

Intersecções entre a comunicação popular e o feminismo: o caso da Marcha Mundial das Mulheres (MMM) no Brasil

Fabiana de Oliveira Benedito¹

Márcia Maria Tait Lima²

Resumo

Este trabalho apresenta pontos de convergência entre a comunicação popular e o feminismo, a partir do caso da Marcha Mundial das Mulheres (MMM) no Brasil. Desde 2013, a MMM possui um Coletivo de Comunicadoras que atua como um multiplicador de processos comunicativos que acontecem nos 20 estados onde o movimento está organizado no país. Com reflexões e práticas, o grupo questiona a ideia de um sujeito competente (CHAUI, 2017), que é reforçada diariamente pelos meios de comunicação hegemônicos, e busca visibilizar histórias, saberes e ações das mulheres organizadas na luta feminista. Ao privilegiar a dimensão processual da comunicação, com o objetivo de contribuir para a emancipação das mulheres, o movimento e o coletivo promovem um encontro profícuo entre a comunicação popular e o feminismo. As análises apresentadas neste trabalho foram elaboradas a partir de uma pesquisa militante realizada entre 2018 e 2021, para a qual foram feitas pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e entrevistas.

Palavras-chave: Comunicação popular; Feminismo; Marcha Mundial das Mulheres.

Abstract

This article presents convergence points between popular communication and feminism, based on the case of the World March of Women (WMW) in Brazil. Since 2013, the WMW has a Collective of Women Communicators, which acts as a multiplier of communication processes that take place in 20 states where the movement is organized in the country. Through reflections and practices, the group contest the idea of a competent subject (CHAUI, 2017), which is daily reinforced by the hegemonic media, and seeks to make visible the histories, knowledge, and actions of women organized in the feminist struggle. By privileging the procedural dimension of communication, aiming to contribute to the emancipation of women, the movement and the collective promotes a fruitful encounter between popular communication and feminism. The analyses presented in this article were developed from militant research carried out between 2018 and 2021, for which were conducted bibliographical research, documentary research and interviews.

Keywords: Popular communication; Feminism; World March of Women.

¹ Doutoranda em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Mestra em Divulgação Científica e Cultural pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Graduada em Jornalismo pela PUC-Campinas.

² Pós-doutora, doutora e mestra em Política Científica e Tecnológica pela Unicamp e pós-doutora em filosofia pela Universidade de São Paulo (USP). Professora e pesquisadora do Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo (LabJor), da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Graduada em Jornalismo pela Universidade Estadual Paulista (Unesp).



Introdução

Neste trabalho, são estabelecidos pontos de convergência entre a comunicação popular e o feminismo a partir do caso da Marcha Mundial das Mulheres (MMM) no Brasil. Partimos da hipótese de que, além do compromisso com a emancipação, há outros importantes encontros entre os dois projetos políticos.

Desde 2013, a MMM possui um Coletivo de Comunicadoras, cujas participantes estão espalhadas por diferentes estados do país. O grupo atua como um multiplicador dos processos que acontecem nos territórios, na atuação local do movimento, e se junta a outros movimentos sociais e populares na construção de diversos processos comunicativos, em mobilizações nacionais e internacionais das quais a Marcha participa.

As reflexões apresentadas a seguir são uma parte dos resultados obtidos a partir de uma pesquisa militante (JAUMONT e VARELLA, 2016) realizada entre 2018 e 2021, cuja íntegra está publicada na dissertação *A comunicação popular e feminista da Marcha Mundial das Mulheres (MMM) como uma experiência do Comum* (2021), produzida por Fabiana de Oliveira Benedito, sob a orientação de Márcia Maria Tait Lima.

Ao impulsionar uma “passagem do silêncio à palavra” (PERROT, 2007, p. 12) sobre as experiências das mulheres organizadas na luta feminista, a comunicação da Marcha Mundial das Mulheres também aporta para o debate sobre a comunicação popular, cuja origem está marcada pela atuação dos movimentos sociais e populares na década de 1980. Frente à censura e à carestia, as organizações comprometidas com as lutas populares passaram a construir suas comunicações com o objetivo de contribuir para a conscientização da classe trabalhadora a partir da análise crítica da comunicação hegemônica.

Ao complexificar – a partir da intersecção entre gênero, raça e classe – o questionamento sobre “quem pode falar”, que é fundamental nas elaborações críticas sobre a comunicação tradicional, o feminismo promove um encontro potente entre a comunicação popular e a luta das mulheres pelo desmantelamento do modelo econômico vigente, que é simultaneamente capitalista, patriarcal e racista. Nesse sentido, defendemos que o caso da Marcha Mundial das Mulheres e do seu Coletivo de Comunicadoras é uma amostra privilegiada desse encontro.



A Marcha Mundial das Mulheres

Em 2020, a Marcha Mundial das Mulheres promoveu sua 5ª Ação Internacional, com o lema “Resistimos para viver! Marchamos para transformar!”. Nas cinco regiões onde o movimento está organizado (África, Américas, Ásia/Oceania, Europa e Oriente Médio/África do Norte), houve mobilizações desde o lançamento da ação, no dia 8 de março (Dia Internacional de Luta das Mulheres), até o seu encerramento, no dia 17 de outubro (Dia Internacional de Luta Contra a Pobreza)³. As reivindicações estavam pautadas na luta contra o avanço da extrema direita e o consequente fortalecimento do conservadorismo e do neoliberalismo.

Foi em 2020 também que a Marcha completou 20 anos como um movimento permanente. Em 2000, feministas do mundo todo articularam uma campanha global contra a pobreza e a violência patriarcal, uma Marcha Mundial das Mulheres, que teve início no dia 8 de março e se encerrou no dia 17 de outubro, tal qual a 5ª Ação Internacional do movimento⁴. Desde o ano 2000, as ações internacionais da organização são realizadas de quatro em quatro anos.

A campanha para a construção da marcha do ano 2000 começou a ser articulada por iniciativa de militantes feministas do Quebec. Em 1995, elas haviam juntado 850 mulheres e percorrido 200 quilômetros, reivindicando “Pão e Rosas” – simbolicamente – em uma crítica ao sistema capitalista que produz a fome e naturaliza a violência sexista.

Incentivadas pelo sucesso da mobilização, que alcançou objetivos como a conquista de mais direitos para as imigrantes, medidas de apoio à economia solidária e reajustes no salário-mínimo, elas resolveram entrar em contato com feministas de outros países para construir uma campanha global⁵.

No Brasil, as primeiras a se envolver foram as mulheres organizadas em entidades como a Comissão Nacional da Mulher Trabalhadora, da Central Única dos Trabalhadores (CUT), que vislumbraram essa articulação como uma possibilidade de

³ Outras informações sobre a ação estão disponíveis no site internacional da MMM. **Disponível em:** <<https://marchemondiale.org/index.php/5a-accion-internacional-8-de-marzo-17-de-octubre-2020/?lang=es>>. **Acesso em:** 26 maio 2022.

⁴ A história das ações internacionais está disponível no site nacional da MMM. **Disponível em:** <<https://www.marchamundialdasmulheres.org.br/acoes-internacionais/>>. **Acesso em:** 26 maio 2022.

⁵ *Nossa história*. **Disponível em:** <<https://www.marchamundialdasmulheres.org.br/a-marcha/nossa-historia/>>. **Acesso em:** 26 maio 2022.

incidir na conjuntura política nacional. A articulação internacional também poderia ser um meio para atuar na disputa de um movimento feminista que, desde a década de 1990, passava por um processo de institucionalização (FARIA, 2012, p. 294).

Desde o primeiro encontro de organização da campanha, realizado em 1998, no Quebec, as brasileiras estiveram presentes. A partir dessa organização coletiva e internacional, as mulheres prepararam uma plataforma política com 17 pontos contra a violência e a pobreza, a fim de coletar assinaturas nos países organizadores da campanha e, posteriormente, entregá-la na Organização das Nações Unidas, no Banco Mundial e no Fundo Monetário Internacional no dia 17 de outubro do ano 2000.

A intenção foi concretizada, e, em outubro do ano 2000, o documento foi entregue em Nova Iorque com mais de cinco milhões de assinaturas. No mesmo dia, aconteceram atos, pautados pelas reivindicações políticas que marcaram toda a campanha, em 40 países diferentes (REYNALDO, 2016).

De acordo com a MMM, a “(...) plataforma de 17 pontos expressava uma crítica à globalização neoliberal num marco em que o debate hegemônico focava no alívio da pobreza” (MMM, 2015, p. 16). Além disso, elas articularam pautas históricas do feminismo – como a luta pela autonomia sobre os próprios corpos – com uma elaboração sobre como o capitalismo e o patriarcado se constituem mutuamente (*ibidem*).

No Brasil, a primeira reunião nacional de organização da marcha aconteceu em outubro de 1999. Foi nessa ocasião que as mulheres da Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura (CONTAG) propuseram que a primeira Marcha das Margaridas (a maior mobilização de trabalhadoras rurais da América Latina) fosse realizada em agosto do ano 2000, aderindo à Marcha Mundial das Mulheres, que ainda era uma campanha.

A proposta foi aceita e concretizada, e a primeira edição da Marcha das Margaridas reuniu 20 mil pessoas em Brasília (DF), em uma manifestação de mulheres do campo, da cidade, das florestas e das águas. Desde então, novas edições foram realizadas nos anos de 2003, 2007, 2011, 2015 e 2019.

A partir da experiência exitosa de mobilização internacional, as organizadoras da campanha global propuseram que a Marcha Mundial das Mulheres passasse a ser construída como um movimento permanente. Foi o que aconteceu, e, desde então, o



movimento está organizado em várias partes do mundo. Atualmente, a Marcha está presente em cerca de 60 países e territórios⁶. Nacionalmente, a MMM está presente em 20 estados.

A atuação da Marcha está organizada a partir de quatro campos de ação:

- 1) Autonomia econômica das mulheres;
- 2) Bem comum e serviços públicos;
- 3) Paz e desmilitarização;
- 4) Fim da violência contra as mulheres.

Uma dimensão de destaque da atuação da organização é que ela se dá em aliança com outros movimentos sociais e populares, nacional e internacionalmente. Nesse sentido, a comunicação popular e feminista está inscrita em um conjunto de resistências e alternativas criadas e impulsionadas por essa diversidade de movimentos.

O Coletivo de Comunicadoras da Marcha Mundial das Mulheres

Retratar a diversidade do movimento, formar comunicadoras populares, construir comunicação em convergência com movimentos sociais aliados, priorizar as tecnologias livres e “integrar redes, ruas e roçados” estão entre os objetivos da atuação do Coletivo de Comunicadoras da Marcha Mundial das Mulheres, conforme afirmam as militantes no blog⁷ participativo da organização.

Esses princípios e objetivos marcaram a própria criação do coletivo, que aconteceu em agosto de 2013. Foi a partir da experiência de Convergência de Comunicação dos Movimentos Sociais, articulada para o 9º Encontro Internacional da Marcha Mundial das Mulheres, realizado em agosto de 2013, em São Paulo (capital), que as militantes do movimento tomaram a decisão política de criar um coletivo de comunicação.

A convergência foi composta pela MMM, Coletivo Catarse, Via Campesina, *Radio Mundo Real*, TV da Aliança Bolivariana para os Povos da Nossa América (ALBA) e a

⁶ *Coordinadores nacionales y contactos regionales. Disponível em: <<https://marchemondiale.org/index.php/quienes-somos/national-coordinating-bodies-and-regional-contacts/?lang=es>>. Acesso em: 26 maio 2022.*

⁷ Blog da Marcha Mundial das Mulheres. Disponível em: <<https://marchamulheres.wordpress.com/>>. Acesso em: 26 maio 2022.

Agencia Latinoamericana de Información (ALAI). A articulação foi organizada para fazer a cobertura colaborativa do encontro, pautada na crítica à comunicação hegemônica, que frequentemente invisibiliza ou distorce informações sobre os movimentos sociais.

Sabemos que a grande mídia não divulga nossas ações e pautas, pois é sexista, machista e legitimadora do modelo econômico vigente. O 9º Encontro Internacional da MMM foi um espaço em que pudemos construir convergências para produzir de maneira autônoma conteúdos feministas, como fotos, vídeos, textos, programas de rádios e boletins, que deram conta da riqueza de debates e intercâmbios realizados ali. (MMM, 2015, p. 72).

Nesse encontro, impulsionadas pelo intercâmbio de experiências com outros movimentos, as militantes da Marcha decidiram que a comunicação da MMM seria permanentemente construída de modo colaborativo, por meio de um coletivo. Depois disso, entre os dias 14 e 17 de fevereiro de 2014, as comunicadoras conseguiram se reunir em uma oficina⁸ em São Paulo (SP), que foi o primeiro momento de formação do grupo.

Na ocasião, as mulheres discutiram as intersecções entre o feminismo e a comunicação; as experiências comunicativas anteriores à formação do coletivo; as tecnologias livres; a linguagem, os formatos e as ferramentas; a comunicação digital; entre outros temas. De acordo com um relatório da oficina (COLETIVO DE COMUNICADORAS, 2014a), ela teve início com discussões sobre duas questões-chaves, que seguem sendo fundamentais para as reflexões e as práticas do grupo: “quais são as críticas que o feminismo apresenta sobre a comunicação?” e “o que é uma comunicação feminista?”.

Em relação ao aprendizado permanente com outras organizações populares, também é possível destacar a participação⁹ na Cúpula dos Povos, um evento paralelo e crítico à Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, popularmente conhecida como Rio+20, que aconteceu em 2012 na capital fluminense. A participação na comunicação colaborativa da Cúpula dos Povos foi um marco para a comunicação da Marcha, visto que “(...) as militantes se deram conta, com o incentivo

⁸ *Coletivo de Comunicadoras debate comunicação feminista*. Disponível em: <<https://marchamulheres.wordpress.com/2014/02/15/coletivo-de-comunicadoras-debate-comunicacao-feminista/>>. Acesso em: 29 maio 2022.

⁹ *Mulheres abrem jornada de mobilizações da Cúpula dos Povos na Rio+20*. Disponível em: <<https://www.sof.org.br/mulheres-abrem-jornada-de-mobilizacoes-da-cupula-dos-povos-na-rio20/>>. Acesso em: 29 maio 2022.

de outros movimentos sociais e populares da América Latina, de que já faziam comunicação” (BENEDITO, 2021, p. 65). Nesse sentido, a convergência foi uma inspiração e um incentivo para a experiência da MMM, que, no ano seguinte, criaria o seu próprio coletivo.

Em uma linha do tempo do grupo, diversos momentos de convergência são destacados (*idem*): o III Encontro Nacional de Agroecologia, realizado em 2014, para o qual o Coletivo de Comunicadoras da MMM elaborou um material com dez estratégias para uma cobertura colaborativa feminista (COLETIVO DE COMUNICADORAS DA MMM, 2014b); as Marchas das Margaridas; o Encontro da Jornada Continental pela Democracia e contra o Neoliberalismo, que aconteceu em 2017, no Uruguai; o Encontro de Solidariedade, contra o Neoliberalismo e pela Democracia, realizado em 2019, em Cuba; entre outros.

As alianças com outros movimentos fazem parte da estratégia política da Marcha Mundial das Mulheres. Nesse sentido, a comunicação se soma a diversos campos de ação. Os momentos de convergência comunicativa e de cobertura colaborativa de grandes mobilizações contribuem para a reafirmação dos princípios e da identidade política do grupo, bem como para o aprendizado e a atualização das práticas que são promovidas cotidianamente.

O grupo é composto por militantes que estão em diversas frentes de ação do movimento. Conforme destacam no blog, “algumas são especialistas no assunto, outras não”¹⁰. São mulheres que trabalham para multiplicar os processos comunicativos que acontecem nos estados onde a MMM está organizada. Processos que se dão “nas ruas, redes e roçados”, como afirma um *slogan* criado pela Marcha para sintetizar “o esforço de conectar as resistências protagonizadas pelas mulheres no enfrentamento à desigualdade, em diferentes territórios e espaços” (BENEDITO, 2021, p. 70).

A comunicação popular

Em diversos dos seus escritos, Paulo Freire discute a dialogicidade e a comunicação como práticas transformadoras, contrárias aos silenciamentos. Em *Educação como Prática de Liberdade* (1978), o educador fala sobre o mutismo das

¹⁰ Coletivo de Comunicadoras. Disponível em: <<https://marchamulheres.wordpress.com/coletivo-de-comunicadoras-da-mmm/>>. Acesso em: 26 maio 2022.



peças comuns na sociedade brasileira, causado pela inexperiência democrática do país, um legado da colonização e da escravatura. Em outros textos, Freire também aborda a cultura do silêncio e defende que nela “(...) existir é apenas viver. O corpo segue ordens de cima. Pensar é difícil; dizer a palavra, proibido” (FREIRE, 2011, p. 69).

Na mesma direção, em *Extensão ou comunicação?* (1983), ele discute o sentido político da atividade do agrônomo educador, tecendo sua crítica à antialogicidade. Na obra, o autor elenca possíveis significações e ideias associadas à palavra extensão, cujo uso recorrente, em sua visão, carrega uma ideia de superioridade de quem estende algo aos outros, inferioridade de quem recebe o que foi ofertado e um certo messianismo nessa entrega.

Assim, a ideia de extensão invalidaria as pessoas que figuram como receptoras nessa relação como agentes de transformação e possuidoras de conhecimentos autênticos. No mesmo sentido, a comunicação hegemônica poderia ser interpretada como antialógica, visto que pressupõe receptores acríticos e é proporcionada pela monopolização da propriedade e da palavra. Na lógica freiriana, os meios hegemônicos são incomunicativos, já que a comunicação “(...) implica numa reciprocidade que não pode ser rompida” (1983, p. 45).

Somando-se a Freire, Mario Kaplún (1985) aponta o caráter incomunicativo da comunicação hegemônica ao identificar duas formas diferentes de compreender o termo comunicação. Uma se refere ao ato de meramente transmitir e emitir mensagens, e outra está centrada no diálogo e na reciprocidade. A partir dessa diferenciação, os meios de comunicação de massa poderiam ser vistos como meios de difusão, já que apenas transmitem comunicados, e não como possibilitadores do ato de se comunicar e, portanto, de estabelecer diálogos.

Essa ausência de dialogicidade atenta contra direitos democráticos, de acordo com Marilena Chauí (2017), entre os quais está o direito à palavra. A negação do direito à palavra está materializada na concentração dos meios de comunicação e também é amparada pelo discurso da competência.

O discurso da competência determina quem tem o direito de falar e a quem cabe apenas o papel de ouvir. “Numa palavra, a ideologia da competência institui a divisão social entre os competentes, que sabem e por isso mandam, e os incompetentes, que não sabem e por isso obedecem” (CHAUI, 2017, p. 23). De acordo com a filósofa, os



meios de comunicação, altamente concentrados, cultivam diariamente a figura do sujeito competente.

Diante disso, cabe perguntar: quem seria o sujeito competente? A crítica à comunicação hegemônica aponta que os supostos fatos veiculados pelos meios de comunicação de massa são perspectivas sobre a realidade que são forjadas como “a verdade” sobre os fatos. Essas perspectivas, falseadas como únicas, têm sido, historicamente, manifestações dos pontos de vista das elites, principalmente dos homens brancos e ricos. Assim, há um mutismo imposto para as pessoas comuns, as trabalhadoras e os trabalhadores, mas em especial para as mulheres e pessoas negras (BENEDITO, 2021).

O questionamento sobre quem pode falar, sobre o que se fala e para quem é possível falar está no centro das práticas e das reflexões da comunicação popular. Trata-se de uma proposta comunicativa que parte da crítica à exclusão das pessoas comuns do debate democrático e à lógica “bancária” da comunicação hegemônica.

Em *El Comunicador Popular* (1985), Kaplún estabelece uma distinção entre três tipos de comunicação e de educação: bancária, que se atenta apenas aos conteúdos; dirigista, que coloca ênfase nos efeitos; e libertadora, que valoriza sobretudo a dimensão processual das práticas comunicativas e educativas.

Assim, a comunicação popular se estabelece como um contraponto à difusão e à extensão. Trata-se de um processo que, tal qual a educação libertadora, opõe-se à lógica das invasões culturais e às demais práticas antidialógicas. Na direção contrária, privilegia a ação coletiva e a dimensão processual da comunicação.

A comunicação popular, como uma aposta política, surge no bojo da atuação dos movimentos sociais e populares, principalmente a partir da década de 1980. Ela é assumida pelos movimentos como uma tarefa que está relacionada com a necessidade de conscientizar a classe trabalhadora, articulando mobilização, educação popular e comunicação.

Nesse sentido, ao recuperar a história da comunicação popular no Brasil, o caso do Movimento do Custo de Vida (MCV), que teve início nos Clubes de Mães da Zona Sul de São Paulo (SP), é um exemplo privilegiado, de acordo com Regina Festa (1986). O movimento fez pesquisas sobre os impactos da carestia na vida da população moradora



das periferias, abaixo-assinado, músicas, cadernos de estudo e diversos materiais de denúncia da conjuntura vivenciada no país.

Festa sintetizou essa mobilização política como um impulso no sentido da perda do medo, visto que, no início da década de 1980, o Brasil ainda estava sob o regime militar e a ameaça da censura era permanente. Na ação conjunta das trabalhadoras e dos trabalhadores, “(...) as pessoas descobriram ou reconquistaram o direito à palavra e à reflexão” (p. 20).

A reflexividade é uma dimensão fundamental da comunicação popular. Para Kaplún (1998 *apud* PERUZZO, 2011), os processos de comunicação participativos são práticas dialógicas e educativas, de modo que as construções comunicativas populares são instrumentos da educação popular e possuem acentuado caráter processual. Conforme destaca Cicilia Peruzzo (2011, p. 84), “não se trata apenas de criar meios ou canais de comunicação, mas sim de inseri-los como facilitadores de processos de mobilização social (...)”.

Na prática, a comunicação popular se concretiza nas experiências comunicativas de setores marginalizados na sociedade que reivindicam justiça social e constroem uma nova cultura política a partir dos processos participativos, incluindo os processos comunicativos. Suas práticas cotidianas vão sendo atualizadas e reconstruídas na atuação dos movimentos sociais e populares, mantendo vivo o compromisso de romper com o discurso da competência e com o mutismo imposto ao povo brasileiro.

Intersecções entre a comunicação popular e o feminismo: o caso da MMM

“Popular e feminista” são dois qualificadores utilizados pelas militantes da Marcha Mundial das Mulheres para apresentar a comunicação do movimento. Tais termos não são mera soma de palavras, tampouco apenas a indicação de que se trata de um processo comunicativo que é construído por mulheres. As palavras, além disso, anunciam o sentido político da existência do Coletivo de Comunicadoras, que é o compromisso com a emancipação das mulheres (BENEDITO, 2021).

Para a Marcha, a comunicação é um processo cujo caráter pedagógico é fundamental. É a partir desse processo que as mulheres tornam visíveis saberes e lutas que são ignoradas e/ou distorcidas principalmente pelos meios de comunicação hegemônicos. Ao verem suas histórias registradas, as militantes vão construindo, a



partir da comunicação (mas não somente), sua identidade com o movimento e com a luta feminista.

Vistos como exercícios pedagógicos, os processos comunicativos não servem apenas como um instrumento para a divulgação da atuação do movimento. Eles são parte constitutiva da atuação da organização, compondo sua estratégia política. Embora não se restrinja a esse objetivo, a divulgação das ações do movimento também é uma tarefa do coletivo frente ao apagamento promovido pelos meios de comunicação hegemônicos (MMM, 2015, p. 71).

Dada a alta concentração dos meios de comunicação, nos níveis internacional, nacional e local, os conglomerados de comunicação têm grande poder na construção das narrativas sobre variados aspectos da realidade, como a economia, a política, o meio ambiente etc. Não são raras as vezes que os meios de comunicação de massa atuam propagando o conservadorismo e justificando as políticas econômicas que penalizam as trabalhadoras e os trabalhadores (MARTINS, 2020).

Além disso, há uma invisibilização das mulheres e das pessoas negras como detentoras de conhecimentos sobre assuntos como relações internacionais, economia, política etc. Nas notícias televisivas, por exemplo, é mais comum que os homens brancos sejam convocados a fazer análises sobre esses temas e que as mulheres figurem como personagens.

Quando se trata de noticiar a atuação e as reivindicações dos movimentos sociais e populares, há um esvaziamento político recorrente, distorção das informações sobre os objetivos das mobilizações e criminalização das lutas sociais (COMITÉ INTERNACIONAL DE LA MMM, 2013). É por isso que, além de construir seus canais de comunicação, criando narrativas próprias sobre a atuação do movimento, a conjuntura política e a organização social, a MMM também se soma a outras entidades que lutam pela democratização da mídia¹¹.

Assim, é possível dizer que a Marcha constrói sua política de comunicação combatendo a ideologia dos meios hegemônicos – por serem silenciadores das pessoas comuns, em especial das mulheres e pessoas negras, e legitimadores do sistema

¹¹ Frente Brasil Popular realiza o 1º Encontro de Comunicadores/as pela Democracia. Disponível em: <<https://www.marchamundialdasmulheres.org.br/frente-brasil-popular-realiza-o-1o-encontro-de-comunicadores-as-pela-democracia/>>. Acesso em: 29 maio 2022.



econômico vigente – e a concentração da propriedade desses meios. A grande concentração¹² vista no Brasil garante que um grupo de poucas famílias controle o sistema de comunicação no país, e os monopólios asseguram que os meios possam agir, conforme pontua Paulo Freire (1983), como meios de comunicados às massas.

Diante disso, a MMM defende a regulação da propriedade privada, o combate à propriedade cruzada¹³, o fortalecimento dos sistemas comunitários e públicos, a transparência em relação às concessões públicas, a garantia da liberdade de expressão, as políticas de responsabilização dos meios de comunicação que promovam ataques à democracia e aos direitos humanos, entre outras políticas de combate à monopolização (MMM, 2013b, p. 145).

Los medios de comunicación de masa (radio, televisión y periódicos de amplia cobertura) ocupan hoy un rol cada vez mayor y más decisivo en la formación de la opinión pública y en la difusión de ideas y valores. En muchos casos, estos tienen sus propios intereses y, cotidianamente, difunden una determinada ideología, lo que contradice su propio discurso de neutralidad u “objetividad”. Al mismo tiempo, son controlados por grandes corporaciones o algunas familias, poderes que no representan la diversidad de la sociedad (MMM, 2013c, p. 129).

No mesmo sentido, a Marcha constrói permanentemente a crítica e o enfrentamento à concentração e ao poder corporativo na internet¹⁴. Para o movimento, a digitalização da comunicação se soma a uma série de outros fenômenos nos quais as tecnologias têm sido utilizadas para vigiar e controlar populações, extrair riquezas naturais dos territórios e precarizar a vida das pessoas, especialmente das mais vulneráveis.

Assim, a digitalização acentua o conflito entre o capital e a vida, que não é recente, mas tem sido atualizado por meio de novos mecanismos de controle, exploração e acumulação que, diversas vezes, são vendidos como soluções e inovações para facilitar e melhorar a vida das pessoas (MORENO, 2020).

¹² *Quem controla a mídia no Brasil?* Disponível em: <<https://brazil.mom-rsf.org/br/>>. Acesso em: 29 maio 2022.

¹³ Propriedade cruzada é como é nomeada a concentração da propriedade, na qual uma corporação é proprietária de mais de um tipo de veículo de comunicação (jornal, TV, rádio etc.).

¹⁴ *Monopólios Digitais: concentração e diversidade na Internet.* Disponível em: <<https://intervozes.org.br/publicacoes/monopolios-digitais-concentracao-e-diversidade-na-internet/>>. Acesso em: 29 maio 2022.



A posição da MMM em relação ao espraiamento das tecnologias digitais como canais prioritários para a comunicação evidencia o caráter processual da comunicação do movimento. Na Marcha, fala-se em “caminhar no ritmo da mais lenta” para não ignorar que, na diversidade de mulheres que compõem a organização, há militantes que não possuem acesso contínuo à internet, tampouco experiência com ferramentas digitais (MORENO e GRAÇAS, 2020).

Mais do que produzir conteúdo em ritmo acelerado, o que é cada vez mais incentivado pelas redes sociais digitais, privilegia-se a construção da comunicação como um processo no qual todas aprendem algo e dão passos juntas, de modo que as práticas e reflexões possam apontar caminhos alternativos às prescrições do poder corporativo (BENEDITO e ZELIC, 2020).

Essas alternativas passam pela apropriação coletiva de tecnologias livres e seguras. “Frente ao controle dos dados e a vigilância massiva que serve às grandes empresas e Estados, as feministas se aproximam cada vez mais do *software* livre e das ferramentas de criptografia para defender sua privacidade” (MORENO, 2016, p. 5).

“Caminhar no ritmo da mais lenta” também significa rejeitar a visão de que a comunicação é meramente como uma questão técnica, reforçando a ideia de que existe um sujeito competente a quem cabe falar e que às demais pessoas caberia ouvir. A comunicação popular e feminista é uma aposta política cuja construção deve incluir discussões, questionamentos, práticas e propostas de transformação em relação ao sujeito da ação, às plataformas, às tecnologias, às linguagens, aos formatos e sobre o que é preciso para que as pessoas possam participar da política, incluindo os processos comunicativos.

Pautada na crítica à comunicação hegemônica e na defesa da comunicação como um processo dialógico, a comunicação popular e feminista da Marcha, multiplicada pelo Coletivo de Comunicadoras, busca materializar novas formas de se relacionar com a história, as palavras, os saberes, os direitos, as tecnologias, a propriedade e com as outras pessoas.

A partir da análise das práticas e das reflexões do movimento, é possível dizer que Marcha Mundial das Mulheres enxerga uma dupla característica da comunicação: ela é ao mesmo tempo um direito, que deve ser assegurado pelo Estado, e também é



uma prática dialógica, construída processualmente, convertendo a história em palavra, enfrentando a cultura do silêncio apontada por Paulo Freire (BENEDITO, 2021).

Essa conversão tem especial sentido para as mulheres. Considerando que o atual sistema econômico e político é capitalista, patriarcal e racista, não são as mulheres das classes populares que são instituídas como sujeito competente. Diante disso, as mulheres denunciam o monopólio da propriedade e da palavra e, por meio dos processos comunicativos populares e feministas, passam a narrar suas próprias histórias (*idem*).

Ao romper com o discurso competente, a comunicação popular e feminista da MMM, por meio do seu Coletivo de Comunicadoras, além de promover a “passagem do silêncio à palavra” (PERROT, 2007, p. 12) sobre as visões feministas acerca de uma variedade de pautas políticas, constrói permanentemente a memória da organização, papel destacado da comunicação popular; e, antes de tudo, não se encerra em si mesma, visto que seu objetivo central é a conscientização para a ação política.

Considerações finais

Ao inserir as dimensões de gênero, raça e classe no questionamento sobre a negação do direito à palavra e na crítica ao mutismo imposto ao povo brasileiro, o feminismo desconstrói a visão de um sujeito universal. Ao falar em democracia e em democratização, como no caso da comunicação, é fundamental considerar tais atravessamentos. Homens e mulheres, pessoas negras e brancas, ricas e pobres não são afetadas da mesma maneira pelas desigualdades sociais e pela negação de direitos.

Assim, o aporte feminista ao debate e às práticas da comunicação popular materializa um encontro entre dois projetos políticos e, simultaneamente, uma complexificação na perspectiva crítica que ambos compartilham. Entre os pontos de convergência entre comunicação popular e feminismo, estão o combate ao monopólio da palavra, mantido pelos ricos, em especial pelos homens brancos e ricos; o questionamento do discurso da competência; a visão de que a comunicação – assim como o feminismo – não é simplesmente uma especialidade ou questão técnica; a valorização da memória da organização popular; e o caráter processual e pedagógico que diz respeito a ambos.



No caso da MMM, essa relação também se expressa a partir da crítica à comunicação hegemônica, que, por meio da sua propriedade concentrada e de sua ideologia, promove o silenciamento de uma diversidade de vozes. Nesse sentido, o combate a esses monopólios se dá em duas direções: reivindicando a democratização da mídia e defendendo e construindo a comunicação como um processo.

Referências bibliográficas

BENEDITO, Fabiana de Oliveira de; ZELIC, Helena. O direito à comunicação: reflexões e alternativas feministas contra a desinformação e a concentração da mídia. In: MORENO, Renata; ZELIC, Helena (Orgs.). **Capitalismo digital, comunicação e construção de movimento**: trilhas feministas. São Paulo: SOF, 2020.

BENEDITO, Fabiana de Oliveira. **A comunicação popular e feminista da Marcha Mundial das Mulheres (MMM) como uma experiência do Comum**. Campinas, 2021. 200f. Dissertação (Mestrado em Divulgação Científica e Cultural) - Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas. Disponível em: <<https://hdl.handle.net/20.500.12733/1641957>>. Acesso em: 31 maio 2022.

CHAUI, Marilena. Comunicação e democracia. **Revista Paulus**, São Paulo, v.1, n.2, 2017. Disponível em: <<https://fapcom.edu.br/revista/index.php/revista-paulus/article/view/21>>. Acesso em: 28 maio 2022.

COLETIVO DE COMUNICADORAS. **Relatório da formação do Coletivo realizada entre os dias 14 a 17 de fevereiro**. Documento interno. São Paulo, 2014a.

COLETIVO DE COMUNICADORAS. **Dez estratégias para uma cobertura colaborativa feminista no ENA**. Documento interno. Juazeiro, 2014b.

COMITÉ INTERNACIONAL DE LA MMM. Una falsa solución a la crisis del capitalismo: Fortalecimiento del patriarcado. In: LEÓN, Osvaldo (Org.). **América Latina em movimento**: Feminismo popular para cambiar el mundo. Ecuador: ALAI, 2013.

FARIA, Nalu. Sobre a marcha mundial das mulheres: entrevista com Nalu Faria. Entrevista concedida à Carmen Susana Tornquist e Soraya Resende Fleischer. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v.20, n.1, 2012. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/ref/a/FqdHySGChNGPKR7jybCwQzN/?lang=pt>>. Acesso em: 28 maio 2022.

FESTA, Regina. Movimentos sociais, comunicação popular e alternativa. In: FESTA, Regina; SILVA, Carlos Eduardo Lins da (Orgs.). **Comunicação popular e alternativa no Brasil**. São Paulo: Paulinas, 1986.

FREIRE, Paulo. **Educação como prática de liberdade**. 8. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

FREIRE, Paulo. **Comunicação ou extensão?** 7. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

FREIRE, Paulo. **Ação cultural para a liberdade e outros escritos**. 14. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2011.

JAUMONT, Jonathan; VARELLA, Renata Versiani Scott. A Pesquisa Militante na América Latina: trajetória, caminhos e possibilidades. **Revista Direito e Práxis**, Rio de Janeiro, v.7, n.13, 2016.

KAPLÚN, Mario. **El comunicador popular**. 1. ed. Quito: CIESPAL, 1985.

MARTINS, Helena. **Comunicações em tempos de crise: economia e política**. 1. ed. São Paulo: Expressão Popular/Fundação Rosa Luxemburgo, 2020.

MMM, Marcha Mundial das Mulheres. **Programação do 9º Encontro Internacional**. Blog do 9º Encontro Internacional da Marcha Mundial das Mulheres, 2013a. **Disponível em:** <<https://encontrommm.wordpress.com/programacao-2/>>. **Acesso em:** 28 maio 2022.

MMM, Marcha Mundial das Mulheres. **FEMINISMO EM MARCHA PARA MUDAR O MUNDO: trajetórias, alternativas e práticas das mulheres em movimento**. São Paulo: SOF, 2015.

MMM, Marcha Mundial de las Mujeres. Visibilizar a las mujeres como actoras sociales. Respuestas de la Marcha Mundial de las Mujeres - MMM - al cuestionario enviado por ALAI, sobre la democratización de la comunicación en su agenda política. In: LEÓN, Osvaldo (Org.). **Democratizar la palabra: movimientos convergentes en comunicación**. 1. ed. Equador: ALAI, 2013b.

MMM, Marcha Mundial de las Mujeres. Comunicación: un debate estratégico para las mujeres. In: LEÓN, Osvaldo (Org.). **Democratizar la palabra: movimientos convergentes en comunicación**. 1. ed. Equador: ALAI, 2013c.

MORENO, Tica. **Alternativas feministas nas ruas, redes e roçados**. Reino Unido: GADN (Gender & Development Network), 2016. **Disponível em:** <<https://www.sof.org.br/alternativas-feministas-nas-ruas-redes-e-rocados/>>. **Acesso em:** 28 maio 2022.

MORENO, Tica. Pistas para entender e enfrentar o capitalismo digital. In: MORENO, Renata; ZELIC, Helena (Orgs.). **Capitalismo digital, comunicação e construção de movimento: trilhas feministas**. São Paulo: SOF, 2020.

MORENO, Renata; GRAÇAS, Adriana Vieira das. Os usos da internet pelas mulheres em movimento. In: MORENO, Renata; ZELIC, Helena (Orgs.). **Capitalismo digital, comunicação e construção de movimento: trilhas feministas**. São Paulo: SOF, 2020.

PERROT, Michelle. **Minha história das mulheres**. Tradução: Angela M. S. Côrrea. São Paulo: Contexto, 2007.

PERUZZO, Cílicia. Desafios da Comunicação Popular e Comunitária na Cibercultur@: Aproximação à proposta de Comunidade Emergente de Conhecimento Local. **Ciberlegenda**, Rio de Janeiro, v.2, n. 25, 2011. **Disponível em:** <<https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/3688>>. **Acesso em:** 28 maio 2022.

REYNALDO, Renata Guimarães. **Marcha mundial das mulheres: um enfoque pós/decolonial sobre interseções e solidariedade no feminismo transnacional**. Florianópolis, 2016. 210f. Tese (Doutorado em Ciências Humanas) - Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas. Universidade Federal de Santa Catarina. **Disponível em:** <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/168164>>. **Acesso em:** 28 maio 2022.

