



#PrimeiroAssedio - como a ONG *Think Olga* pauta o debate feminista no *Facebook*³¹

Cristiane Guilherme Bonfim³²

Márcia Vidal Nunes³³

Universidade Federal do Ceará (UFC)

Resumo: Este artigo tem como objetivo refletir sobre o impacto da campanha #PrimeiroAssedio, criada pela ONG *Think Olga* em 2015, na percepção de leitoras no *Facebook* sobre o tema. A *hashtag* incentivou o compartilhamento de conteúdo e agendou a mídia. Realizamos análise etnográfica de postagens no *Facebook* e entrevistas com mulheres que comentaram em *posts* da campanha. No cenário de geração de conteúdo em profusão, o ativismo digital é avaliado com alguma relativização, sem expectativa de mudança radical.

Palavras-chave: Assédio. Feminismo. Ciberativismo.

1 Introdução

A partir de outubro de 2015, surgiram, no Brasil, diversas campanhas na internet baseadas em causas que dizem respeito às mulheres. O surgimento de *hashtags*³⁴, com bandeiras feministas que ganharam visibilidade nas redes sociais – como #PrimeiroAssedio, #meuamigosecreto, #lutocontraaculturadoestupro, #jornalistascontraoassédio, #mexeucomumamexeucomtodas e #meucorponaoepublico – abordou assuntos historicamente marginalizados e geralmente tratados de forma estigmatizada por veículos de mídia.

A *hashtag* #PrimeiroAssedio surgiu após um episódio no qual uma das participantes do programa *Masterchef Infantil*, uma menina de 12 anos chamada Valentina Schulz, foi alvo de comentários de cunho pedófilo nas redes sociais. O objetivo da ONG *Think Olga*, responsável pela iniciativa, a princípio, era chamar a atenção da sociedade contra o discurso machista. Por causa da campanha, em um período de quatro dias, cerca de 80 mil pessoas

³¹ Trabalho apresentado ao II SEJA – Gênero e Sexualidade no Audiovisual realizado de 22 a 24 de novembro de 2017, na UEG Goiânia Câmpus Laranjeiras.

³² Mestranda em comunicação pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Contato com o autor: crisgbonfim@gmail.com

³³ Doutora em Sociologia pela Universidade Federal do Ceará (UFC) e professora titular do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFC. Contato com o autor: marciavn@hotmail.com

³⁴ Palavras-chave antecidas do símbolo # que são utilizadas para categorizar os conteúdos publicados nas redes sociais



divulgaram em seus perfis no Twitter³⁵ episódios de assédio pelos quais passaram, segundo o site da ONG. A *hashtag* se estendeu a outras redes sociais, como o *Facebook*³⁶.

Ferreira (2007, p. 207) considera que “a internet torna-se o palco para a publicização das informações de vários movimentos sociais, ONGs etc. É no ciberespaço que muitas organizações da sociedade civil tematizam suas questões por não terem acesso habitual ao espaço midiático hegemônico”.

A proposta deste artigo é lançar luz sobre o impacto dessa campanha, criada pela *Think Olga* em 2015, na percepção de leitoras do *Facebook* sobre o tema, a ponto de fazê-las contar a própria história de assédio e de agendar veículos de mídia a respeito do assunto. Como resultado do impacto que teve nas redes sociais, a iniciativa do coletivo repercutiu na mídia tradicional. Tornou-se pauta de publicações nacionais, como a revista “*Época*”, que citou a mobilização gerada pela *hashtag* e deu capa para o que denominou de “A Primavera das Mulheres”, na edição de 7 de novembro de 2015³⁷. A expressão é uma alusão à Primavera Árabe, que caracterizou movimentos políticos impulsionados pelo ciberativismo em nações como Tunísia, Líbia, Síria e Egito, resultando em revoluções ou guerras civis a partir de 2010.

Outra revista semanal de circulação nacional, a “*IstoÉ*”³⁸, também trouxe o tema na capa, com a manchete “O grito das mulheres”. No jornal local “*O Povo*”, de Fortaleza, o feminismo foi manchete de edição dominical naquela mesma semana, intitulada Feminismo – Renovada, a luta continua, na edição de 07 de novembro de 2015³⁹.

Para Lemos (2003, s/p), o ciberativismo se caracteriza por práticas sociais associativas de utilização da Internet por movimentos politicamente motivados. Os temas assédio e violência contra a mulher também foram abordados por dois dos maiores jornais brasileiros,

³⁵ Twitter é uma rede social e um servidor para microblogging, que permite envio e recebimento de atualizações pessoais. Foi criado em 2006 com mensagens limitadas a 140 caracteres.

³⁶ *Facebook* é uma rede social lançada em 2004. Com cerca de um bilhão de acessos diários de usuários em todo o mundo, é considerada a maior rede social da atualidade.

³⁷ Matéria da Revista *Época* - 07/11/2015 – A primavera das mulheres. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/vida/noticia/2015/11/primavera-das-mulheres.html>>. Acesso em 15/08/2017.

³⁸ Matéria da Revista *IstoÉ* – 06/11/2015. Disponível em: http://istoe.com.br/440121_O+GRITO+DAS+MULHERES/>. Acesso em 15/08/2017

³⁹ Matéria do *O POVO* - 08/11/2015 – Feminismo. Renovada, a luta continua. Disponível em: <<http://www.opovo.com.br/app/opovo/dom/2015/11/07/noticiasjornaldom,3530318/feminismo-renovada-a-luta-continua.shtml>>. Acesso em 15/08/2017



“Folha de S. Paulo”⁴⁰ e “O Estado de S. Paulo”⁴¹, dias depois do início da campanha #PrimeiroAssedio – respectivamente, nos dias 08/11/2015 e 09/11/2015.

As reportagens podem indicar que a expressividade alcançada pela campanha, nas redes sociais, acabou agendando a mídia tradicional. Para além disso, interessa saber como o discurso feminista da *Think Olga* foi trazido à tona no *Facebook* e se a atuação desse coletivo no debate e na promoção de causas intrinsecamente relacionadas às mulheres mobilizou estas a se pronunciarem, relatando casos de assédio que sofreram. Entretanto, é necessário ainda acompanhar mais detidamente de que forma estes conteúdos são apreendidos e se geram alguma ação fora das redes sociais ou mudança de comportamento.

Num primeiro momento, foram realizadas entrevistas por e-mail com mulheres, com idades de 23 a 64 anos, que comentaram em *posts* da campanha #PrimeiroAssedio. Das 20 pessoas para as quais foi enviado questionário, oito responderam sob a condição de anonimato. O critério para envio foi terem feito comentário em postagem da *Think Olga* sobre a *hashtag*. Destas, seis declararam ter compartilhado no próprio perfil ou em comentários nas postagens da ONG, no *Facebook*, casos de assédio vividos por elas.

Thompson (1998, p. 46) considera que estamos ativamente nos modificando por meio de mensagens e de conteúdo significativo oferecidos pelos produtos da mídia. Em que medida essas discussões sobre assédio, ainda pouco pautadas ou mesmo negligenciadas por veículos de mídia, ganham visibilidade e profundidade por meio de campanhas como a #PrimeiroAssedio é um ponto a ser avaliado ao longo desse artigo. O site *Think Olga* analisou aproximadamente três mil desses relatos e divulgou que, segundo estes casos, a média de idade da vítima do primeiro abuso, oscilava entre 9 e 10 anos⁴².

Para delimitar o *corpus* da pesquisa, analisei *posts* e comentários da *Think Olga* e de leitoras no *Facebook* de outubro de 2015 – quando a campanha começou. Esta escolha se deu por não haver limitação de caracteres nos textos e pela possibilidade de analisar a interação

⁴⁰ Matéria da Revista da Folha, 08/11/2015 - Ana Estela Haddad e Paola Carosella relatam o primeiro assédio Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2015/11/1703508-ana-estela-haddad-e-paola-carosella-relatam-o-primeiro-assedio.shtml?cmpid=facefolha>>. Acesso em 15/08/2017

⁴¹ Matéria do Estadão, 09/11/2015 – Violência contra a mulher se naturalizou, diz sociólogo. Disponível em: <<http://brasil.estadao.com.br/noticias/geral,violencia-contra-mulher-se-naturalizou--diz-sociologo,10000001479>>. Acesso em 15/08/2017

⁴² Dados dos relatos #PrimeiroAssedio no Twitter. Disponível em: <<http://thinkolga.com/2015/10/26/hashtag-transformacao-82-mil-tweets-sobre-o-primeiroassedio/>>. Acesso em 15/08/2017



com seguidores. Postagens sobre a campanha #PrimeiroAssedio chegam a ter 8,3 mil curtidas, 2,4 mil compartilhamentos e 277 comentários.

Feminismo e a nova esfera pública

A *Think Olga* identifica-se no perfil do *Facebook* como “ONG feminista que luta pelo empoderamento feminino por meio de informação”. Criado em 2013 em São Paulo, no próprio site o coletivo apresenta como missão “empoderar mulheres por meio da informação e retratar as ações delas em locais onde a voz dominante não acredita existir nenhuma mulher”. No *Facebook*, a *fanpage*, tem 176.468 seguidores atualmente⁴³.

A *hashtag* #PrimeiroAssedio teve mais de 11 milhões de buscas relacionadas no *Google* e foi destaque no *ranking* de Pesquisas do Ano de 2015 no *Google Trends*⁴⁴. A ferramenta mostra os mais populares termos buscados em um passado recente e gráficos com a frequência do que é procurado. Segundo o *Google Trends*, cresceu o número de pesquisas com perguntas como “o que é assédio sexual?”.

No site da *Think Olga*, um trecho de análise da campanha diz: “Informação é empoderamento”, e parabeniza mulheres que, “com muita coragem”, compartilharam histórias e incentivaram outras a fazer o mesmo. Houve tentativas de contato para obter mais dados para esta pesquisa, mas o coletivo informou, em junho de 2017, que adotou a política de não atender a pedidos acadêmicos.

A ONG está à frente de iniciativas para influenciar a cobertura jornalística. Criou um banco de fontes femininas (“Entreviste uma mulher”) e um “Minimanual de Jornalismo Humanizado”, que apresenta orientações contra o discurso sexista e orienta jornalistas para que “o jornalismo não colabore com a perpetuação de discursos de ódio”.

Maria João Silveirinha avalia que, no contexto acerca das identidades e em particular da ação dos novos movimentos sociais, o campo do comunicacional emerge como um espaço de luta político, considerado decisivo:

Às feministas competirá repolitizar o que os meios despolitizam. A questão torna-se, então, saber até que ponto as políticas de identidade são, na actual forma, minadas pela natureza aparentemente a-política da esfera pública mediatizada. (Silveirinha, 1997, p. 10).

⁴³ Quantidade de seguidores na rede social. Disponível em: < <https://www.facebook.com/thinkolga/>>. Acesso em 18/02/2018

⁴⁴ Dados do *Google Trends* sobre #PrimeiroAssedio. Disponível em: <https://trends.google.com.br/trends/story/BR_cu_Awe0NVEBAADmsM_en>. Acesso em 26/09/2017



O tema assédio sexual no *Facebook*

O surgimento de coletivos que se denominam feministas e que utilizam a internet para difundir o debate de questões como aborto, assédio sexual, representatividade na política e no mundo do trabalho vem trazendo à tona posicionamentos pessoais que provavelmente algumas mulheres não se sentiriam à vontade para declarar de forma presencial. Interessa ao prosseguimento desta pesquisa avaliar como esta atuação individual gera empatia de forma coletiva e se produz reflexão e atitudes de enfrentamento a práticas machistas ou sexistas. Para Neves, “o movimento específico da *hashtag* #PrimeiroAssedio insere-se na luta específica de uma identidade coletiva das mulheres, que questiona uma prática desrespeitosa, o assédio, como naturalizada pela sociedade” (2017, p. 4).

Em comentários dos *posts* da *Think Olga* sobre #PrimeiroAssedio no *Facebook*, algumas mulheres dizem só terem se dado conta de que foram vítimas de assédio ao se reconhecerem nos relatos de amigas e de desconhecidas, publicados nas redes sociais. Uma delas escreveu, em 23 de outubro de 2015, num comentário de postagem da *Think Olga* no *Facebook*: “pela primeira vez eu falei disso na vida e tirei 800kg das costas depois de 17 anos. Obrigada ♥”.

Figura 1 – Post da campanha no *Facebook*⁴⁵



Fonte: Fanpage da *Think Olga* no *Facebook*

⁴⁵ Imagem do comentário citado na fanpage da *Think Olga* e link para o post de 23 de outubro de 2015 no *Facebook* com o título #PrimeiroAssedio 29 mil tweets. Disponível em: <<https://www.facebook.com/thinkolga/photos/a.289412727860922.1073741826.289405207861674/694954033973454/?type=3&theater>>. Acesso em 15/08/2017



O assédio sexual, tema de abordagem delicada por expor situações íntimas e até traumas das vítimas, ganhou repercussão nas redes sociais e foi pauta em jornais, sites, TVs e rádios no Brasil, no período imediatamente posterior à campanha.

Neste episódio, os usuários das redes sociais repercutiram a campanha de forma a levá-la às matérias jornalísticas, num exemplo claro de que o esquema emissor-receptor passou por modificações após o surgimento da Web 2.0 e de suas possibilidades de interação. Neste caso, há um duplo fluxo entre emissores de veículos tradicionais de mídia e emissores que se expressam por meios de redes sociais com o uso da *hashtag* #PrimeiroAssedio.

As convenções de organização deste trabalho determinam e definem o que seja notícia e legitimam o processo produtivo das mesmas, constituindo o conceito de noticiabilidade, ou seja, a aptidão potencial de um fato para se tornar notícia ou, dito de outro modo, o conjunto de requisitos que se exige de um acontecimento para que ele adquira existência enquanto notícia; ou ainda, o conjunto de critérios que operacionalizam instrumentos segundo os quais os meios de comunicação de massa escolhem, dentre múltiplos fatos, aqueles que adquirirão o status da noticiabilidade” (Hohlfeldt, 2001, p. 208)

Ainda sobre o *post* de 23 de outubro, citado anteriormente, o perfil *Think Olga* no Facebook divulgou mensagem na qual agradece às mulheres que se mobilizaram⁴⁶.

Ontem foi um dia importante e poderoso, que deve ser respeitado. Foram mais de 29 mil tweets com a hashtag #PrimeiroAssedio. Bravamente, mulheres do país todo dividiram histórias sobre as violências sexuais que viveram durante a infância. A sexualização começa precocemente. E tão cedo quanto 7 anos, já nos tornamos reféns da cultura do estupro. (...) A ação faz parte da Chega de Fiu Fiu, nossa campanha que luta contra assédio sexual em locais públicos. Obrigada a todas as mulheres que confiaram na OLGA. Teremos, para sempre, o maior respeito e cuidado com as suas histórias. E vamos usá-las para lutar por uma sociedade que respeita as mulheres de forma integral.

O coletivo de comunicação estimulou, assim, a divulgação de testemunhos sobre assédio. Muitos episódios relatados foram vividos durante a infância, tal como relata comentário em *post* de 26 de outubro de 2015, no qual a ONG divulga que mulheres que

⁴⁶ Link para o texto do site com análise sobre a campanha #PrimeiroAssedio, citada em *post* de 23 de outubro de 2015 no Facebook. Disponível em: < <http://thinkolga.com/2015/10/26/hashtag-transformacao-82-mil-tweets-sobre-o-primeiroassedio/>>. Acesso em 15/08/2017.



usaram a *hashtag* contando sobre o #PrimeiroAssedio tinham em média 9,7 anos quando sofreram assédio⁴⁷. Comentários como o seguinte se multiplicaram na *fanpage*:

Figura 2 – Post da campanha no Facebook⁴⁸



Fonte: *Fanpage* da Think Olga no Facebook

Comigo foi com 8 anos e foi um tio. E minha mãe se sentindo culpada por me deixar na casa de tia para poder trabalhar. Afinal mesmo nos anos 80 se marido ganha bem, pra que a mulher tem que trabalhar? Não era pra o infeliz estar em casa e a presença da esposa não o impediu de me tocar. Como regra, ele me ameaçou pra não falar, mas eu contei pra minha mãe. A família inteira negou e faz de conta até hoje que não aconteceu. Eu só tenho saúde mental graças a minha mãe que enfrentou a família toda.

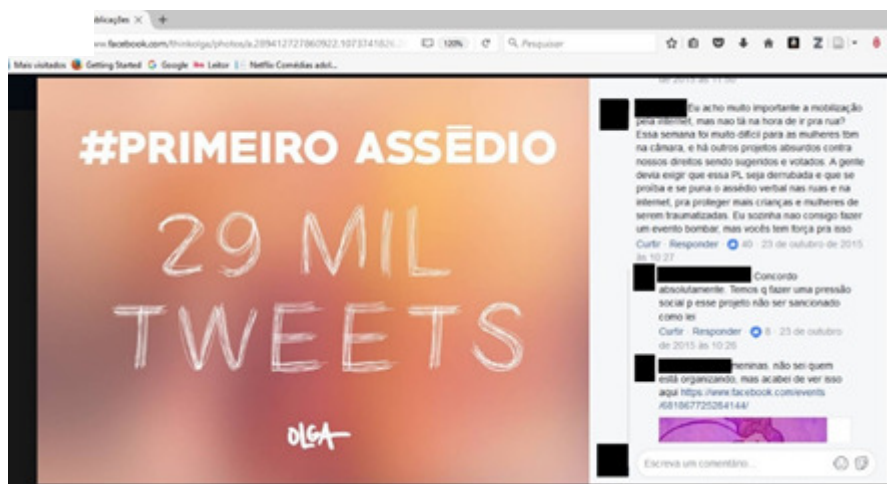
A mobilização gerada no *Facebook* estimulou, inclusive, cobranças por iniciativas presenciais. O que pode sugerir uma necessidade de ações efetivas que ultrapassem o ambiente virtual. Apesar disso, a postagem da seguidora não obteve resposta da *Think Olga* na *Fanpage*. Tampouco houve postagens seguintes na *Fanpage* chamando para reuniões, manifestações ou algum outro tipo de encontro presencial para debater o tema.

⁴⁷ Link para o post de 26 de outubro de 2015 sobre idade média de casos de assédio. Disponível em: <<https://www.facebook.com/thinkolga/photos/a.289412727860922.1073741826.289405207861674/694954033973454/?type=3&theater>>. Acesso em 15/08/2017.

⁴⁸ Imagem do comentário feito em post de 26 de outubro de 2015 em que leitora relata assédio na infância. Disponível em: <<https://www.facebook.com/thinkolga/photos/a.289412727860922.1073741826.289405207861674/694954033973454/?type=3&theater>>. Acesso em 15/08/2017.



Figura 3 – Post da campanha no Facebook



Fonte: Fanpage da Think Olga no Facebook

Eu acho muito importante a mobilização pela internet, mas não tá (sic.) na hora de ir pra rua? Essa semana foi muito difícil para as mulheres tbm (sic.) na câmara, e há outros projetos absurdos contra nossos direitos sendo sugeridos e votados. A gente devia exigir que essa PL seja derrubada e que se proíba e se puna o assédio verbal nas ruas e na internet, pra proteger mais crianças e mulheres de serem traumatizadas. Eu sozinha nao (sic.) consigo fazer um evento bombar, mas vocês tem força pra isso.

Entre as mulheres entrevistadas que comentaram em *posts* da #PrimeiroAssedio, uma delas, de iniciais R. S., 32 anos, do Rio Grande do Sul, disse ter compartilhado, no próprio perfil do Facebook, dois episódios de assédio pelos quais passou na infância. Ela comentou repercussões que a *hashtag* gerou em relação ao próprio comportamento:

Em primeiro lugar, ela (a campanha #PrimeiroAssedio) me fez lembrar dos meus primeiros, um com 6 ou 7 anos, outro com uns 11 ou 12. Talvez eu tenha ficado mais alerta quanto ao comportamento masculino em relação a esse “poder” essa “intimidação” que eles tentam nos aplicar. E perceber mais ainda o quanto é importante cuidar das nossas crianças. Tentei problematizar o assunto com mães que conheço, para que fiquem alertas tbm (sic.), e nunca ignorem nada que o filhos (sic.) falarem. Pois aquele senhor que quase me beijou quando era criança, foi visto como um senhor “carinhoso” (ele era pai de um funcionário do meu pai e estávamos em um churrasco) meu pai até comentou com a minha mãe que aquele senhor nao (sic.) desgrudava de mim, minha mãe disse; pq vc (sic.) (eu) não saiu de perto se ele tava te enchendo?”.



Uma outra mulher pesquisada, C. M., 38 anos, de São Paulo, disse o que achou da #PrimeiroAssedio, iniciativa que a fez compartilhar um caso de assédio que declarou ter sofrido na infância, mas que “não era tão intenso ou chocante como muitos outros postados”.

Eu acho a campanha excelente, pois ela joga luz em um assunto que pode ficar velado, pode passar como algo que “não se comenta”, pode erroneamente causar vergonha nas mulheres quando só quem deveria se envergonhar era o assediador por tal comportamento. Eu acho que eu falo mais sobre o assunto (depois da campanha), discuto mais com amigas e amigos que comportamentos são aceitáveis ou não e isso é sempre bom.

“Não tive coragem de falar sobre nenhum assédio específico, mas falei o quanto admirava quem tinha essa coragem e que os depoimentos delas faziam com que eu me sentisse menos sozinha e me motivavam a lutar por uma sociedade melhor”, disse N. M., 23 anos, estudante universitária de São Paulo, em entrevista respondida por e-mail. Outra entrevistada, A. S., 31 anos, de Salvador, declarou o que sentiu após escrever um *post* contando um episódio de assédio vivido. “Foi libertador. Precisava falar sobre isso”, disse.

A maioria das entrevistadas não participou de reuniões, debates ou manifestações públicas presenciais, relacionados diretamente a lutas feministas depois da mobilização virtual que ajudaram a realizar. N. M. participou de um protesto no Dia Internacional da Mulher, 8 de março, em 2017

Costumo (ir a atos), mas tenho ido menos esse ano por sentir que nada de efetivo acontece depois de manifestações que não interessam aos governantes, além do risco de se machucar devido à truculência da PM. A última que fui foi 8 de março de 2017 em São Paulo, no Dia da Mulher. A proposta era um dia de greve geral de mulheres, o lema da manifestação era “se nossas vidas não valem, produzam sem nós”.

A campanha #PrimeiroAssedio traz à tona o combate à violência, uma das bandeiras do movimento feminista, que alcança uma grande diversidade de perspectivas na dimensão teórica e política. A abordagem das correntes que se encontram subdivididas — fundamentalmente, feminismo radical, social e liberal — não será detalhada neste artigo.

Cirne destaca a necessidade de diferenciação entre movimento de mulheres e movimento feminista, que “em termos mais teóricos e históricos, reside no conteúdo de suas reivindicações”. Enquanto o primeiro está mais ligado às demandas sociais, como melhoria das condições de vida e de trabalho, o segundo pauta também temas mais polêmicos, como sexualidade, aborto, violência, autonomia e direitos civis e políticos. “Contudo, no Brasil, a



trajetória histórica do feminismo e dos movimentos de mulheres se confundiram significativamente” (Cirne, 2014, p. 129).

Impulsionado pelo contexto do pós-Revolução Francesa, o feminismo como movimento político e intelectual surgiu na virada do século XVIII para o século XIX (Miguel; Biroli, 2014). A luta organizada das mulheres ganhou terreno, levantando bandeiras contra a dominação masculina e pela conquista de direitos há pouco mais de 200 anos. Malcher (2016, p. 45) destaca que, após os anos 1970, houve a multiplicação das possibilidades de feminismo e a complexificação de algumas questões excluídas do debate clássico do movimento feminista. Nesse contexto pós-modernista, ganharam espaço palavras como empoderamento, representatividade e direitos. Interessa a esta pesquisa abordar como estas questões são trabalhadas nos *posts* da *Think Olga*.

Embora um certo senso comum, muito vivo no discurso jornalístico, apresente a plataforma feminista como “superada”, uma vez que as mulheres obtiveram acesso à educação, direitos políticos, igualdade formal no casamento e uma presença maior e mais diversificada no mercado de trabalho, as evidências da permanência da dominação masculina são abundantes. Em cada uma destas esferas – educação, política, lar e trabalho – foram obtidos avanços decerto, mas permanecem em ação mecanismos que produzem desigualdades que sempre operam para a desvantagem das mulheres (Miguel, 2014, p. 17-18).

Nessa perspectiva de busca por mais representatividade, os movimentos das mulheres e diversos grupos feministas se lançaram na disputa política na internet a partir dos anos 1990 (Natansohn, 2013, p. 23). O marco inicial da reivindicação da comunicação como direito humano básico foi uma conquista da Conferência Internacional da Mulher, em Beijing (1995). Esses coletivos, para Natansohn (2013, p. 23), estavam conscientes dos limites, mas também das imensas potencialidades das redes digitais, suas contradições e complexidade e de sua natureza mais política que técnica.

Passadas duas décadas, o movimento das mulheres e as feministas só agora parecem estar prestando atenção ao tema. Não é apenas um problema de competências tecnológicas o que está em jogo numa política feminista para as TIC's⁴⁹, mas, sim, de entender o alcance político e social da cultura digital e do entorno tecnológico como forma de vida contemporânea, como o ambiente onde se desenvolve a nossa vida e nossas lutas. (Natansohn, 2013, p. 24)

O contexto da internet possibilitou o surgimento e crescimento de coletivos que trabalham as questões de gênero, como o Instituto Patrícia Galvão e Articulação Mulher e

⁴⁹ Tecnologias de Informação e Comunicação



Mídia, começando a gerar um trabalho mais articulado de atuação representativa, com dados e com discurso organizados sobre as mulheres no Brasil. O movimento feminista é considerado o exemplo mais notável de atividade de contrapúblicos do fim do século XX, notando a sua orientação publicista na disseminação das reivindicações feministas (Fraser apud Silveirinha, 1998, p. 20).

Minorias em rede

Com os anos 2000 e o desenvolvimento de um ambiente de mutação das mídias, desenha-se uma configuração diferente, caracterizada por três princípios básicos da cibercultura: liberação da emissão, conexão generalizada e reconfiguração social, cultural, econômica e política (Lemos; Lévy, 2010, p.46). É o ambiente onde se desenvolve o ciberativismo, referente a práticas sociais associativas de utilização da Internet por movimentos politicamente motivados com o intuito de alcançar novas e tradicionais metas (Lemos, 2003).

A conectividade, antes permitida com o uso do computador pessoal, passa a ser obtida agora com dispositivos móveis. O paradigma emissor-receptor também é quebrado. Cada emissor também é um receptor na expansão do ciberespaço. É nesse contexto que está inserida a atuação da *Think Olga*, objeto de estudo deste artigo.

Esses movimentos sociais em rede são novos tipos de movimentos democráticos, movimentos que estão reconstruindo a esfera pública no espaço de autonomia constituído em torno da interação entre localidades e redes da internet, fazendo experiências com as tomadas de decisão com base em assembleias e reconstituindo a confiança como alicerce da interação humana. Eles reconhecem os princípios que se anunciaram com as revoluções libertárias do Iluminismo, embora distingam a permanente traição desses princípios, a começar pela negação original da cidadania plena para mulheres, minorias e povos colonizados (Castells, 2013, p. 177).

Interessa a este artigo, portanto, estudar se de alguma forma o conceito de uma esfera pública burguesa (Habermas apud Lemos; Lévy, 2010, p. XX) como dimensão do social mediadora entre o Estado e a sociedade se ampliou e ganhou sujeitos com papéis mais plurais. Pois é essa nova esfera pública digital, com a marca da colaboração, através da qual as pessoas integram redes de troca de conteúdos que elas mesmas fornecem, filtram e organizam



que abriu terreno para o surgimento de iniciativas de coletivos como a *Think Olga*, com atuação principalmente em meios virtuais.

O papel das redes sociais nesse contexto atualiza os conceitos de esfera pública e de opinião pública, tal como aborda Recuero.

Os sites de rede social, com isso, podem ser compreendidos como elementos ampliadores da esfera pública que proporcionam um espaço onde, além da sociabilização, os atores podem expressar e reproduzir opiniões políticas e ideias que contribuem para o debate público. A facilidade técnica para produzir e reproduzir mensagens de manifestação e apoio (curtindo ou retuitando, por exemplo) é condizente com um conceito de opinião pública como uma rede de comunicações intermediando múltiplas relações entre sistemas sociais (Recuero, 2015, p. 35)

O ambiente político democrático pós-1985 no Brasil facilitou a mobilização para eventos como o I Fórum Social Mundial, realizado no país em 2001, considerado um marco para a organização de movimentos contra-hegemônicos, tornado possível graças ao crescimento de conexões e profusão de mídias. Essa nova esfera pública digital traz as relações entre pares e a colaboração como características principais, que se diferenciam da ideia de centro emissor das mídias tradicionais, evoluindo para um sistema de maior distribuição horizontal (Lemos; Lévy, 2010, p. 50).

É na internet, por meio do uso de *hashtags* e de mobilizações em rede, que a *Think Olga* tem atuado nacionalmente no combate ao assédio e na abordagem de temas relacionados às mulheres. Prudêncio (2014, p. 88) observa, entretanto, que o “ativismo digital está menos relacionado a grandes causas de movimentos sociais e mais a campanhas específicas cujas marcas são as *hashtags* e o compartilhamento de conteúdo informativo para mobilizar quadros de atores coletivos e individuais”.

Num contexto em que minorias buscam representação política e representatividade, a internet assume, portanto, papel central, tendo em vista a facilidade de utilização desse meio para difundir informações por meio de textos, vídeos, imagens e áudios. Para Wolton (2011), distinguir as lógicas e organizar a convivência entre elas é o desafio num mundo saturado de informações e conhecimentos cada vez mais acessíveis ou gratuitos.

Nos últimos 20 anos o mundo inteiro engoliu o mito da internet, convencido de que 6,5 bilhões de internautas levariam a uma “autêntica” comunicação. A comunicação resulta, na sua forma contemporânea, desta tripla revolução: liberdades humanas, modelos democráticos e progressos tecnológicos. Estamos atualmente numa



encruzilhada. Duas ideologias ameaçam a comunicação: o individualismo, ou seja, a redução da comunicação à expressão e à interatividade, e o comunitarismo, isto é, a marginalização da questão da alteridade e a possibilidade do encerramento em espaços virtuais. (Wolton, 2010, p 24)

Cabe, assim, ressaltar que no cenário de geração de conteúdo em profusão e da participação de muitos falando para muitos a atuação política nas redes sociais é aqui analisada com alguma relativização e sem expectativa de mudanças radicais a curto prazo. Jenkins (2014), por exemplo, considera que devem ser abordadas com “ceticismo saudável” as estruturas e práticas que surgem a partir dessa cultura colaborativa.

A rápida expansão da cultura participativa é um desafio contínuo: as comunidades crescem mais rápido do que sua capacidade de socializar suas normas e expectativas, e essa escala acelerada dificulta a manutenção da intimidade e da coerência das formas anteriores de cultura participativa. Os membros são seduzidos de todos os lados para adotar práticas que não necessariamente se alinham com os seus próprios interesses e, é claro, a participação geralmente envolve algum grau de vínculo estreito com as lógicas comerciais. (Jenkins, 2014, posição 3627)

Considerações finais

A campanha #PrimeiroAssedio trouxe à tona o debate sobre assédio sexual, um tema tabu no âmbito da internet e estimulou leitoras a contar suas próprias experiências com esse tipo de violência por meio de testemunhos nas redes sociais. O coletivo *Think Olga* usou a atuação na internet para influenciar a esfera pública. Os casos de assédio sexual contados no *Facebook*, após a *hashtag*, numa espécie de catarse coletiva, geraram empatia e solidariedade de outras mulheres que também compartilharam e comentaram essas postagens, a ponto de ampliar o debate sobre o tema na rede social e levá-lo aos meios de comunicação, por meio de reportagens sobre o tema em veículos como TV, jornais e revistas.

A mobilização virtual gerou mudança de comportamento nas próprias participantes da campanha entrevistadas, que disseram ter voltado a abordar cotidianamente, e fora das redes sociais, o tema da *hashtag*, sobre o qual não falavam ou pouco discutiam antes. Apesar de a iniciativa ter gerado essa interação e participação coletiva por meio das redes sociais, algumas mulheres entrevistadas disseram não ter participado de outras ações que dessem continuidade à mobilização fora do âmbito da internet, como manifestações nas ruas e acompanhamento de ações políticas que garantissem maior proteção às mulheres.



A instantaneidade do ambiente virtual gera o questionamento sobre até que ponto os inúmeros *likes* se convertem em ações efetivas. As respostas das entrevistadas sinalizam que campanhas como essa têm relevância ao alcançarem repercussão fora das redes, mas indicam que as mudanças geradas no combate ao assédio foram o diálogo mais frequente sobre o tema. Essa repercussão, entretanto, ainda fica restrita ao âmbito individual ou ao círculo de pessoas mais próximo, amigos e parentes.

Referências

CASTELLS, Manuel. *Redes de Indignação e Esperança: movimentos sociais na era da Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2013.

CIRNE, Mirla. *Feminismo e consciência de classe no Brasil*. São Paulo: Cortez 2014

FERREIRA, Jairo; VIZER, Eduardo A. *Mídia e movimentos sociais: linguagens e coletivos em ação*. São Paulo: Paulus, 2007.

HOHLFELDT, Antonio. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Org.). *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis: Vozes, 2001, p. 187-240.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. *Cultura da conexão*. São Paulo: Aleph, 2014.

LEMOES, André. Ciberativismo. Correio Braziliense. Brasília 15 de novembro de 2003, Caderno Pensar, 2003._____; LÉVY, Pierre. *O futuro da Internet: em direção a uma ciberdemocracia*. São Paulo: Paulus, 2010

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 2010.

MALCHER, Beatriz Moreira da Gama. *Crítica, moral e espetáculo – o caso do feminismo digital*. Dissertação (mestrado) – UFRJ/ ECO/ Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, 2016.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. *Feminismo e política: uma introdução*. São Paulo: Boitempo, 2014.

NATANSOHN, Graciela. *Internet em código feminino – teorias e práticas*. Buenos Aires: La Crujía, 2013

NEVES, Glaucia Salvador. O caso hashtag #primeiroassédio: narrativas testemunhais como semântica coletiva nas lutas por reconhecimento no contexto digital. In: VII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VII



Compolítica), 2017, *Anais...* Porto Alegre: editora da publicação, paginação da página referenciada, ano da publicação.

PRUDÊNCIO, Kelly. Micromobilizações, alinhamento de quadro e comunicação política. *Revista ComPolitica*, n. 4, v. 2, p. XX-XX, edição agosto-dezembro de 2014

RECUERO, Raquel. *Análise de redes para mídia social*. Porto Alegre: Sulina, 2015.

SILVEIRINHA, Maria João O discurso feminista e os estudos dos media: em busca da ligação necessária. *Título da revista*, local, v., n., páginas, mês, ano. Accedido el 23 (1998).

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Editora Vozes Limitada, 1998.

WOLTON, Dominique. *Informar não é comunicar*. Porto Alegre: Sulina Gedisa, 2010.