

GÉNERO E CIBERESPAÇO: NOVAS POTENCIALIDADES DE ATIVISMO

Ana Filipa Maia

Investigadora Independente

anafilipa.m.maia@gmail.com

RESUMO: Este artigo procura apresentar uma base teórica para a reflexão sobre género, ativismo *online* e ciberespaço, com enfoque no seu potencial emancipatório. Apesar das imagens, discursos derogatórios e estereótipos de género veiculados pelos *media* e pela *Internet* em particular, é fundamental repensar estas ferramentas como espaços de negociações identitárias, de contestação, de denúncia e de mudança social. O acesso aos *media* e à tecnologia digital é aqui considerado como relevante para que grupos marginalizados criem espaços democráticos, aproximando o espaço privado do espaço público, partilhando informação e conhecimento e capacitando para a ação. As mulheres estão ausentes ou sub-representadas em contextos de decisão, nomeadamente em cargos de chefia e liderança nas esferas da política, da economia e da comunicação. Assim, torna-se premente que outros canais e meios de informação – como o ciberespaço - permitam a emergência de outras vozes, em contextos de ativismo e luta pelos direitos das mulheres.

PALAVRAS-CHAVE: ciberespaço; género; ativismo *online*; comunicação e *media*.

ABSTRACT: This article aims to provide a theoretical base for reflecting on gender, online activism and cyberspace, focusing on its emancipatory potential. Despite derogatory images, discourses and gender stereotypes being spread by media and the Internet, the latter can also be seen as a tool for identity negotiation, protesting and social change. Access to media and digital technology is here considered relevant so marginalised groups can create democratic spaces, bringing the private sphere closer to the public sphere – sharing information and knowledge and empowering women for action. Women are underrepresented in decision-making and leadership roles, especially in the fields of politics, economics and communication. Thus, it is essential that other

channels and means of information – such as cyberspace – allow other voices to emerge, in new contexts of activism and fight for women’s rights.

KEYWORDS: cyberspace; gender; online activism; communication and media.

O principal objetivo deste artigo é promover a perspetiva do ciberespaço enquanto novo espaço de ação e ativismo, contribuindo para a discussão do potencial emancipatório do ciberespaço, com particular enfoque nas questões de género. O género é uma questão crítica na sociedade contemporânea e uma temática ainda recente na investigação académica e científica, sobretudo no que diz respeito a estudos que envolvam género, *media* e novas tecnologias da informação e da comunicação. Este artigo, de natureza exploratória, procura criar uma base teórica abrangente para a investigação de um objeto de estudo emergente mas ainda pouco explorado, particularmente em Portugal.

Com o advento da Web2.0 e numa sociedade mediada pelos *media* digitais e pela Internet, urge investigar novos espaços de ativismo e participação política e cívica e como neles atuam e se representam grupos socialmente marginalizados.

Segundo Maria João Silveirinha, falar de representação em investigação académica significa denunciar estereótipos construídos em torno de grupos ou indivíduos. Silveirinha contextualiza a investigação e a contestação dos estereótipos e das representações mediáticas a partir da década de 1960, em torno das questões raça, sexo e classe. Essa contestação enquadra-se numa altura de forte ativismo e tomada de consciencialização para a os discursos e imagens mediáticas derogatórias e opressoras, reprodutores de papéis sociais que predominam numa sociedade marcadamente patriarcal. Com a complexificação e expansão dos movimentos feministas, não só a problematização dos estereótipos se tornou relevante, mas também a discussão em torno de identidades, ideologias, consumo e produção (Silveirinha, 2008).

A discussão em torno de questões de género, os *media* e as tecnologias da informação e da comunicação não é nova. A novidade assenta na possibilidade de emancipação - na capacidade de grupos marginalizados utilizarem esses meios para se fazerem ouvir e representar. Pretende-se assim explorar a perspetiva das tecnologias da informação e da comunicação, através do ciberespaço, enquanto meio para novas formas de ativismo e luta feminista.

A utilização do ciberespaço¹ e das ferramentas *online* por ativistas feministas tem sido ampliada desde a década de 1990. O termo ‘ciberfeminismo’ surge nessa década como uma frente de atuação do feminismo para o meio virtual através dos *media* digitais, inserido na terceira vaga feminista (Gillis, 2007). Gillis reflecte sobre o pluralismo das práticas, ideologias e posições teóricas do ‘ciberfeminismo’ e afirma que este pode nunca ser incluído na história dos feminismos por não se ter conseguido localizar na história das mulheres e da tecnologia. Segundo Stacy Gillis, no artigo “Neither Cyborg Nor Goddess: The (Im)Possibilities of Cyberfeminism”, ciberteóricos/as e feministas precisam de reivindicar o território materialista às ciberfeministas, passando do nível de mito e utopia para o plano material (Gillis, 2007).

Fereshteh Nourai-Simone (2005) define o ciberespaço como espaço de resistência, descrevendo-o como território de libertação pessoal, "liberating territory of one's own", evocando “A Room of One’s Own”, de Virginia Woolf. Para Nourai-Simone, o ciberespaço permite que o feminismo seja global, revelando potencial de imediaticidade e de afetar a vida *offline*.

Ciberespaço e potencial de mudança

A Internet, enquanto arquétipo dos novos *media*, pode ser celebrada pela quantidade de informação e conhecimento propagado e pelo seu potencial de mudança. Segundo Manuel Castells (2001), cria-se uma nova forma de democracia *online*. O acesso à informação e ao conhecimento dota os indivíduos de ferramentas fundamentais para o exercício da cidadania, para a capacidade de decisão e de ação individual e coletiva, bem como para questionar o pensamento hegemónico e as estruturas de poder. Para Michel Foucault, existe uma relação entre poder e saber. O poder manifesta-se sobretudo pela linguagem e pelo discurso, utilizando mecanismos de produção de saberes que se transformam em verdade(s) sobre a realidade - legitimando comportamentos e crenças e que se refletem no domínio sobre os outros (Foucault, 1980). A desterritorialização do acesso ao conhecimento permite a desterritorialização do poder, sendo que a capacidade de exercer poder significa capacidade de influenciar e potenciar mudanças.

Nessa perspetiva, considera-se o empoderamento (*empowerment*) das mulheres e de outros grupos socialmente segregados através da Internet e do ciberespaço. Não é mais

¹ Termo primeiramente associado à ficção científica e à distopia na literatura, presente na obra *Neuromancer*, de 1984, de William Gibson.

exclusivamente a geografia, o espaço físico e as ruas que ligam os grupos e as comunidades, mas a convergência de interesses, a proximidade e interação com organizações e governos e a participação ativa na sociedade e na democracia por via da rede (Lemos, 2004).

David Bell descreve o ciberespaço como cultura e artefacto cultural, produtor e produto, com dimensões materiais, simbólicas e experimentais (2001:2). O conhecimento passa a estar disponível, alegoricamente, de livros para *bytes*, de “books to bytes²” (Bell, 2001). O ciberespaço representa o mundo virtual, com elementos de imaginação e ficção, pautado pela hipertextualidade, imediaticidade e colaboração constantes, em que algumas regras do *real* e da comunicação tradicional parecem ser eliminadas. Todavia, navegar entre os dois extremos, o ciberespaço e o *real* analógico, não implica necessariamente abandonar todos os discursos, comportamentos e crenças que circulam no quotidiano (Bell, 2001).

O ciberespaço pode tornar-se arena política e social, um não-lugar de identidades múltiplas em que se redefinem o espaço privado e o espaço público e nascem projetos de *ciberativismo*. Anita Harris (2008) defende que é fundamental levar a sério as novas formas de participação política mediadas pelas novas tecnologias, pois representam novas formas de ativismo e construção de novos tipos de ‘*public selves*’. Para Harris, ‘*public self*’ é o primeiro passo para um indivíduo se ver como cidadão com agência e ator político. Num contexto de comunidades participativas, Harris discute a cultura DIY (Do It Yourself) enquanto uma cultura em que as tecnologias servem para dissipar os limites tradicionalmente binários entre espaço público e privado, criando espaços de discussão e de expressão individual, reinventados pelas próprias mulheres. Para a autora, a atuação e participação ativa das mulheres, sobretudo das jovens mulheres, pode ter efeitos políticos e sociais, contribuindo para redefinir e expandir noções de resistência – nomeadamente resistência à opressão patriarcal e à dicotomia fixa *dominant versus subordinated*, opressor/a e oprimido/a. Harris afirma que essa dicotomia fixa pode tornar-se mais difícil de identificar porque as pessoas podem ocupar posições diferentes nas estruturas de poder (Harris, 2008).

Em *Social Media: Communication, Sharing and Visibility*, Graham Meikle (2016) explora as redes sociais enquanto plataformas para a comunicação e a cidadania, utilizando-as para criar comunidades, redes colaborativas e novas formas de apresentar identidades - “online media could be used not just to create community, but to develop

² As traduções de conceitos e frases presentes neste artigo, em que as obras originais utilizadas são de língua inglesa, são da minha autoria.

networks for the collaborative performance and presentation of identity” (Meikle, 2016:10). Para Meikle (2006), ao relacionar-se e/ou ao comentar em algum tipo de media, o/a utilizador/a está a estabelecer uma performance do *self*, apresentando e representando várias versões de si e da sua identidade.

Tecnologia, ciberespaço e (des)construção de identidades

Na cultura moderna e nas suas interações virtuais é relativamente fácil desconstruir verdades e realidades, adotando identidades diversas de uma forma que não acontece no ambiente *offline*. *Offline vs online* e *real vs virtual* são termos cada vez mais problematizados na discussão sobre identidade(s). Os conceitos de *realidade* e *real* perdem os seus significados tradicionais. Para Gilles Deleuze, o *virtual* é também *real*, tem existência mas não do mesmo modo que as coisas que nos são *atuais* (Deleuze *apud* Lister *et al*, 2003).

Nesse sentido, a identidade, e a identidade *online* de uma forma mais complexa, funciona como uma simulação, uma performance, tornando possível criar múltiplas histórias, personagens e perspetivas e camuflar outras. Também para Stuart Hall (Hall, 1999) as identidades pós-modernas são híbridas e fluídas, descentralizadas, não existindo um só lugar a partir do qual se organizam e manifestam, permitindo pensar o género como construção.

Contudo, as mulheres tendem a ocupar um espaço secundário no ciberespaço tal como nas restantes tecnologias. As tradições da ciência e da tecnologia incorporam símbolos, metáforas e valores com conotações masculinas (Rommes *et al*, 2001 *apud* Youngs, 2004). Os seus contextos de produção e utilização denotam a associação à convencionalmente denominada “racionalidade masculina” e a mecanismos de poder, excluindo, inicialmente, as mulheres de uma utilização de outro nível que não seja o das tecnologias/equipamentos domésticos (Youngs, 2004). Mary Celeste Kearney defende que os *media* são um meio fundamental para potenciar agência política e dissipar binarismos que posicionam as mulheres como consumidoras passivas da produção masculina ativa (Kearney, 2006). Em *Girls Make Media*, Kearney aborda novas práticas e formas de explorar identidades através da produção de conteúdos mediáticos por parte de jovens mulheres. Para a autora, para além de consumidoras, as mulheres poderão ser *media-makers*, subvertendo significados, ideias e conceitos tradicionais do que é ser

mulher e “contribuindo para a formação de um sistema mediático democrático” (Kearney, 2006:304).

O ocidente colonial e patriarcal tem difundido e naturalizado a noção de que a mulher não tem uma identidade individual e construída, mas uma imagem identitária fixa e universal. Donna Haraway, em “A Cyborg Manifesto”, cria a metáfora da figura híbrida, ou ciborgue, desafiando o naturalismo identitário e o essencialismo da tradição ocidental, patriarcal e pós-colonial que explora a relação entre humanos e máquinas, e refere a existência de uma «informática da dominação» (Haraway, 1991). Esta tradição estabelece categorias binárias sobremaneira acentuadas que têm legitimado desigualdades sociais ainda presentes nas sociedades contemporâneas. Haraway afirma que estes organismos cibernéticos são criaturas sem identidade ou, por outro lado, criaturas com identidades múltiplas. Assim, desconstroem-se dicotomias e dualismos cartesianos entre homem/mulher, corpo/mente, cultura/natureza e eu/outro, pela perspectiva de que tudo é situado e construído e que, portanto, não é a natureza que determina as relações de dominação e subordinação existentes, nem o corpo é um meio cujos limites são apenas materiais (Butler, 2002). Para Judith Butler, a utilização do ‘I’/‘Eu’ é um privilégio, um “ato supremo de subjetividade” e de soberania, sendo que a individualidade é “centro de absoluta plenitude e poder” (Butler, 2002:149).

Ciberespaço e novas formas de ativismo

A disseminação das tecnologias da informação e da comunicação, e sobretudo da Internet, permite desconstruir a ideia que de as mulheres estão ausentes da modernidade tecnológica. Cada vez mais mulheres acedem e utilizam a Internet: estudos recentes do PORDATA apontam para 73% das mulheres com mais de 16 anos a utilizar a Internet em Portugal³. Em 2002, o primeiro ano do estudo, só 14,8% das mulheres tinha acesso à Internet – comparando com 24,2% dos homens com acesso, o que regista um aumento significativo. No ano de 2017, 44.9% do total de mulheres a nível mundial tinha acesso à Internet⁴.

³ Percentagem de utilizadoras de Internet em Portugal, relativa ao ano de 2018, segundo estatísticas do PORDATA, disponíveis em <https://www.pordata.pt/Portugal/Indiv%C3%ADduos+com+16+e+mais+anos+que+utilizam+computador+e+Internet+em+percentagem+do+total+de+indiv%C3%ADduos+por+sexo-1142> - *website* acedido em 11/04/2019.

⁴ “Internet usage rate worldwide in 2017, by gender and market maturity”, informação relativa ao ano de 2017, ainda sem dados atualizados sobre 2018. Disponível em

Todavia, aceder à Internet não significa uma utilização das suas ferramentas e potencialidades de forma ativa e emancipatória. A ausência das mulheres na Internet é precedida pela ausência noutros setores da vida *offline*. Estudos recentes sobre participação política revelam ainda desigualdades, mostrando uma sub-representação das mulheres em cargos de poder e liderança, nomeadamente enquanto chefes de estado, ministras ou deputadas parlamentares. Em 2015, globalmente, apenas 17% dos/as ministros/as eram mulheres. Já em 2017, as mulheres representavam apenas 23.3% da presença parlamentar, também a nível global – sendo que somente dois países, Ruanda e Bolívia, conseguem uma representação de mais de 50% de mulheres nos respetivos parlamentos. Em Portugal, as mulheres com representação parlamentar correspondem a 34,8%, colocando Portugal em vigésimo sétimo lugar na classificação mundial⁵. Não foram encontrados dados empíricos relativos à representação feminina em cargos políticos e governamentais a nível local.

Também nos *media* existe sub-representação e desigualdades de género – as mulheres são menos visíveis e retratadas nas notícias e a grande maioria das notícias insiste em padrões e estereotipização. Segundo dados do The Global Media Monitoring Project, através do estudo “Gender Inequality in the news – 2015”, a proporção de notícias sobre mulheres mantem-se nos 10% desde o ano 2000 – o enfoque nas mulheres é ainda mais reduzido em temáticas como economia e política. Apenas 24% das pessoas que são ouvidas, lidas ou vistas em notícias de jornais, televisão ou rádio são mulheres, percentagem que se mantém desde 2010. É ainda indicado que somente 4% das publicações claramente desafiam estereótipos de género. Por outro lado, as mulheres são responsáveis por mais notícias *online* do que no conjunto dos vários *media* tradicionais – 42% das notícias publicadas *online* foram realizadas por mulheres⁶.

Segundo os resultados do estudo “Global Report on the Status of Women in the News Media”, apresentado pela International Women’s Media Foundation, as mulheres são apenas um terço (33.3%) do total de jornalistas – presentes em 522 empresas de 59 países em análise. 73% dos cargos de responsabilidade nos *media* são ocupados por homens (Byerly, 2011).

<https://www.statista.com/statistics/333871/gender-distribution-of-internet-users-worldwide>. Informação acedida em 11/04/2019.

⁵ Informação retirada do *website* Inter-Parliamentary Union, secção “Women in national parliaments“, com dados relativos a 2017. Disponível em <http://archive.ipu.org/wmn-e/classif.htm>. Acedido em 11/04/2019.

⁶ Dados presentes no estudo “Gender inequality in the news 1995-2015”, realizado por The Global Media Monitoring Project. Os dados foram recolhidos em 114 países diferentes e foram analisadas mais de 22 136 notícias, escritas ou apresentadas por mais de 26 000 jornalistas. Informação disponível em http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/global/gmmp_global_report_en.pdf Acedido em 11/04/2019.

Numa conjuntura em que as mulheres continuam sub-representadas nos *media* e em cargos de liderança e de chefia a nível global, é crucial que mais vozes, coletivas e/ou individuais, possam emergir através de outros espaços e meios.

Maria Bakardjieva realça o potencial da Internet para promover a participação cívica e o ativismo, mas aproxima-lo da vida quotidiana, de “decisões e ações em pequena escala” – introduz assim o conceito de “subativismo” (Bakardjieva, 2009:96). O subativismo não implica processos organizados de tomada de decisão nem grande visibilidade, mas implica agência pessoal e social por parte de quem os pratica. Para Bakardjieva, a Internet contribui para a visibilidade de ações locais em pequena escala e de questões pessoais mais quotidianas, promovendo o agenciamento social e político de indivíduos que de outra forma se manteriam anónimos - “the Internet brings the otherwise remote and anonymous political bodies within attainable reach” (2009:102) .

Sujatha Subramanian (2015) acrescenta que o espaço de protesto feminista transformou-se da rua para o ciberespaço. No seu estudo sobre tecnologia digital e ativismo, Subramanian acrescenta que a maior parte dos e das ativistas feministas entrevistados/as utiliza as redes sociais como meio de acesso a informação sobre protestos e manifestações - ainda que estes se concretizem nas ruas, são organizados primariamente através das redes sociais, chegando a um número maior de pessoas⁷. Segundo Subramanian, os e as ativistas feministas têm mostrado a importância de aproximar o espaço privado do espaço público, de forma a compreender as lutas individuais das mulheres na estrutura patriarcal. Tal é conseguido através da partilha de narrativas pessoais, nomeadamente narrativas de opressão e silêncio que sofrem na esfera privada. Para a autora, a politização das narrativas pessoais faz com que as “experiências das mulheres sejam fonte produtora de conhecimento” (2015:73). Sowards e Renegar (2006) indicam que a partilha de histórias de vida é uma forma de ativismo feminista, uma vez que dá lugar a uma rede de experiências e possíveis ensinamentos, a uma tomada de consciência que poderá dar lugar a ação. As histórias de vida são sobretudo partilhadas nas redes sociais e *blogs*, tanto a título individual como através de grupos feministas e ONGs.

A Internet e as redes sociais podem surgir como ferramentas ao serviço dos movimentos sociais, permitindo a rápida coordenação e divulgação de conteúdos e ações a nível local ou global, alargando o debate e a partilha de recursos, bem como sincronizando movimentos de criação e resistência em rede e na rede (Padilla, 2012). O

⁷ Não foram encontrados outros estudos oficiais e atuais acerca do número de mulheres ativistas *online* a nível global ou em Portugal.

uso da rede pode produzir efeitos para a experiência democrática da cidadania e, aliado à difusão dos *media*, os/as consumidores/as podem ser também produtores/as – prossumidores/as, ou *prosumers*, termo cunhado por Alvin Toffler na década de 1970 (Bruns, 2008). A globalização da capacidade de produção e partilha de conteúdo por parte de qualquer indivíduo, com competências informáticas básicas, poderá permitir novas possibilidades de participação social. Com a emergência da Web2.0, a produção de ideias acontece num meio mais colaborativo e participativo, derrubando barreiras entre produtores/as e consumidores/as. A noção de que todos/as os/as participantes são igualmente utilizadores/as e produtores/as de informação e conhecimento deu origem a *producers*, termo introduzido por Axel Bruns (Bruns, 2008). Para Bruns (2008), os/as *producers* já não se envolvem na tradicional forma de criar conteúdos, mas envolvem-se na criação contínua e colaborativa de conteúdo existente em busca de mais conhecimento, alargando redes de partilha e participação ativa.

Para Rui Bebiano, a Internet permite o desenvolvimento positivo de possibilidades, como a ampliação da participação de cidadãos e cidadãs no debate político; o alargamento das formas de expressão de indivíduos e comunidades; a aproximação de organizações cívicas, governamentais ou não-governamentais aos cidadãos e cidadãs; e a progressiva universalização do acesso à informação, ao conhecimento e à cultura (Bebiano, 2003). Porém, o autor acrescenta que estas são observações otimistas e que o reverso pode também acontecer. A alienação e a passividade, a dependência, a circulação de conteúdos discriminatórios e associados a atividades criminosas/ilícitas são exemplos de outras possibilidades muito presentes na rede.

Considerações finais

As mulheres têm sido associadas a uma condição “natural” de reprodução, reclusão e submissão, um discurso também acentuado e propagado pelos *media*. A noção do corpo feminino como entidade orgânica, fixa e naturalmente determinada tem vindo a ser fortemente contestada e gradualmente derrubada pelos movimentos de direitos humanos e feministas.

É nessa perspetiva que o ciberespaço pode ser também um espaço de negociação identitária, aproximando as mulheres das potencialidades da tecnologia e dos *media*. O acesso aos *media* e à tecnologia digital é considerado como fundamental para que muitas

vozes marginalizadas criem espaços democráticos (Castells, 2001) e de ativismo, apresentando novas potencialidades de participação e ação.

Os movimentos sociais procuram no ciberespaço novas possibilidades de organização, concretizando novas formas de ativismo. Nesse contexto, o feminismo encontrou também novas práticas e expressões coletivas (Tomazetti, 2015), conectando-se com audiências mais vastas. A intervenção direta na criação de conteúdos, a facilidade de partilha e participação e a nova usabilidade e rapidez da *web* constituem uma verdadeira revolução na comunicação e nas relações sociais. Através das redes sociais (e.g. Facebook, Twitter, Instagram), fóruns, *blogs*, *chatrooms*, *websites* pessoais e de organizações pelos direitos humanos e das mulheres é facilitada, partilhada e acedida informação fundamental para a mobilização. Permite-se assim a troca de experiências, o diálogo, o protesto, a colaboração e a denúncia (e.g. situações de violência doméstica, assédio, violação, discriminação), levando o espaço privado para o espaço público e capacitando para a ação.

No entanto, segundo um estudo acerca do feminismo *online* em Portugal, relativo ao ano de 2016, as 47 páginas no Facebook dedicadas às lutas feministas em Portugal tinham um número médio de 5 mil seguidores/as e a maioria não atingia uma publicação diária. Constata-se, assim, uma projeção limitada e um fraco *engagement* e nível de participação (Marôpo *et al.*, 2017). A ausência de dados e estudos empíricos sobre a utilização do ciberespaço pela luta feminista (tanto a nível global como nacional) não permite tirar conclusões concretas, mas reforça a urgência da sua investigação.

É nesse contexto que Alison Adam (2001) afirma ser imperativa a emergência da disciplina *computer ethics*, ou ética computacional, particularmente ligada às questões de género. Não se trata apenas da aprendizagem básica e da utilização das novas ferramentas e da Internet *per se*, mas da consciencialização para o potencial do ciberespaço como ferramenta de emancipação social. Essa visão emancipatória aqui proposta poderá ser atingida não só pelo alargamento da educação tecnológica, pela literacia digital e pelo acesso global à Internet, mas também pela formação cívica e ética (Adam, 2001), para a capacidade de ler e filtrar informação e refletir, alertando para as suas potencialidades, perigos e riscos – uma vez que o ciberespaço tem o potencial paradoxal de emancipação ou de disseminar discursos derogatórios.

Apesar da capacidade de criar e camuflar identidades através do ciberespaço e dos canais de comunicação, mesmo o anonimato e a partilha de conteúdos, pela linguagem e pelo discurso, transmitem códigos, valores e motivações. Assim, apesar da distância física e da invisibilidade do corpo, os padrões de comportamento da vida *real* não são

completamente descartados no ciberespaço (Herring, 2001). Tal remete para a necessidade de educação e consciencialização dos múltiplos perigos do digital, nomeadamente para jovens raparigas e mulheres, otimizando a utilização do ciberespaço como palco para a ação, para o protesto e para a mudança social.

Referências Bibliográficas

- ADAM, Alison (2001). “Cyberstalking – Gender and Computer Ethics”, in *Virtual Gender: Technology, Consumption and Identity Matters*, (Alison Adam and Eileen Green eds.) Chapter 11, pp. 133-142, London: Routledge.
- BAKARDJIEVA, Maria (2009). “Subactivism: Lifeworld and Politics in the Age of the Internet”, in *The Information Society* 25 (2), pp. 91 -104.
- BEBIANO, Rui (2003). “Cidadania em linha: a polifonia como experiência”, *Ciberscópio*, Coimbra 2003 – Capital Nacional da Cultura.
- BELL, David (2001). *An Introduction to Cybercultures*, pp. 1-5; 163-185. London, Routledge.
- BRUNS, Axel (2008). “The Future Is User-Led: The Path towards Widespread Producers”, in *Fibreculture Journal*. Fibreculture Publications, Perth, WA.
- BUTLER, Judith (2002). *Gender Trouble, Feminism and the Subversion of Identity*, Routledge.
- BYERLY, Caroly M. (2011). *Global Report on the Status of Women in News Media, technical report*. Washington, DC: International Women’s Media Foundation.
- CASTELLS, Manuel (2001). *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society*. Oxford: Oxford University Press.
- FOUCAULT, Michel (1980). “Two Lectures”, in *Power/Knowledge: Selected Interviews and Other Writings 1972-1977*, Colin Gordon ed. pp. 78-108, New York: Pantheon.
- GIBSON, William (1984). *Neuromancer*. New York: ACE.
- GILLIS, Stacy. (2007). “Neither Cyborg Nor Goddess: The (im)Possibilities of Cyberfeminism”, in Gillis, S., Howie, G., Munford, R., (Eds), *Third wave feminism. A critical exploration*. (pp. 168–181). UK: Palgrave Macmillan.
- HALL, Stuart (1999). *A identidade cultural na pós-modernidade*, 3ªed., Rio de Janeiro: DP&A.

- HARAWAY, Donna (1991). "A Cyborg Manifesto: Science, Technology, and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century," in *Simians, Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature*, pp.149-181, New York: Routledge.
- HARRIS, Anita. (2008). "Young women, late modern politics, and the participatory possibilities of online cultures", in *Journal of Youth Studies*. 11(5). pp. 481–495.
- HERRING, Susan (2001). *Gender and Power in Online Communication*, CSI Working paper, Center for Social Informatics, Indiana University-Bloomington. Disponível em <http://scholarworks.iu.edu/dspace/bitstream/handle/2022/1024/WP01-05B.html>.
Acedido em 11/04/2019.
- Inter-Parliamentary Union (2017). "Women in national parliaments". Disponível em <http://archive.ipu.org/wmn-e/classif.htm>. Acedido em 11/04/2019.
- KEARNEY, Mary Celeste (2006). *Girls Make Media*, New York: Routledge.
- LEMOS, André (2004). "Cibercidades, um modelo de inteligência coletiva" in *Cibercidades: as cidades na cibercultura*, pp. 19-26, Rio de Janeiro: Editora E-Papers.
- LISTER, Martin *et al* (2003). "Cyberculture: Technology, Nature and Culture", in *New Media: a critical introduction*, (ed. Martin Lister) Chapter 5, pp. 317-417, 2nd ed. New York: Routledge.
- MARÔPO, L.; Silva. M. Torres da & Magalhães, M. (2017). "Feminismo *online* em Portugal: um mapeamento do ativismo no Facebook", in S. Pereira & M. Pinto (Eds.), *Literacia, Media e Cidadania – Livro de Atas do 4.º Congresso*, pp. 280-293, Braga: CECS.
- MEIKLE, Graham (2016). *Social Media: Communication, Sharing and Visibility*, New York: Routledge.
- NOURAIÉ-SIMONE, Fereshteh (2005). *On Shifting Ground: Muslim Women in the Global Era*. New York: The Feminist Press.
- PADILLA, Margarita (2012). *El kit de la lucha en Internet*, Madrid: Traficantes de Sueños.
- PORDATA (2018). "Indivíduos com 16 e mais anos que utilizam computador e Internet em % do total de indivíduos: por sexo". Disponível em <https://www.pordata.pt/Portugal/Indiv%C3%ADduos+com+16+e+mais+anos+que+utilizam+computador+e+Internet+em+percentagem+do+total+de+indiv%C3%ADduos+por+sexo-1142>. Acedido em 11/04/2019
- SILVEIRINHA, Maria J. (2008). "A Representação das Mulheres nos Media. Dos Estereótipos e «Imagens de Mulher» ao «Feminino» no Circuito da Cultura". In *Comunicação e Identidades Sociais: diferença e reconhecimento em sociedades*

- complexas e culturas pluralistas*, de João Pissara Esteves (ed.), pp.101-128, Livros Horizonte.
- SOWARDS, S. K. and V. R. Renegar (2006). “Reconceptualizing Rhetorical Activism in Contemporary Feminist Contexts,” in *Howard Journal of Communications*, 17 (1), pp 57–74.
- SUBRAMANIAN, Sujatha (2015). “From the Streets to the Web Looking at Feminist Activism on Social Media”, in *Review of Women’s Studies, Economic & Political Weekly*, vol 1 no 17, pp.71-78.
- The Global Media Monitoring Project (2015). “Gender inequality in the news 1995-2015”. Disponível em http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/global/gmmp_global_report_en.pdf. Acedido em 11/04/2019.
- The Statistics Portal (2017). “Internet usage rate worldwide in 2017, by gender and market maturity”. Disponível em <http://www.statista.com/statistics/333871/gender-distribution-of-internet-users-> Acedido em 11/04/2019.
- TOMAZETTI, T.P. (2015). *O feminismo na era digital e a (re)configuração de um contexto comunicativo para políticas de gênero*, in *Rázon y Palabra*, pp.90-117.
- YOUNGS, Gillian (2004). “Cyberspace: The New Feminist Frontier?” in K. Ross e C. Byerly (eds.) *Women and Media*, pp. 185-208. MA: Blackwell Publishing.