementos a um grupo fechado manifesta-se por um convite para integração, que pode ou não ser aceite por um conjunto restrito de membros da administração, cabendo aos responsáveis do grupo fechado incluir ou excluir os indivíduos da rede. Esta estratégia de homofilia na formação de uma teia dentro da rede permite um foco na horizontalidade da discussão interna, que resultará na constituição de um leque de especialistas que lidam com a comunicação do evento SlutWalk, atribuindo consistência à mensagem. Uma outra característica demonstrativa da homofilia da rede consiste na diferenciação dos espaços online e no facto de ter recorrido à SNS do Facebook como um grupo de trabalho, deixando a divulgação para a plataforma do website ou através dos perfis individuais das/os promotoras/es, o que limitou a extensão da rede.

¹⁰⁰ O ótimo de Pareto consiste num sistema de alocação de recursos em que são melhoradas as condições de alguns indivíduos sem piorar as condições dos restantes. Neste caso, consiste em melhorar a presença numa rede sem reduzir a presença nas restantes.

Slutwalk Portugal 2015: a formação de uma rede

Os movimentos portugueses da SlutWalk procederam a alterações na forma como divulgaram a mensagem, beneficiando de novas opções que as redes sociais online possibilitaram. Enquanto numa primeira fase (2011 e 2012) o website foi utilizado como elemento central de promoção (juntamente com a página da Wikipedia) e o Facebook como espaço de debate e discussão pelos coletivos (Lisboa e Porto), esta configuração alterou-se, em 2015, através de diversas formas de integração de redes sociais (Facebook e Twitter). Com a criação de uma página comunitária aberta, o grupo SlutWalk Porto reestruturou a sua rede, tendo transitado do modelo indireto para o direto, pelo que se tornou possível a qualquer membro registado (inter)agir com o movimento sem ser necessária a sua prévia aceitação por parte de um quadro de administradores.

Em 2015, a página SlutWalk Porto foi promovida pela SlutWalk (Internacional), gerando a 13 interações, compostas inteiramente por likes, mas nos quais 11 das/os utilizadoras/es não participaram mais na rede durante o período analisado, recaindo a participação regular sobre 2 membros da rede (imagem 1).

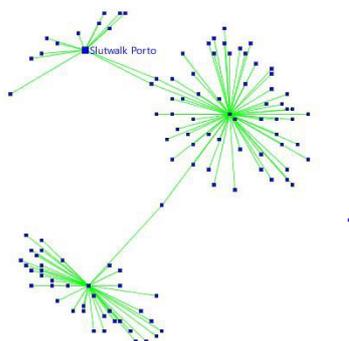


Imagem 1. Menção da rede SlutWalk Porto no perfil SlutWalk (Internacional)

Para o mesmo período de tempo, a estratégia de comunicação do grupo Slutwalk Porto com os seus membros (gráfico 1) passou por criar um ciclo de promoção e informação para incentivar o evento, dando origem a 220 interações. Contudo, os dias 7 e 8 de julho não possuíam quaisquer interações, quebrando o ciclo de notificações da ação de protesto do dia 11 de julho. De registar que os picos de notificações não ocorreram anteriormente à realização da marcha, mas sim, posteriormente à data da realização do evento, particularmente entre os dias 12 e 15 de julho, o que demonstra um maior esforço (e reconhecimento) na promoção e na divulgação de conteúdos sobre o evento do que para a formação da rede de participantes que o compôs. A

estratégia de difusão de conteúdos de 11 de julho esteve também com níveis baixos, não se configurando como uma estratégia de acompanhamento em simultâneo do evento.

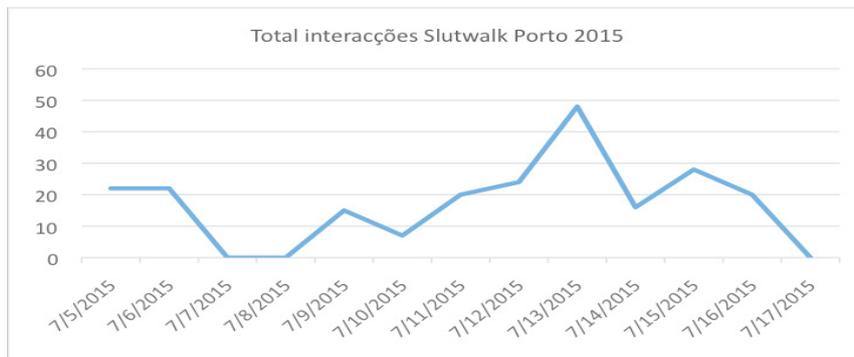


Gráfico 1. Total Interações SlutWalk Porto 2015

Decompondo as interações da rede Slutwalk Porto (gráfico 2) para o espaço temporal compreendido entre os dias 5 e 17 de julho, a participação dos membros refletiu-se em 220 interações, manifestada sobretudo através de likes. Estes compõem a maioria das interações (87,8%), sendo que as restantes estão residualmente divididas entre posts (5,9%), partilhas (3,6%) e comentários (2,7%) a partir da página SlutWalk Porto.

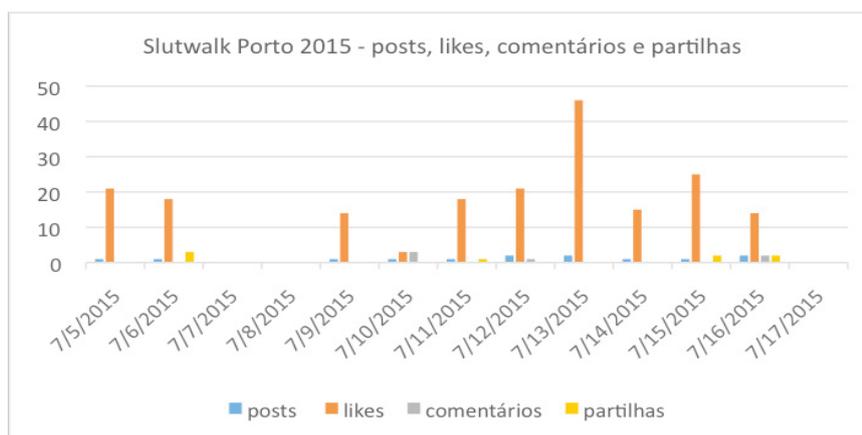


Gráfico 2. SlutWalk Porto 2015 – Tipologia de Interações entre 5 e 17 de julho

Constatou-se a existência de poucos espaços de fronteira com diferentes formas de participação e não foi registada a formação de pontos periféricos de ligação (imagem 2). A rede apresenta duas extensões diferenciadas, tendo a SlutWalk

Porto como um espaço disperso de ligação. Regista-se, portanto, uma estrutura de participação diferenciada na rede SlutWalk. Embora plural e com diferentes indivíduos/coletivos/organizações com participação ativa, a estratégia de promoção de informação revelou-se difusa, dada a diferenciação dos vários participantes, sendo registado poucos pontos de contacto na expansão para novas redes, o que demonstra limitações na capacidade de propagar a informação para novas redes. No entanto, esta aparente pluralidade de participantes na comunidade SlutWalk Porto não ignora a constatação de que alguns dos nós possuem laços de contacto entre si, replicando, de forma latente, as estratégias de comunicação ocorridas durante 2011 e 2012 que conduziu à replicação da disseminação de informação juntos dos mesmos membros.

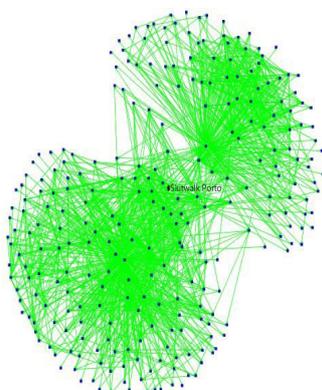


Imagem 2. Rede de ligação da SlutWalk Porto entre 5 e 17 de julho

Considerações Finais

À semelhança do que aconteceu noutros países, o movimento de protesto da SlutWalk Portugal, em 2011 e 2012, esteve presente on e offline, embora a sua afirmação na Internet ficasse praticamente restringida ao Facebook e ao website do evento. A mobilização incluiu organizações feministas, coletivos informais e indivíduos que se juntaram à causa, criando uma noção de comunidade muito mais abrangente que a sua dinâmica física/presencial. Porém, a comunicação na rede poderá não significar comunicação em rede.

A evolução na forma como ativistas interagiram nas SNS alterou-se entre 2011 e 2015. Inicialmente, as redes sociais online serviam para fazer o acompanhamento de informação disponibilizada no site e constituíam um espaço de diálogo para estratégias de cooperação internas. Em 2015, as SNS funcionavam como um agregador de informação para a base de utilizadores, relegando a presença do website.

Os modelos de difusão de inovações assentes nos postulados originais de Rogers (1995), geralmente implementados a processos ou produtos de índole comercial (bens tangíveis), revelaram algumas dificuldades de operacionalização quando se depararam com bens intangíveis, tais como ideias, ações de protesto e coletivos informais. Ao invés de centrar a análise no produto, o foco transitou para os agentes de transmissão e o seu papel na propagação da ideia (Barnett et al., 2011).

A SlutWalk Portugal, tendo um grupo fechado ou página aberta, revelou uma dificuldade em disseminar a ideia e o evento SlutWalk para novas redes de indivíduos, particularmente para fora das redes dos seus próprios elementos. Com a continuação deste movimento em Portugal, com uma ação prevista para 2016¹⁰¹, no Porto, pretende-se perceber como as estratégias de difusão de informação estão a ser mantidas e qual a articulação que vão mantendo com o movimento internacional.

Referências

Anduiza, E., Cristancho, C., & Sabucedo, J. M. (2014). Mobilization through online social networks: the political protest of the indignados in Spain. *Information, Communication & Society*, 17(6), 750-764. <http://doi.org/10.1080/1369118X.2013.808360>

Arendt, H. (1986). *The human condition*, Chicago, Chicago University Press.

Babo-Lança, I. (2006). *A configuração dos acontecimentos públicos. O caso República e as manifestações nos Açores em 1975*, Coimbra, Minerva.

Bakshy, E., Karrer, B., & Adamic, L. a. (2009). Social Influence and the Diffusion of User Created Content. *Electronic Commerce*, 325-334. <http://doi.org/10.1145/1566374.1566421>

Barker, K. (2004). Diffusion of Innovations: A World Tour. *Journal of Health Communication*, 9, 131-137. <http://doi.org/10.1080/10810730490271584>

Barnett, J., Vasileiou, K., Djemil, F., Brooks, L., & Young, T. (2011). Understanding innovators' experiences of barriers and facilitators in implementation and diffusion of healthcare service innovations: a qualitative study. *BMC Health Services Research*, 11(1), 342. <http://doi.org/10.1186/1472-6963-11-342>

Butler, J. (1997). *Excitable Speech: A Politics of the Performative*. London and New York: Routledge.

Carr, J. (2013). The Slut Walk Movement: A Study in Transnational Feminist Activism. *Journal Of Feminist Scholarship*, 4(1), 24-38.

Centola, D. (2015). The Social Origins of Networks and Diffusion. *American Journal of Sociology*, 120(5), 1295-1338. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/10.1086/681275>

Centola, D., & Baronchelli, A. (2015). The spontaneous emergence of conventions: An experimental study of cultural evolution. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 112(7), 1989-1994. <http://doi.org/10.1073/pnas.1418838112>

Centola, D., & Macy, M. (2015). Complex Contagions and the Weakness of Long Ties. *American Journal of Sociology*, 113(3), 702-734. <http://doi.org/10.1086/521238>

Cerqueira, C. (2015). As estratégias de comunicação das ONGs de cidadania, igualdade de género e/ou feministas: interconexões entre media mainstream e media sociais . In Gisela Gonçalves & Flavi Lisboa (eds.) coleção “Relações Públicas e comunicação organizacional – Dos fundamentos às práticas, Covilhã: Labcom, 45-62. http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20150430-2015_09_novos_media_novos_publicos.pdf

Cole, W. D. (2011). An Information Diffusion Approach for Detecting Emotional Contagion in Online Social Networks. Arizona State University. Retrieved from http://repository.asu.edu/attachments/57022/content/Cole_asu_0010N_10862.pdf

Dow, B.J. & Wood, J.T. (2014). Repeating History and Learning from it: What can SlutWalks Teach Us about feminism?. *Women's Studies in Communication* , 37(1), 22-43.

Dunbar, R. I. M. (2004). Gossip in evolutionary perspective. *Review of General Psychology*, 8(2), 100-110. <http://doi.org/10.1037/1089-2680.8.2.100>

Esteves, J. P. (2007). Os novos media na perspectiva da democracia deliberativa: sobre redes e tecnologias de informação e comunicação, In: Pires, E. B. (org.), *Espaços públicos, poder e comunicação*, Porto: Edições Afrontamento, 209-224.

Francisco, S. P. (2011). Downloads de Música, Blogs e Juventude: Guerrilha Cultural ou Crime? *Configurações*, 8, 125-138.

Frank, L., & Heikkila, J. (2001). Diffusion models in analysing emerging technology-based services. *Towards the E-Society: E-Commerce, E-Business, and E-Government*, 74, 657-668. Retrieved from <Go to ISI>://WOS:000178071200048

Fraser, N. (1990). *Rethinking Public Spheres: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy*.

Genz, S., & Brabon, B. (2009). *Postfeminism: Cultural texts and theories*. Edinburgh, Scotland: Edinburgh University Press.

Gomes, C., & Sorj, B. (2014). Corpo, geração e identidade: a Marcha das vadias no Brasil. *Revista Sociedade E Estado*, 29(2), 433-447.

Granovetter, M. (1983). The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revisited. *Sociological Theory*, 1(1983), 201-233. <http://doi.org/10.2307/202051>

Granovetter, M. (1992). Economic Institutions as Social Constructions: A Framework for Analysis. *Acta Sociologica*, 35(1), 3-11. <http://doi.org/10.1177/000169939203500101>

Greenwald, H. (2008). Let' s Get Organized! In H. Greenwald (Ed.), *Organization: Management Without Control* (pp. 393-395). Thousand Oaks, CA, USA: SAGE Publications.

Gusfield J. R. (1981). *The Culture of Public Problems. Drinking, Driving and the Symbolic Order*. Chicago: The University of Chicago Press.

Haraway, D. (1988/1991) 'Situated knowledges: The Science Question in Feminism and the Privilege of Partial Perspective' in Haraway, Donna (org.) *Symians, Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature*. Nova Iorque: Routledge, 183-202.

Henning, C. H. C. a., Zarnekow, N., Hedtrich, J., Stark, S., Türk, K., & Laudes, M. (2014). Identification of Direct and Indirect Social Network Effects in the Pathophysiology of Insulin Resistance in Obese Human Subjects. *PLoS ONE*, 9(4), e93860. <http://doi.org/10.1371/journal.pone.0093860>

Ho, S. S., Chen, V. H.-H., & Sim, C. C. (2013). The spiral of silence: examining how cultural predispositions, news attention, and opinion congruency relate to opinion expression. *Asian Journal of Communication*, 23(2), 113-134. <http://doi.org/10.1080/01292986.2012.725178>

Kramer, A. D. I., Guillory, J. E., & Hancock, J. T. (2014). Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(24), 8788-8790. <http://doi.org/10.1073/pnas.1320040111>

Lee, N. Y., & Kim, Y. (2014). The spiral of silence and journalists' outspokenness on Twitter. *Asian Journal of Communication*, 24(February 2015), 262-278. <http://doi.org/10.1080/01292986.2014.885536>

Lin, C. A., & Salwen, M. B. (1997). Predicting the spiral of silence on a controversial public issue. *Howard Journal of Communications*, 8(1), 129-141. <http://doi.org/10.1080/10646179709361747>

Lin, H.W., & Lin, Y.-L. (2014). Digital educational game value hierarchy from a learners' perspective. *Computers in Human Behavior*, 30, 1-12. <http://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.034>

- Loureiro, L. (2011). *O Ecrã da Identificação*. Universidade do Minho.
- Lussier, J. T., Raeder, T., & Chawla, N. V. (2010). User Generated Content Consumption and Social Networking in Knowledge-Sharing OSNs. *Proceedings of the Third International Conference on Social Computing, Behavioral Modeling, and PRediction*, 6007 LNCS, 228–237. http://doi.org/10.1007/978-3-642-12079-4_29
- Madriz, E. (1997). *Nothing bad happens to good girls. Fear of crime in women's lives*. California: University of California Press.
- Marktest Consulting (2011), *Os Portugueses e as Redes Sociais*, Lisboa, Marktest
- Marktest, Grupo (2014). *Os Portugueses e as Redes Sociais 2014*, Lisboa, Marktest
- McNicol, L. M. (2012) “SlutWalk is ‘kind of like feminism’”: A critical reading of Canadian mainstream news coverage of SlutWalk, Graduate Thesis for Program in the School of Kinesiology and Health Studies in conformity with the requirements for the Degree of Master of Arts, Ontario, Canada.
- Mendes, K. (2015). *SlutWalk: Feminism, Activism and Media*. Nova Iorque. Palgrave MacMillan.
- Motohashi, K., Lee, D.-R., Sawng, Y.-W., & Kim, S.-H. (2012). Innovative converged service and its adoption, use and diffusion: a holistic approach to diffusion of innovations, combining adoption-diffusion and use-diffusion paradigms. *Journal of Business Economics and Management*, 13(2), 308–333. <http://doi.org/10.3846/16111699.2011.620147>
- Name, L. & Zanetti, J. *Meu corpo, minhas redes: a Marcha das Vadias do Rio de Janeiro*. Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional, 15, 2013. Recife. Anais... Recife: ANPUR, 2013.
- Obercom (2014) *A Internet em Portugal: Sociedade em rede 2014*. Lisboa, Publicações Obercom.
- Oh, J., Susarla, A., & Tan, Y. (2008). Examining the diffusion of user-generated content in online social networks. *Information Systems*, 1–39. Retrieved from <http://ssrn.com/abstract=1182631>
- Oliveira, A. (2013), “O assédio sexual nos espaços públicos”, comunicação apresentada na/o Coimbra C. Dialogar com os Tempos e os Lugares do(s) Mundo(s), Faculdade de Economia, Universidade de Coimbra, 06 a 07 de Dezembro.
- Popper, K. R. (1966). *The Open Society and its Enemies*. New Jersey: Princeton University Press.

Rheingold, H. (2007). *The Virtual Community*. New York, MIT Press. <http://doi.org/http://www.rheingold.com/vc/book/>

Rheingold, H. (2002). *Smart Mobs*. Cambridge: Perseus Publishing. <http://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Rieder, B. (2013). Studying Facebook via Data Extraction: The Netvizz Application. *Proceedings of WebSci '13, the 5th Annual ACM Web Science Conference*, 346-355. <http://doi.org/10.1145/2464464.2464475>

Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of innovations*. New York Free Press. <http://doi.org/citeulike-article-id:126680>

Rogers, E. M., & Bhowmik, D. K. (1970). Homophily-Heterophily: Relational Concepts for Communication Research. *Public Opinion Quarterly*, 34(4), 523. <http://doi.org/10.1086/267838>

Rosnay, J. De. (2000). *The symbiotic man. ... of the Organization of Life and a Vision of the Future.* Retrieved from <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:The+Symbiotic+Man#1>

Salah, A.A., Manovich, L., Salah, A.A., Chow, J. (2013). Social Ties and User-Generated Content: Evidence from an Online Social Network. *Journal of Broadcasting and Media*, 57(3), 409-426. <http://doi.org/10.1080/08838151.2013.816710>

Sen, A. F. (2012). *The Social Media as a Public Sphere: The Rise of Social Opposition*. In *International Conference on Communication, Media, Technology and Design* (pp. 490-494). Retrieved from <http://www.cmdconf.net/2012/makale/92.pdf>

Shriver, S. K., Nair, H. S., & Hofstetter, R. (2013). Social Ties and User-Generated Content: Evidence from an Online Social Network. *Management Science*, 59(6), 1425-1443. <http://doi.org/DOI 10.1287/mnsc.1110.1648>

Soeiro, J. (2014). *Da Geração à Rasca ao Que se Lixe a Troika: Portugal no novo ciclo internacional de protesto*. *Revista Da Faculdade de Letras Da Universidade Do Porto*, XXVIII, 55-79.

Srivastava, J., & Moreland, J. J. (2012). Diffusion of Innovations: Communication Evolution and Influences. *The Communication Review*, 15(4), 294-312. <http://doi.org/10.1080/10714421.2012.728420>

Susarla, A., Oh, J., & Tan, Y. (2010). *Word of Mouth Dynamics in Online Social Networks: Investigating Social Influence Cascades on YouTube*. *Misrc.Umn.Edu*. Retrieved from <http://misrc.umn.edu/wise/papers/pi-6.pdf>

Tomazetti, T. & Brignol. L. (2015). O feminismo contemporâneo a (re)configuração de um terreno comunicativo para as políticas de gênero na era digital, 10º Encontro Nacional de História da Mídia, 2015. <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/100-encontro-2015/historia-da-midia-digital/o-feminismo-contemporaneo-a-re-configuracao-de-um-terreno-comunicativo-para-as-politicas-de-genero-na-era-digital/view>

Popper, K. R. (1966). *The Open Society and its Enemies*. New Jersey: Princeton University Press.

Touraine, A. (1977). *The Self-Production of Society*. Chicago: University of Chicago.

Touraine, A. (2007). *New Paradigm for Understanding Today's World*. London: Polity Press.

Ureta, A. (2005). La Red al servicio de las mujeres. Aproximación a la relación mujer y medios de comunicación en Internet. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, (11), 375- 392.

Vallenti, J. (2011). SlutWalks and the future of feminism. *Washington Post* online. Disponível em: http://www.washingtonpost.com/opinions/slutwalks-and-the-future-of-feminism/2011/06/01/AGjB9LIH_story.html. Acesso em: 13 Ago. 2014.

Valtýsson, B. (2012). Facebook as a Digital Public Sphere: Processes of Colonization and Emancipation. *Triple C Cognition, Communication, Co-Operation*, 10(1), 77-91.

Vanderslice, S. (2000). Listening to Everett Rogers: Diffusion of Innovations and WAC. *Communication*, 4(1), 22-29.

Vromen, A. (2015). Campaign Entrepreneurs in Online Collective Action: GetUp! in Australia. *Social Movement Studies*, 14(2), 195-213. <http://doi.org/10.1080/14742837.2014.923755>

Vromen, A., Xenos, M. A., & Loader, B. (2015). Young people, social media and connective action: from organisational maintenance to everyday political talk. *Journal of Youth Studies*, 18(1), 80-100. <http://doi.org/10.1080/13676261.2014.933198>

Waite, C., & Bourke, L. (2013). Using the cyborg to re-think young people's uses of Facebook. *Journal of Sociology*, 0(0), 1-16. <http://doi.org/10.1177/1440783313505007>

Young, G., & Whitty, M. T. (2010). Games without frontiers: On the moral and psychological implications of violating taboos within multi-player virtual spaces. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1228-1236. <http://doi.org/10.1016/j.chb.2010.03.023>

Zhao, C., Liu, Z., & Wang, I. (2007). On the Standardization of Semantic Web Network Monitoring Operations. *International Federation for Information Processing*, 252, 34-40.

Zuo, X., Blackburn, J., Kourtellis, N., Skvoretz, J., & Iamnitchi, A. (2014). The power of indirect social ties. Retrieved from <http://arxiv.org/abs/1401.4234>