

---

## **Violência de Gênero: Uma análise da mobilização das mulheres na luta contra o assédio sexual por meio do ciberativismo<sup>1</sup>**

Camilla S. FONSECA<sup>2</sup>

Mirian MAGALHÃES<sup>3</sup>

Universidade do Grande Rio (UNIGRANRIO), Duque de Caxias, RJ

### **RESUMO**

O movimento feminista passou por alterações ao longo do tempo, mas a sua ideia central – a da mulher poder ser e fazer o que quiser, equiparar-se e não mais ser inferiorizada ao homem – se manteve. Com o surgimento e o avanço da tecnologia, movimentos sociais deixaram de ocupar somente as ruas e passaram a ocupar também as redes, tornando a luta das mulheres ainda maior. Este trabalho analisa o ciberfeminismo, nascido pontualmente do ciberativismo, o que contextualiza a chamada quarta onda feminista no Brasil. Foi nesse contexto que as *hashtags* #DeixaElaTrabalhar, #ChegaDeFiuFiu e #PrimeiroAssédio surgiram como manifestos da luta feminista contra o assédio sexual.

**PALAVRAS-CHAVE:** Violência de Gênero; Feminismo; Ciberativismo; *Hashtag*; Agendamento.

### **INTRODUÇÃO**

A área das Ciências Sociais Aplicadas visa a diversidade da sociedade e propõe o estudo dos indivíduos e grupos humanos. Um dos temas que vem conquistando cada vez mais espaço dentro do mundo acadêmico é, certamente, o gênero, e, mais especificamente, o feminino. Com o surgimento do movimento feminista no século XIX e o seu fortalecimento no século XX, as mulheres se uniram na batalha contra o machismo, a opressão e o assédio. Houve um tempo em que as mulheres não podiam trabalhar ou mesmo estudar, uma vez que elas eram vistas como donas do lar e deveriam servir ao sistema patriarcal. Por outro lado, os homens eram vistos como heróis, já que eles podiam servir ao setor público e frequentemente eram convocados para as guerras.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação, Espaço e Cidadania, da Intercom Júnior – XVII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Graduanda de Jornalismo na Universidade do Grande Rio (UNIGRANRIO), email [camillafonseca@unigranrio.br](mailto:camillafonseca@unigranrio.br)

<sup>3</sup> Professora do Curso de Jornalismo da Universidade do Grande Rio, Mestre em Tecnologia pelo CEFET/RJ, email [mirian.magalhaes@unigranrio.edu.br](mailto:mirian.magalhaes@unigranrio.edu.br)

---

Com o avanço tecnológico, os movimentos sociais tomaram as redes sociais e ficaram conhecidos como “ciberativismo”. Dentro desse novo modelo de manifestações surgiu o “ciberfeminismo”, movimentos em prol das mulheres nas redes sociais que usam de algumas *hashtags* com o intuito de abordar essas manifestações, que se potencializaram dentro e fora do mundo virtual. Mas o quão fortes são os movimentos sociais no ativismo on-line?

A metodologia utilizada na pesquisa foi o acompanhamento de movimentos nas redes sociais, a partir das suas *hashtags*, e a realização de um levantamento histórico do movimento feminista, considerando suas ondas e vertentes, além da abordagem de teorias jornalísticas e pesquisas bibliográficas que completaram o embasamento teórico e o estudo de caso.

## **1. AS ONDAS FEMINISTAS E SUAS VERTENTES**

A primeira onda aconteceu entre os séculos XIX e XX e foi marcada pela exigência das mulheres ao seu direito à cidadania, ao voto, à educação com ensino igualitário e a uma vida fora do espaço privado da família, destacando, assim, o seu caráter político. Nessa onda, o movimento foi marcado pela corrente feminista liberal e, até hoje, essa vertente busca condições equiparadas entre homens e mulheres.

A segunda onda aconteceu durante os anos 1960 até 1980 e discutiu questões como a violência doméstica e social. Com o objetivo de provocar mudanças tanto no setor privado quanto na esfera pública, as feministas dessa fase buscaram entender a submissão da mulher e passaram a se questionar a respeito da essência feminina. Simone de Beauvoir, autora de *O segundo sexo*, abordava questões como o que é ser mulher, quais as suas diferentes fases e o que constitui a feminilidade. Segundo a autora, apesar das conquistas obtidas, a mulher ainda seria subordinada ao homem por não ter sua independência financeira. (BEAUVOIR, 2016).

A partir da década de 1990, o movimento feminista vivenciou a chamada terceira onda, que passou por diversas mudanças. O movimento, até então, pensava na luta coletiva, mas não contemplava as diferenças sociais entre as mulheres brancas e negras, ricas e pobres, cisgênero e transgênero etc. Diferentemente do que aconteceu no feminismo radical, essa onda se dividiu em diversas vertentes, com diferentes focos em raças, classes e gêneros. Surgiu, assim, o feminismo negro: a partir do posicionamento

das mulheres negras em formar grupos nos quais tivessem mais representatividade, sob o argumento de que elas sofriam uma dupla opressão e não eram representadas por outros feminismos. Angela Davis é um dos principais nomes dessa luta. Sueli Carneiro, criadora do “Geledés: Instituto da Mulher Negra”, também foi um importante nome nessa luta. Ela uniu diversas mulheres que possuíam um mesmo ideal: lutar em prol do feminismo negro. Segundo Silva (2018, p. 257), desde que nasceu, em 1988, o Geledés “inspirou o surgimento de outras organizações autônomas país afora”.

Além do feminismo negro, surgiu, em 1989, o feminismo interseccional, termo que a professora norte-americana Kimberlé Crenshaw cunhou. Para ela, o “feminismo interseccional” definia-se como

A visão de que as mulheres experimentam a opressão em configurações variadas e em diferentes graus de intensidade. Padrões culturais de opressão não só estão interligados, mas também estão unidos e influenciados pelos sistemas interseccionais da sociedade. Exemplos disso incluem: raça, gênero, classe, capacidades físicas/mentais e etnia (CRENSHA, W. apud BEZERRA; BEZERRA, 2016, p. 3).

O feminismo interseccional abrange o feminismo negro, o transfeminismo e o feminismo lésbico, por exemplo.

### **1.1 A normalização do machismo**

É importante destacar que o feminismo e o machismo não são conceitos opostos. Mas, de acordo com Tiburi (2018, p. 47), “Não é possível pensar no caráter dialógico do feminismo se não pensarmos no machismo como uma profunda falta de diálogo entre seres singulares. O machismo se sustentou no mando, na autoridade e no autoritarismo”.

O machismo estrutural é resultado da sociedade patriarcal, que difere homens e mulheres por meio da caracterização do indivíduo por adjetivos que podem comprometer e atrapalhar seu desenvolvimento no âmbito profissional ou pessoal. No caso da mulher, um exemplo simbólico e objetivo pode ser observado quando ela é taxada de “emotiva”, numa tentativa de discriminar a sensibilidade, considerando-a uma coisa negativa.

A libertação das mulheres já foi muito retratada como um movimento que pretende invadir o campo dos homens, ou tirar deles o poder e o privilégio, como se a vida fosse um triste jogo de soma zero, no qual apenas um gênero de cada vez pode ser livre e poderoso. Decerto a mentalidade de quem pensa que precisa vencer, dominar, punir, ser o rei supremo, deve ser terrível e nada livre, e desistir dessa busca irrealizável seria libertador (SOLNIT, 2017a, p. 51).

---

Esse pensamento é compreendido em falas e comportamentos desiguais. Essa atitude pode estar, por exemplo, na “piada” de que a mulher não entende de tal assunto só por ser mulher. Muitas pessoas acham que repudiar esse tipo de atitude é exagero e que ela deve ser vista somente como uma brincadeira, mas não é bem assim. De acordo com Adichie

Se repetirmos uma coisa várias vezes, ela se torna normal. Se vemos uma coisa com frequência, ela se torna normal [...]. Se só homens ocupam cargos de chefia nas empresas, começamos a achar “normal” que esses cargos só sejam ocupados por homens (2015, p. 16-17).

De maneira geral, mulheres e homens cresceram numa sociedade comum e, por isso, também existem mulheres que são machistas. Ao longo dos anos, esse fato foi sendo cada vez mais abordado, pois, por meio do feminismo muitas mulheres foram enxergando suas posturas machistas e trabalhando para que mudassem. Segundo Adichie (2015), além da diferença biológica, torna-se inegável o exagero da sociedade na diferenciação da educação entre meninos e meninas:

E isso implica na auto realização de cada um. O ato de cozinhar, por exemplo. Ainda hoje, as mulheres tendem a fazer mais tarefas de casa do que os homens – elas cozinham e limpam a casa. Mas por que é assim? Será que elas nascem com um gene a mais para cozinhar ou será que, ao longo do tempo, elas foram condicionadas a entender que seu papel é cozinhar? Cheguei a pensar que talvez as mulheres de fato houvessem nascido com o tal gene, mas aí lembrei que os cozinheiros mais famosos do mundo – que recebem o título pomposo de “chef” – são, em sua maioria, homens (ADICHIE, 2015, p. 37).

Ou seja, enquanto os homens visam ser “mais” que as mulheres, por meio do feminismo a mulher busca deixar de ser submissa e subordinada; não ascender, mas equiparar-se.

## 2. O AGENDAMENTO E A ESPIRAL DO SILÊNCIO NO JORNALISMO

O termo *agenda-setting*<sup>4</sup> surgiu em 1968, quando os pesquisadores Maxwell McCombs e Donald Shaw iniciaram uma pesquisa com eleitores de Chapel Hill, nos Estados Unidos, que estavam indecisos quanto ao seu voto. Os autores explicam a teoria como

A capacidade dos media em influenciar a projeção dos acontecimentos na opinião pública confirma seu importante papel na configuração da nossa realidade social, isto é, de um pseudo-ambiente, fabricado e montado quase

---

<sup>4</sup> Caracteriza como mais importantes os assuntos que são noticiados com maior destaque. No Brasil, o “*agenda-setting*” foi denominado de Teoria do Agendamento.

---

completamente a partir dos mass media (MCCOMBS; SHAW apud SILVA 2017, p. 1).

De acordo com Silva (2017, p. 2), “os meios de comunicação agendarão os temas os quais os cidadãos considerariam como os mais importantes”. Então a Teoria do Agendamento ou *Agenda-setting* pode ser entendida a partir do interesse da mídia, que é transmitido para a sociedade com o intuito de direcionar a cabeça do público por meio de um assunto agendado para uma grande audiência.

As pessoas tendem a incluir ou excluir de suas cognições o que a mídia inclui ou exclui de seu conteúdo. As pessoas também tendem a atribuir uma importância ao que incluem que se assemelha muito à ênfase dada a eventos, questões e pessoas pelos meios de comunicação de massa (SHAW, 1979, p. 96).

Ou seja, a seleção dos conteúdos apresentados pelos meios de comunicação de massa (*mass media*) é feita para que a discussão pública mantenha a visibilidade desses assuntos, fazendo com que a mensagem transmitida influencie o receptor em suas falas e ações. A hipótese do *agenda-setting* não defende que os *mass media* pretendem persuadir, mas que são onipresentes: “[...] a compreensão das pessoas sobre grande parte da realidade social é copiada da mídia” (SHAW, 1979, p. 101).

Na década de 1970, a cientista política Elisabeth Noelle-Neumann, no livro *The Spiral of Silence: Public Opinion – Our Social Skin*<sup>5</sup>, apresentou uma nova teoria, a Teoria da Espiral do Silêncio. Noelle-Neumann dizia que os meios de comunicação não se preocupavam apenas em como o público iria pensar ou opinar, como indicado pela hipótese da Teoria do Agendamento, mas também em como esse público seria influenciado sobre o que pensar e “como dizer.” Sua teoria divide as opiniões como majoritárias e minoritárias, além de entender como a opinião pública interfere no comportamento das pessoas. É fácil perceber a teoria quando discutidos assuntos de amplitude social – temas que, geralmente, há uma divergência de opiniões e ela desencadeia medo naqueles cujas ideias são minoritárias. Mendonça e Braga explicam:

Isto faz com que as pessoas estejam conscientes de que há um olho público, ao qual estão expostas, e logo, se comportam em consequência deste. Assim, as opiniões e formas de comportamento estão impostas e já são costumes e tradições, elas deixam de ser elemento de controvérsia, que por sua vez, só se ativa quando as tradições, morais, e no caso, a opinião já estabelecidas, são violadas (MENDONÇA; BRAGA, 2015, p. 3).

---

<sup>5</sup> “A espiral do silêncio: Opinião Pública – Nossa Pele Social”, em tradução livre.

---

Desse modo, quando uma pessoa percebe que a sua opinião não condiz com a da maioria, ela se silencia, a fim de evitar as críticas e o isolamento. Por outro lado, o indivíduo que está de acordo com a opinião geral sente-se à vontade para expressá-la. Surge assim a espiral, na qual a opinião majoritária torna-se dominante. Segundo Solnit (2017b, p. 54), “Ser dominante significa ver a si mesmo e não ver os outros; o privilégio costuma limitar ou obstruir a imaginação”.

## 2.1 Webjornalismo a as redes sociais digitais: a contramão do Agendamento

Atualmente, o número de pessoas que produzem conteúdos noticiosos na internet não se restringe somente aos jornalistas, no entanto, é importante ter atenção à confiabilidade das fontes, pois elas também são impulsionadas pelo deslocamento da mídia tradicional como única fonte de informação. João Canavilhas (2014, p. 3) afirma que “O texto é o conteúdo mais usado no webjornalismo, uma realidade explicada por fatores de ordem histórica, técnica e econômica”. O pesquisador português classifica ainda os sete termos que, segundo ele, fazem a diferença no jornalismo na *web*: a hipertextualidade, a multimedialidade, a interatividade, a memória, a instantaneidade, a personalização e a ubiquidade. Dentro da hipertextualidade, nos deparamos com as *hashtags*<sup>6</sup>.

Ao pesquisar o símbolo da cerquilha (#) – comumente conhecido como “jogo da velha” – antes de alguma palavra ou frase, é possível identificar um conteúdo já compilado e, assim, as pesquisas sobre determinado assunto se tornam mais fáceis. Esse hipertexto surgiu no Twitter, mas hoje pode ser encontrado nas outras mídias sociais digitais. Tal agrupamento facilitou o ativismo virtual. O alcance das *hashtags*, a partir da aceleração causada pela internet, atinge lugares antes impensáveis, gerando consequências inovadoras, como a inserção dos movimentos sociais na mídia, dada a relevância do interesse público na repercussão de tal assunto. Isso caracteriza o contragendamento, ou seja, essa capacidade da sociedade de influenciar os grandes meios de comunicação, como a televisão e a rádio:

Alguns autores apontavam para a possibilidade de haver um caminho contrário ao da influência da imprensa na sociedade. Seria a ideia de que essa sociedade também teria o potencial de pautar a mídia, a partir do momento que vai percebendo a relevância desta na manutenção dos debates sociais (MIRANDA, 2010, p. 5).

---

<sup>6</sup> Do inglês *hash*: cerquilha (#) e *tag* (etiqueta) em tradução livre.

Diferentemente do que ocorre com o agendamento, o contra-agendamento refere-se à inserção do debate de assuntos nas grandes mídias a partir do que é produzido nos movimentos em rede, já que, sem eles, essas temáticas não seriam abordadas. Segundo Barreta e Cervi (2012, p. 2), o contra-agendamento é o “inverso da Agenda-Setting, no qual o público consegue influenciar a agenda midiática através de sua própria agenda, por mecanismos próprios, como ações de movimentos sociais”. Sabe-se que a capacidade de disseminação dos assuntos e o impacto dos coletivos midiáticos tornam-se maiores com o uso das *hashtags*, que dão mais visibilidade e aceleram a circulação do conteúdo pela praticidade ao compartilhar e acompanhar informações. Esse novo método de consumir notícias tornou a sociedade menos dependente da grande mídia e aumentou o fluxo de informações, graças à internet, aos movimentos sociais e às redes sociais digitais.

## 2.2 Ciberativismo e a quarta onda do feminismo

O movimento feminista surgiu com a luta das mulheres por direitos políticos e jurídicos igualitários e em prol da resistência à ditadura. Com o surgimento do ciberativismo, essa luta adentrou as redes sociais, dando início ao chamado ciberfeminismo, que ficou conhecido como o “novo feminismo” e que tem como papel principal comunicar.

As novas tecnologias de comunicação redimensionaram os movimentos sociais, tanto em relação às formas de organização, quanto à acessibilidade. Para o feminismo, o mundo digital possibilitou a expansão e o acesso quase ilimitado ao seu discurso, empoderando ainda mais mulheres, permitindo um novo lugar de fala (TOLEDO, 2017, p. 5).

Com o passar dos anos, campanhas significativas foram surgindo e ganhando força, lideradas por redes sociais, como o Facebook e o Twitter. Segundo Perez e Ricoldi (2019, p. 7), “assim, ideias feministas antes restritas a pequenos grupos tomam grandes proporções”. Ainda conforme o pensamento de Toledo (2017, p. 7), “Quanto mais mulheres falam sobre feminismo, mais mulheres ouvem, mais mulheres se inspiram, mais mulheres começam a se colocar e mais questões são postas em pauta”.

O feminismo associado às redes sociais permite a discussão do possível surgimento da quarta onda do feminismo no Brasil, que seguiria a linha da interseccionalidade (terceira onda), mas é digital. Como caracteriza Felgueiras:

---

Principalmente pelo uso da internet e das redes sociais como forma de mobilização, debates e divulgação do feminismo, alguns autores têm chamado de ciberfeminismo pelo uso de ferramentas tecnológicas como canais de vídeos, blogs, sites e redes sociais com jovens militantes que foram criadas já na era digital e que compreendem o alcance desta ferramenta de comunicação e sabem muito bem como utilizá-la. Muitas dessas feministas digitais cresceram com suas mães mais independentes, que trabalham fora e construíram carreiras e ouviram que homens e mulheres são iguais, mas infelizmente ao começarem suas próprias carreiras e vida social se deparam com uma realidade completamente diferente e se surpreendem com o machismo ainda presente nas relações sociais, mas principalmente no trabalho (FELGUEIRAS, 2017, p. 119).

A identificação com o feminismo digital fez o movimento feminista crescer e agregar cada vez mais mulheres ciberativistas. Conforme Toledo (2017, p. 6), “pessoas que não tinham contato nenhum ou quase nenhum com o feminismo passam a encontrar seu discurso no cotidiano na internet”, criando uma nova imagem para as feministas e desfazendo o estereótipo negativo carregado por décadas.

### **3. HASHTAGS E A LUTA POR DIREITOS IGUAIS**

#### **3.1 #DeixaElaTrabalhar: mulher no Jornalismo Esportivo**

“Driblando” o machismo, as jornalistas estão conseguindo quebrar à hegemonia masculina e cada vez mais conquistam espaços em diversas áreas do jornalismo esportivo, antes ocupadas somente por homens, a exemplo da narração e do comando da apresentação de programas esportivos. A definição de Bordieu sobre a participação de mulheres em debates públicos pode ser usada para representar a luta permanente das mulheres no jornalismo esportivo:

Para ter acesso à palavra e para manter a atenção, e a diminuição que sofrem é ainda mais implacável, por não se inspirar em uma vontade explícita e se exercer com a inocência total da inconsciência: cortam-lhes a palavra, orientam, com a maior boa-fé, a um homem a resposta a uma pergunta inteligente que elas acabam de fazer (como se, enquanto tal, ela não pudesse, por definição, vir de uma mulher) (BORDIEU, 2019, p.100-101).

Essa imagem pré-concebida da incapacidade feminina de desempenhar funções tidas como masculinas é fruto do machismo há décadas enraizado na sociedade, que precisa ser exposto e combatido. Solnit (2017a, p. 18) afirma que “Quando um homem diz a uma mulher, categoricamente, que ele sabe do que está falando e ela não, mesmo que isso seja uma parte mínima de uma conversa, perpetua a feiura deste mundo e tira

dele a sua luz”. Os casos que serão analisados estão dentro do webjornalismo e torna-se importante evidenciar também que todos os casos de assédio aconteceram durante coberturas de partidas de futebol e foram sofridos por mulheres que são jornalistas esportivas. Segundo Solnit, um homem age com a convicção de que a mulher não possui direitos, seja de falar ou de afirmar o que está acontecendo:

Isso pode significar apenas interromper você à mesa de jantar ou num congresso. Também pode significar mandar você calar a boca, ou ameaçá-la para silenciar você para sempre. Ele pode ser seu marido, seu pai, seu chefe ou editor, ou um estranho em alguma reunião ou num trem, ou um cara que você nunca viu e que está com raiva de alguma outra pessoa, mas julga que “as mulheres” constituem uma categoria tão pequena que você pode substituir esta por “aquela”. Ele está ali para lhe dizer que você não tem direitos (SOLNIT, 2017a, p. 172-173).

Foi o que aconteceu com a jornalista Bruna Dealtry, na época repórter do Esporte Interativo. Interrompida enquanto exercia seu trabalho por um homem que não conhecia, ela foi assediada durante a cobertura de uma partida da Copa Libertadores da América, no dia 13 de março de 2018. No dia seguinte, a repórter se manifestou em sua conta no Instagram, publicando um trecho do vídeo em que o torcedor tenta beijá-la.

Figura 1: Postagem da jornalista Bruna Dealtry sobre o momento em que foi assediada.



Foto/reprodução: Instagram Bruna Dealtry

Sempre fui uma repórter que adora uma festa de torcida. Não me importo com banho de cerveja, torcedor pulando, pisando no meu pé... sempre me deixo levar pela emoção e tento sentir o momento para fazer o meu trabalho da melhor maneira possível. Sempre me orgulhei por ter uma boa relação com todas as torcidas e por ser tratada com muito respeito!! Mas ontem, senti na pele a sensação de impotência que muitas mulheres sentem em estádios, metrô, ou até mesmo andando pelas ruas. Um beijo na boca, sem a minha permissão, enquanto eu exercia a minha profissão, que me deixou sem saber como agir e sem entender como alguém pode se sentir no direito de agir assim.<sup>7</sup> (DEALTRY, 2018).

<sup>7</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BgTdtO2AIL5/>. Acesso em: 16 de setembro de 2020.

---

Após o episódio, Dealtry teve a iniciativa de reunir mulheres que trabalham com o jornalismo esportivo em prol de um movimento contra o assédio que sofrem com frequência, e entre as jornalistas destacam-se nomes conhecidos, como Fernanda Gentil, Bárbara Coelho, Cris Dias e Carol Barcellos. A primeira publicação oficial na conta do Instagram atribuída ao movimento foi realizada no dia 25 de março de 2018: um vídeo de um minuto de duração, em preto e branco, que exibe notícias relatando os assédios sofridos por elas. Durante a realização desta pesquisa, o vídeo contava com mais de 24 mil visualizações e mais de 14,9 mil interações com a *hashtag* no Instagram. Essa ação permitiu que jornalistas esportivas de diferentes localidades e emissoras se unissem por meio do ciberativismo e da conscientização de um problema social – o assédio sexual. A *hashtag* #DeixaElaTrabalhar uniu 52 profissionais, entre apresentadoras, repórteres, produtoras e assessoras, na luta contra o assédio sexual e também o assédio moral.

Surgiu, então, o movimento, que, segundo as páginas no Instagram e Facebook foi um “Manifesto de jornalistas que trabalham com esporte. Contra o machismo e assédio nos estádios, redações, onde quer que aconteçam”. Ou seja, foi a tentativa das mulheres jornalistas de defender que o trabalho delas no esporte fosse tratado com respeito.

Esse movimento destaca o contra-agendamento, já que, por meio dele, Kelly Costa, que também é jornalista e foi vítima de assédio, participou do programa Altas Horas, transmitido pela Rede Globo, para divulgar a *hashtag* #DeixaElaTrabalhar. Ao chegar no *mass media* é possível notar a importância do tema ser de fato debatido, para que não só torcedores e colegas de trabalho, mas homens no geral, entendam que tolerar a violência de gênero, seja ela qual for, não é mais possível.

### **3.2 Mulher na sociedade através da Think Olga**

A Think Olga é uma ONG que atua junto à sociedade civil. Foi criada em 2013 por Juliana de Faria, jornalista. O movimento tem como missão “sensibilizar a sociedade para as questões de gênero e intersecções, além de educar e instrumentalizar pessoas que se identifiquem como agentes de mudança na vida das mulheres”<sup>8</sup>. O projeto está presente nas mais populares mídias sociais digitais, como o Twitter, o Facebook, o Instagram e o YouTube, além de ter um site próprio. Por meio das

---

<sup>8</sup> Disponível em: <https://thinkolga.squarespace.com/quem-somos> Acesso em 24 de setembro de 2020.

campanhas, visa entender o que é de fato “ser mulher”, e dentre as campanhas de maior sucesso, estão a “Chega de Fiu Fiu” e a “Primeiro Assédio”, ambas responsáveis por gerar debates na mídia e na opinião pública.

### 3.2.1 #ChegaDeFiuFiu: “Cantada não é elogio”

A “Chega de Fiu Fiu”, criada em 2013, gerou uma visibilidade incomum e surgiu com o objetivo de denunciar o assédio sexual, principalmente em locais públicos, buscando mostrar para a sociedade que o machismo e os assédios sofridos no cotidiano não são normais, machucam, humilham e amedrontam as mulheres.

Figuras 2 e 3: Ilustrações de divulgação da campanha.



Foto/reprodução: Think Olga

Após a divulgação inicial, uma pesquisa – que visava, segundo a Think Olga, “dar nome, tamanho e cara à questão do assédio sexual” – foi feita e obteve a participação de 7.762 mulheres, gerando uma amostragem que indicava que 99,6% das mulheres brasileiras já sofreram com assédios no espaço público, que 81% já deixaram de fazer algo por medo do assédio, que 83% não gostam de cantadas, que 85% já sofreram com a “mão boba” e que 90% já trocaram de roupa por medo de assédio. O resultado da pesquisa não só reforçou o quão frequente é o assédio sexual, mas evidenciou que as mulheres, mais uma vez, se colocam em segundo plano para evitar serem assediadas e, logo, culpabilizadas. Ainda com o objetivo de ajudar na conscientização sobre o assunto, em 2014 a Think Olga lançou um *e-book* com o título *Meu corpo não é seu: Desvendando a violência contra a mulher*. O livro possui dados de pesquisas sobre a violência sexual contra a mulher, reflexões atuais e depoimentos de mulheres que viveram situações de violência.

Já em 2016, pensando nos jornalistas e veículos de comunicação que não desejam compactuar com a cultura de violência contra a mulher, a Think Olga criou o

---

*Minimanual do Jornalismo Humanizado*, disponibilizado on-line e sendo a primeira parte intitulada *Violência contra a mulher*. Nele, foram colocados exemplos práticos e regras para evitar erros clássicos na abordagem de notícias relacionadas às mulheres, como “Não romantizar o ato”, “Estupro não é sexo”, “Não desmerecer a vítima”, “Não romantizar os agressores e o crime” e “Não julgar as vítimas por seu comportamento após o crime”.

Em 2018, a Think Olga voltou à “Chega de Fiu Fiu” para transformá-la em um vídeodocumentário que acompanhou o dia a dia de três mulheres – Raquel, Rosa e Teresa –, moradoras de três cidades brasileiras e com vidas distintas, cada uma enfrentando a violência de gênero à sua maneira.

### 3.2.2 #PrimeiroAssédio: inconformismo e revolta

A campanha Primeiro Assédio foi criada em 2015, com o objetivo de lutar contra a naturalização do assédio sexual sofrido por mulheres ainda na infância. Surgiu a partir do inconformismo da fundadora da ONG Think Olga com o caso de Valentina Schulz, na época com 12 anos, que, durante sua participação no MasterChef Júnior, na Band, recebeu comentários maldosos, criminosos e libidinosos nas redes sociais. Era possível ler coisas como “Ela tem os cabelos lisos e loiros, e os olhos claros. Se tiver consenso é pedofilia?” ou “Essa Valentina com 14 anos vai virar aquelas secretárias de filme pornô”<sup>9</sup>. As discussões sobre pedofilia e assédio aumentaram e Juliana, então, criou a *hashtag* no Twitter. Ela compartilhou seu primeiro assédio, sofrido aos 11 anos:

A primeira vez que eu sofri assédio foi no caminho da padaria para a minha casa e eu chorei. Uma senhora me viu chorando pelo caminho e foi tentar me consolar, quando eu contei para ela o que tinha acontecido, ela me disse que eu era boba. Eu não deveria estar chorando por isso. Eu tinha que aceitar como elogio, isso era algo bom, isso era positivo. E quando eu tivesse a idade dela, eu ia sentir falta. (FARIA, 2015)<sup>10</sup>.

O movimento chegou ao Facebook e, assim, iniciou-se um protesto que cresceu significativamente e promoveu diversos relatos de diferentes meninas espalhadas Brasil afora. Totalizou-se mais de um milhão de buscas, com 82 mil mensagens nas redes

---

<sup>9</sup> Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2015/10/22/politica/1445529917\\_555272.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2015/10/22/politica/1445529917_555272.html). Acesso em 24 de setembro de 2020.

<sup>10</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=BpRyQ\\_yFjy8](https://www.youtube.com/watch?v=BpRyQ_yFjy8). Acesso em: 18 de setembro de 2020.

---

sociais, sendo usadas para incentivar mulheres a contar suas experiências, evidenciando a faixa etária em que meninas são assediadas pela primeira vez, sendo a média de idade entre 9 e 10 anos.

A gente acha que o machista e o assediador é esse homem sem rosto e desconhecido pela rua que abusa das mulheres nas ruas escuras. Não é. Esses assediadores são pais, filhos, profissionais competentes, estão mais perto do que a gente imagina. O chefe que você admira, seu colega de trabalho que tem doutorado, aquele amigo que é carinhoso e engraçado. Porque o assédio é legítimo culturalmente, entendido como algo que faz parte do homem, como algo bom, um flerte, mas não é (FARIA, 2015)<sup>11</sup>.

O projeto Think Olga busca descaracterizar a vítima como culpada e conscientizar a população sobre a luta contra o assédio sexual, assunto necessário de ser debatido, mas que já foi banalizado, por ser algo impregnado na sociedade e enraizado tanto quanto o patriarcalismo, que fez com que o homem, por décadas, se sentisse livre para fazer com a figura feminina o que bem quisesse.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve o intuito de apresentar a luta das mulheres, por meio de movimentos sociais, contra o assédio sexual, que permanece sendo um desafio a ser superado. Além disso, buscou retratar porque a maioria das pessoas concorda que o comportamento da mulher pode motivar o assédio – julgamento que comprova que a cultura machista ainda está impregnada na sociedade e que visa a culpabilização da vítima.

Por meio dos movimentos sociais, ao longo da história, a sociedade lutou por melhorias nas condições políticas e sociais. Com o advento tecnológico, os movimentos não deixaram as ruas, mas tomaram as redes, gerando uma ampliação no alcance das pessoas e agregando mais participantes ao movimento.

O crescimento desse movimento e suas evoluções ao longo das ondas e vertentes representam um marco histórico na luta a favor da mulher. O surgimento do ciberativismo – que é a estrutura dos movimentos sociais dentro do mundo cibernético – gera a repercussão dos movimentos nas mídias sociais. Assim, torna-se possível a aceleração na produção de informações e o consumo imediato por qualquer usuário.

---

<sup>11</sup> Ibidem.

Nesse contexto, a internet surge como um espaço aberto e amplo para se discutir o feminismo, trazendo reconhecimento e liderança em manifestações por todo Brasil.

Ao longo desta pesquisa, foi possível constatar que o assédio sexual está ligado às relações de poder e à cultura machista imposta na sociedade, assim como à cultura patriarcal. A busca pelo empoderamento feminino deve permear todos os espaços sociais, perpassando instituições como a escola, a família, o mundo acadêmico e o do trabalho. Se, por um lado, existem questionamentos sobre “qual é o lugar da mulher na sociedade?”, por outro, a resposta é simples: o lugar em que quiser estar, sendo o que quiser ser, mas, acima de tudo, sendo respeitada.

## REFERÊNCIAS

ADICHIE, Chimamanda Ngozi. **Sejamos todos feministas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

BARRETTA, Leonardo Medeiros. CERVI, Emerson Urizzi. **Contra-agendamento: evoluindo na hipótese do agenda-setting**. In: INTERCOM. Santa Catarina, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2012/resumos/R30-1706-1.pdf>>. Acesso em: 21 de agosto de 2020.

BEAUVOIR, Simone de. **O Segundo Sexo: Volume 2, A experiência vivida**; 3ª edição. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2016.

BEZERRA, Fernanda Maia Almeida. BEZERRA, Glícia Maria Pontes. **Beleza que faz sentido: uma análise do discurso feminista adotado no novo posicionamento da Avon**. In: INTERCOM. São Paulo, 2016. Disponível em: <[http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/44503/1/2016\\_eve\\_fmabezerra.pdf](http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/44503/1/2016_eve_fmabezerra.pdf)>. Acesso em: 19 de agosto de 2020.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. 15ª edição. Trad. de Maria Helena Kühner. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2019.

CANAVILHAS, João. (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Portugal: Editora LabCom, 2014.

DEALTRY, Bruna. Instagram, Rio de Janeiro, 14 de maio de 2018. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BgTdtO2AIL5/>>. Acesso em: 12 de setembro de 2020.

FELGUEIRAS, Ana Cláudia M. Leal. **Breve Panorama Histórico do Movimento Feminista Brasileiro: Das Sufragistas ao Ciberfeminismo**. In: Revista Digital Simonsen, n. 6, 2017. Disponível em: <<http://www.simonsen.br/revista-digital/wp-content/uploads/2017/05/montagem-da-revista-Reparado111.pdf>>. Acesso em 07 de setembro de 2020.

MENDONÇA, Rhayssa Fernandes. BRAGA, Claudomilson Fernandes. **A Espiral do Silêncio e as Representações Sociais: Os Meios de Comunicação, a Legitimação e a Naturalização**. In: INTERCOM. Rio de Janeiro, 2015. Disponível em:

---

<<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-1788-1.pdf>>. Acesso em: 27 de agosto de 2020.

MIRANDA, Clarissa Mazon. **Estratégias de contra-agendamento em websites e blogs: exemplos de participação do público nos mídias.** In: INTERCOM. Caxias do Sul, 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1761-1.pdf>>. Acesso em: 21 de agosto de 2020.

PEREZ, Olívia Cristina. RICOLDI, Arlene Martinez. **A quarta onda feminista: interseccional, digital e coletiva.** 2019, 22 f. Monterrey, 2019. Disponível em: <<https://alacip.org/cong19/25-perez-19.pdf>>. Acesso em: 20 de agosto de 2020.

SHAW, Eugene. **Agenda-Setting and Mass Communication Theory.** International Communication Gazette: SAGE Journals, Leiden, v. 25, n. 2, p. 96-105, 1979.

SILVA, Cidinha da. **Feminismo negro.** In: HOLLANDA, Heloísa Buarque de. Explosão feminista. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

SILVA, Wagner Machado da. **Programa “Mister Brau” e o contra-agendamento: Quando a sociedade se impõe e pauta a mídia.** In: INTERCOM. Curitiba, 2017. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0528-1.pdf>>. Acesso em: 21 de agosto de 2020.

SOLNIT, Rebecca. **Os homens explicam tudo para mim.** São Paulo: Cultrix, 2017a.

SOLNIT, Rebecca. **A mãe de todas as perguntas: Reflexões sobre os novos feminismos.** São Paulo: Companhia das Letras, 2017b.

TIBURI, Marcia. **Feminismo em comum: Para todas, todes e todos.** Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2018.

TOLEDO, Ana Clara Bicalho. **Me empodera te empoderar.** 2017, 29 f. Monografia (Graduação em Comunicação Social) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: <<https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/6569/1/Atoledo.pdf>>. Acesso em: 7 de setembro de 2020.