

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO**

**Chega de Fiu Fiu: O papel do ciberfeminismo na
construção do feminismo na era da Web 2.0**

Vanessa Cristine Zaccharias de Souza

Bauru

2015

VANESSA CRISTINE ZACCHARIAS DE SOUZA

**Chega de Fiu Fiu: O papel do ciberfeminismo na construção do
feminismo na era da Web 2.0**

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação em
Comunicação Social – Jornalismo, apresentado à
Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da
Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita
Filho”.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Larissa Maués Pelúcio Silva

**Bauru
2015**

VANESSA CRISTINE ZACCHARIAS DE SOUZA

**CHEGA DE FIU FIU: O PAPEL DO CIBERFEMINISMO NA CONSTRUÇÃO DO
FEMINISMO NA ERA DA WEB 2.0**

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação em Comunicação Social –
Jornalismo, apresentado à Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da
Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho".

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Larissa Maués Pelúcio Silva

Prof^a. Dr^a. Lidia Maria Vianna Possas

Prof^a. Mayra Fernanda Ferreira

Bauru, _____

*Ao meu irmão, pelos ouvidos
atentos e a mente aberta*

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, por todos os sacrifícios feitos para que eu e meu irmão sempre tivéssemos acesso à informação e à educação, além de todo o amor e cuidado devotados a nós.

À minha vó, por sempre me esperar com seus pães caseiros quando eu volto para casa.

À minha orientadora, Larissa Pelúcio, por toda a paciência e o conhecimento compartilhado durante a elaboração deste trabalho.

À minha professora de canto, por me ajudar a relaxar e me tranquilizar com uma das atividades que mais gosto de praticar.

Aos meus amigos, que viraram irmãos depois desses quase quatro anos e meio de convivência, descobertas e experiências na cidade sem limites.

“Não podemos ser todos bem-sucedidos se metade de nós ficar para trás”

Malala Yousafzai

RESUMO

Esta monografia tem como objetivo abordar o ciberfeminismo, um fenômeno social e político recente, na construção do feminismo na era da Web 2.0 a partir de conteúdos produzidos por mulheres, para mulheres e sobre mulheres e veiculados na internet por meio de blogs e redes sociais. Para isso, será feito um estudo de caso do *think tank Olga* e seus desdobramentos em blog, redes sociais e campanhas contra o assédio sexual batizadas de *Chega de Fiu Fiu*. Para analisar esse material, o pensamento pós-estruturalista foi o escolhido, junto ao saber situado, por suas afinidades com a perspectiva feminista.

PALAVRAS-CHAVE: ciberfeminismo, feminismo, Web 2.0, mídias sociais

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Arte de Gabriela Shigihara, que também desenvolveu a identidade visual da campanha_____	43
Figura 2: Arte de Cecilia Silveira_____	44
Figura 3: Arte de Renata Miwa_____	44
Figura 4: Gráfico com o número de ocorrências de cada tipo de assédio cadastrado no mapa <i>Chega de Fiu Fiu</i> e sua porcentagem correspondente_	50
Figura 5: Gráfico com o número de ocorrências registradas no mapa <i>Chega de Fiu Fiu</i> de acordo com o período do dia em que aconteceram_____	51
Figura 6: Gráfico comparativo entre as faixas etárias de mulheres que foram vítimas de assédio e compartilharam um depoimento no site <i>Chega de Fiu Fiu</i> _____	52
Figura 7: Gráfico com o número de ocorrências registradas no mapa <i>Chega de Fiu Fiu</i> de acordo com a cor das vítimas_____	53
Figura 8: Número de postagens no grupo <i>Talk Olga</i> por categoria no período de 15 a 30 de março de 2015_____	64
Figura 9: Alguns dos tweets publicados pelo perfil do <i>Think Olga</i> na intervenção online “#homensrisque”_____	69

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1. BREVE CONTEXTO HISTÓRICO DO FEMINISMO E DO CIBERFEMINISMO	15
2. OS NOVOS CAMINHOS DA COMUNICAÇÃO SOCIAL E DO JORNALISMO NA CULTURA DA CONVERGÊNCIA	24
2.1. Convergência midiática e segunda tela	24
2.2. E o Jornalismo?	29
3. THINK OLGA E AS VÁRIAS FACES DO CIBERFEMINISMO	32
3.1. Campanhas e materiais lançados	38
3.1.1. 100 vezes Cláudia	38
3.1.2. Entreviste uma mulher	40
3.1.3. <i>Chega de Fiu Fiu</i> – o início	41
4. MAPA COLABORATIVO CHEGA DE FIU FIU E A LUTA CONTRA O ASSÉDIO SEXUAL EM ESPAÇOS PÚBLICOS	47
4.1. Dados	50
4.2. Cartilha sobre assédio sexual em parceria com a Defensoria Pública do Estado de São Paulo	54
4.3. Documentário “ <i>Chega de Fiu Fiu</i> ”	55
4.4. E-book “ <i>Meu Corpo Não É Seu</i> ”	57
5. TALK OLGA, MÍDIAS SOCIAIS E O ESPAÇO QUE FALTAVA PARA DISCUSSÕES	59
5.1. <i>Talk Olga</i>	59
5.1.1. Tipo de conteúdo compartilhado e debatido dentro do grupo	61
5.1.2. Desacordos e conflitos	66
5.2. Breves descrições de outras maneiras de interações entre o <i>Olga</i> e seu público em redes sociais	68
5.2.1. Página do blog no Facebook	68
5.2.2. Perfil no Twitter	68
5.2.3. Perfil no Instagram	70
5.2.4. Perfil no Pinterest	70
CONSIDERAÇÕES FINAIS	71
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	75
ANEXOS	80

INTRODUÇÃO

O ciberfeminismo, como fenômeno social e político, é recente. Seus primeiros passos foram dados junto à chamada terceira onda feminista, iniciada entre as décadas de 1980 e 1990 (MAYORGA, 2014), e levavam a ideia de que as Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC) podiam transformar a sociedade, os próprios meios tecnológicos e as posições de gênero convencionais. Ao ter como objetivo criar uma rede de comunicação entre as mulheres e continuar lutando por espaço de fala, o ciberfeminismo – neste trabalho entendido como “uma prática feminista em rede, que tem por intuito, tanto politicamente, quanto esteticamente, a construção de novas ordens e desmontagem de velhos mitos da sociedade através do uso da tecnologia” (MARTÍNEZ-COLLADO e NAVARRETE, 2006 apud LEMOS, 2009) – gera um ambiente de trocas de ideias e militâncias.

Em busca desse espaço, sites e páginas no Facebook – muitas vezes interligados – surgem, primeiramente, como ambiente para expressão e construção de conteúdo para visibilizar suas ideias e experiências. Como consequência disso, elas também alcançam esse público e conversam com ele. A revista online americana *Everyday Feminism* – cuja visão e linha editorial se alinham com o feminismo interseccional e com a vontade de tirar do silêncio questões de gênero importantes para que todos os seres humanos sejam respeitados como merecem –, por exemplo, chega a ter mais de 4,5 milhões de visitas por mês vindos de mais de 200 países¹, e sua página no Facebook tem mais de 290 mil curtidas². Já a organização não-governamental brasileira *Católicas Pelo Direito de Decidir* tem mais de 28 mil curtidas³ em sua página e mantém um portal com notícias sobre suas ações. A ONG trabalha de forma articulada a outras católicas feministas pelo mundo e com os mesmos propósitos⁴.

Em agosto de 2013, a jornalista, escritora e editora da revista *Superinteressante* Karin Hueck inicia uma pesquisa sobre a forma insidiosa como

1 Disponível em <<http://everydayfeminism.com/about-ef/>>. Acesso em: abr. 2015.

2 Até 5 de abril de 2015. Disponível em: <<https://www.facebook.com/everydayfeminism>>.

3 Até 5 de abril de 2015. Disponível em: <<https://www.facebook.com/catolicasdireitodecidir>>.

4 Disponível em <<http://catolicas.org.br/institucional-2/nosso-trabalho/>>. Acesso em: abr. 2015.

homens de diferentes idades, raça e classe dirigem-se em espaços públicos a mulheres, também com diferentes perfis socioculturais, que são desconhecidas para eles. A iniciativa foi chamada de “*Chega de Fiu Fiu*”, e foi divulgada pela internet visando recolher informações sobre o assédio sexual sofrido por mulheres em ambientes públicos e/ou profissionais, a fim de preencher a lacuna que pesquisas tradicionais deixavam quando tratam de igualdade de gênero. O resultado mostrou números preocupantes que levaram o blog do *think tank Olga* (mais conhecido no meio ciberfeminista brasileiro por *Think Olga*), website que hospedava a pesquisa, a não se limitar a isso e sim expandir o projeto para uma campanha tão completa quanto fosse possível.

Como parte dessa campanha, foi lançada uma ferramenta colaborativa na internet chamada também de *Chega de Fiu Fiu*. Ela é constituída de um mapa no qual mulheres e homens podem relatar onde sofreram ou assistiram a um episódio de assédio sexual e como foi o ocorrido⁵.

Outras ações da página *Chega de Fiu Fiu* abrangem a parceria com ilustradoras, que criaram imagens sobre como elas encaravam o abuso sexual, o lançamento de uma cartilha sobre assédio sexual feita em parceria com a Defensoria Pública do Estado de São Paulo, o e-book “*Meu Corpo Não É Seu*” e um documentário, ainda em desenvolvimento, que tem como objetivo mostrar de que formas o assédio acontece no dia a dia das mulheres selecionadas para participar do filme.

A presença do *Olga* nas mídias sociais vai além de manter páginas e perfis em redes sociais como Twitter, Instagram e Facebook, onde se mantém também um grupo fechado⁶ para que os temas que envolvem a vivência das visitantes do

5 Faz-se necessário notar que se entende juridicamente por assédio sexual “constranger alguém com o intuito de obter vantagem ou favorecimento sexual, prevalecendo-se o agente da sua condição de superior hierárquico ou ascendência inerentes ao exercício de emprego, cargo ou função” segundo Art. 261-A do Código Penal. Há também o Art. 61 da Lei nº 3688/1941, que diz que “importunar alguém, em lugar público ou acessível ao público, de modo ofensivo ao pudor” é uma contravenção penal, associado às abordagens desagradáveis recebidas pelas mulheres nas ruas. O Art. 233 do Código Penal condena a prática de “ato obsceno em lugar público, ou aberto ou exposto ao público” e, por fim, o Art. 213 descreve o crime de estupro por “constranger alguém, mediante violência ou grave ameaça, a ter conjunção carnal ou a praticar ou permitir que com ele se pratique outro ato libidinoso”. Essas modalidades também são tratadas como tipos de assédio sexual pela campanha e pelo site.

6 Um grupo fechado no Facebook caracteriza-se por não deixar seu conteúdo em modo público, ou seja, usuários da rede social que não fazem parte do grupo não podem ver o que é postado nele. Para fazer parte de um grupo fechado, deve-se requisitar a participação ou ser adicionado por algum perfil que já é

blog com o feminismo possam ser ouvidos e discutidos com outras leitoras. Lá, elas podem postar notícias publicadas em portais, jornais, revistas ou programas de televisão e comentar sobre a abordagem feita pelo veículo, mostrar peças de publicidade consideradas por elas positivas ou negativas, fazer depoimentos sobre situações vividas pelas integrantes, empoderar⁷ umas às outras, entre várias outras possibilidades.

Como estudo de caso, será analisado o papel do blog, do mapa *Chega de Fiu Fiu* e do grupo dentro do ciberfeminismo. Segundo Magda Maria Ventura,

o estudo de caso como modalidade de pesquisa é entendido como uma metodologia ou como a escolha de um objeto de estudo definido pelo interesse em casos individuais. Visa à investigação de um caso específico, bem delimitado, contextualizado em tempo e lugar para que se possa realizar uma busca circunstanciada de informações. (VENTURA, 2007: p.384)

Para empreender esta análise, cuja pergunta hipótese é “Como o ciberfeminismo constrói o feminismo na era da Web 2.0 a partir de blogs e mídias sociais com conteúdo produzido por mulheres, para mulheres e sobre mulheres?”, trabalho orientada por uma perspectiva epistemológica feminista inspirada na proposta de saber situado, elaborado pela teóricaa feminista Donna Haraway. Segundo Beatriz Preciado em uma entrevista para Jesús Carillo publicada nos *Cadernos Pagu*,

membro dele. A seguir, deve-se aguardar a aprovação do(s) administrador(es) do grupo para poder começar a interagir no espaço.

- 7 Segundo Lidia M. V. Possas, “[a] discussão teórica sobre “empoderamento” de [Irene Rodriguez] Manzano, 2006, p. 36-37 trata das relações de gênero tendo em vista as teorias econômicas e o desenvolvimento, colocando a feminização da pobreza e retomando o termo empoderamento, justamente no período de crescimento do movimento de mulheres do Terceiro Mundo”. Assim, o conceito de “empoderar” vai além da concepção tradicional de “poder” e adquire um triplo sentido, como o de quando as mulheres têm “uma capacidade de articular suas aspirações e estratégias de mudança”, quando elas “adquirem uma habilidade para desenvolver capacidades e estratégias de acesso às suas aspirações” e “quando elas conseguem articular seus interesses coletivos e de organização com outras mulheres e homens para alcançar as mudanças”.

O saber situado é para Donna Haraway a prática da objetividade subalterna, frente ao saber científico e universal portador dos valores da colonização, da heterossexualidade e do patriarcado. Trata-se de uma política desnaturalizada, estruturada em torno de vínculos sintéticos de afinidade, de políticas que unem as diferenças, alianças a partir da descontinuidade e não a partir do consenso, através do que Chela Sandoval chama de “redes de posicionamento diferencial”. (CADERNOS PAGU, 2007: p.393)⁸

Isso significa levar em conta os eixos de desigualdade entre homens e mulheres e também entre mulheres e mulheres, afinal nós também podemos fazer parte de grupos sociais diferentes entre nós. É necessário, então, lembrar que isso gera uma fragmentação das subjetividades e conhecimentos distintos sobre as desigualdades. Ou seja, o saber de cada um será parcial e situado.

O referencial teórico analítico usado dialoga com a corrente interseccional do feminismo, visto que inclusive o próprio *Think Olga* divulga ter intimidade com esse pensamento ao convidar autoras de diversas áreas do feminismo com experiências de vida diferentes para colaborar com textos para o blog e ao exibir no mapa *Chega de Fiu Fiu* a possibilidade de cadastrar um assédio como, além de outros tipos de violência, racismo, homofobia e transfobia, já que essas categorias podem também estar relacionadas à violência de gênero.

A vertente interseccional do feminismo acredita que o feminismo é plural, jamais podendo ser um só, visto que as mulheres são diferentes entre si e sofrem opressões diferentes baseadas em categorias sociais como cor, etnia, sexualidade, classe, capacidades físicas e/ou mentais etc., e não somente seu gênero. Os tipos de opressões e desigualdades se cruzam e geram interseções. O feminismo interseccional será melhor explicado no capítulo 1 deste trabalho.

Será usado também o pensamento pós-estruturalista, já que ele é afim

8 Tradução própria. Texto original: “El saber situado es para Donna Haraway la práctica de la objetividad subalterna, frente al saber científico y universal portador de los valores de la colonización, la heterosexualidad y el patriarcado. Se trata de una política desnaturalizada, estructurada en torno a vínculos sintéticos de afinidad, de políticas que unen las diferencias, alianzas desde la discontinuidad y no desde el consenso, a través de lo que Chela Sandoval llama “redes de posicionamiento diferencial.”

com a vertente do feminismo que estou me valendo para análise do blog em questão. Assim como explica Michael Peters,

O pós-estruturalismo, ao efetuar uma crítica política dos valores iluministas, representa um aprofundamento da noção de democracia. Em sua crítica, os pós-estruturalistas argumentam que as democracias liberais modernas constroem a identidade política com base em uma série de oposições binárias [...] que têm o efeito de excluir certos grupos culturais ou sociais. [...] Algumas correntes do pensamento pós-estruturalista estão interessadas em examinar como essas fronteiras são socialmente construídas e como elas são mantidas e policiadas. Em particular, a operação de desconstrução das hierarquias políticas que se baseiam em oposições binárias é vista como central nas discussões sobre multiculturalismo e sobre o feminismo. (PETERS, 2000 p.41-42)

Assim, nos capítulos a seguir, será apresentado um estudo de caso das plataformas e ferramentas do *Olga* de acordo com o referencial teórico, bem como serão analisados que tipos de contribuição elas oferecem para reflexão feminista por meio da internet.

Início com um capítulo que procura apresentar um breve contexto histórico de surgimento de diferentes correntes dos feminismos e do ciberfeminismo, procuro mostrar como o movimento se desenvolveu no Brasil informado por discussões que se deram em alguns países como Estados Unidos e França. Será apresentado também como a Web 2.0 se relaciona com esse fenômeno.

No segundo capítulo, será discutido como o Jornalismo e a Comunicação Social reagiram à era da convergência de mídias e quais mudanças sofreram com os novos meios de comunicação baseados na internet.

O blog *Think Olga* é apresentado, discutido e analisado no capítulo três.

Apresento ali suas postagens e campanhas, por meio de análise de conteúdo que dialoga com a proposta foucaultiana, é dizer, estar atenta aos mecanismos discursivos que criam enunciados sobre gênero e sexualidade, considerando sempre os discursos em sua complexa relação com saber/poder.

Para Foucault,

analisar os discursos seria dar conta exatamente disso: de relações históricas, de práticas muito concretas, que estão vivas nos discursos (...)A conceituação de discurso como prática social já exposta em *A Arqueologia [do Saber]*, mas que se torna bem clara em *Vigiar e punir* e na célebre aula *A Ordem do discurso* sublinha a ideia de que o discurso sempre se produziria em razão de relações de poder. (FISHER, 2001: p.198-199)

No quarto capítulo, apresento o mapa *Chega de Fiu Fiu*, discutindo suas funcionalidades e a outras ações que foram possibilitadas em decorrência dele. Os dados levantados pelo mapa serão expostos e analisados.

Por fim, no quinto capítulo, o grupo fechado *Talk Olga* será abordado de acordo com o levantamento de dados e a análise de conteúdo compartilhado com os outros participantes e a sua relação com o referencial teórico.

1. BREVE CONTEXTO HISTÓRICO DO FEMINISMO E DO CIBERFEMINISMO

Nas últimas décadas do século XIX, inicialmente na Inglaterra, e, depois, em outros países da Europa, América do Norte e outras localidades, a primeira onda do feminismo começa a surgir buscando direitos iguais entre homens e mulheres, sendo o sufrágio feminino um dos principais objetivos da mobilização à época e tendo sido alcançado pela primeira vez em 1893, na Nova Zelândia. As décadas seguintes trouxeram a conquista também para outros países, como a Inglaterra, que em 1918 passa a conceder o direito de voto também às mulheres.

O Brasil começou a ter esse direito conquistado em 1932 com a instituição do primeiro Código Eleitoral brasileiro, que previa o voto feminino. Em 1934, esse direito foi posto em prática durante o governo de Getúlio Vargas, o qual não tardou em transformar-se em ditadura, anulando efetivamente essa conquista, uma vez que as eleições foram suspensas porque houve um golpe.

No entanto, a luta sufragista foi só o início de um movimento por meio do qual a desigualdade entre homens e mulheres passou a ser desafiada na arena pública. Na Europa e na América do Norte, depois de essa primeira onda perder força na década de 1930, novas abordagens e correntes feministas começaram a aparecer, entre os anos 1930 e 1960 – principalmente com o lançamento de *O Segundo Sexo*, de Simone de Beauvoir, em 1949 –, com algumas das ideias centrais em comum, como o fato de as mulheres ocuparem “lugares sociais subordinados em relação aos mundos masculinos” (PISCITELLI, 2001), mas com motivos diferentes para explicar o porquê da opressão e com mecanismos distintos para livrarem-se delas.

Algumas vertentes do feminismo socialista acreditavam que as causas originais da opressão às mulheres tinha raiz na divisão do trabalho baseada no sexo, ou seja, no fato de culturalmente ter-se construído que o homem saía para trabalhar e a mulher cuidava da moradia e dos descendentes, o que culminou na desigualdade quando surgiram as classes sociais baseadas na propriedade privada, já que o homem era quem detinha o dinheiro da família. Dessa maneira, acreditava-se que a opressão sexual e a exploração de classe acabariam com a

implantação de um sistema de organização social sem classes, como o socialismo. Ou seja, “para esse estilo de pensamento feminista, portanto, a reprodução é opressiva na sociedade de classes” (PISCITELLI, 2001), mas fora dela, não. Assim, o problema real para essas vertentes do feminismo socialista é o surgimento das classes sociais baseadas na propriedade privada.

Entretanto, outras vertentes do feminismo socialista têm críticas a esse raciocínio porque as mulheres não se desvencilharam totalmente da opressão nos países em que essa transformação social – que supostamente acabaria com a hierarquia de gênero – ocorreu. Para essas vertentes, a associação capitalismo/patriarcado são as causas originais da opressão feminina e tanto a reprodução quanto a produção são igualmente importantes quando se fala sobre essa desigualdade.

O feminismo radical, por sua vez, teve uma outra leitura sobre o que leva a mulher a ser oprimida. Para essa corrente, cuja principal pensadora era Shulamith Firestone, a subordinação feminina está diretamente ligada ao processo reprodutivo, já que são as mulheres que engravidam e amamentam. Isso as força a dependerem dos homens. Assim, o jeito de se libertar pensado por essa corrente seria adquirir o controle sobre a reprodução, o que acabaria não só com os privilégios dos homens como, também, com as distinções sexuais e os significados culturais das diferenças genitais. Deve-se levar em consideração, também, que nessa época as feministas radicais sublinharam “a conexão entre mulheres através do tempo e das culturas, considerando que o corpo feminino era uma pré-condição necessária para a permanência da opressão patriarcal” (PISCITELLI, 2001) e que a teoria feminista tinha como visão hegemônica a perspectiva da mulher branca de classe média.

No Brasil, a vertente feminista que entrou com mais peso junto à segunda onda foi a marxista, nos anos 1970, já que “uma parte expressiva dos grupos feministas estava articulada a organizações de influência marxista, clandestinas à época, e fortemente comprometida com a oposição à ditadura militar, o que imprimiu ao movimento características próprias” (SARTI, 2004). Ele começou a se articular nos meios intelectuais de classe média com o nome “movimento de

mulheres” e iniciou um relacionamento com a Igreja Católica pela afinidade em razão da ditadura militar. Em seguida, ligou-se às camadas populares e organizações de bairro, constituindo assim, segundo Cynthia Andersen Sarti (2004), um movimento interclasses.

Em 1975, a Organização das Nações Unidas (ONU) declarou aquele o Ano Internacional da Mulher. Isso fez com que os movimentos feministas brasileiros tivessem mais visibilidade e alguns grupos políticos femininos pudessem existir abertamente. Com isso, houve também a publicação dos primeiros jornais feitos para mulheres e por mulheres: *Brasil Mulher*, publicado de 1975 a 1980 pela Sociedade Brasil Mulher, e *Nós Mulheres*, que circulou entre 1976 e 1978 com produção da Associação de Mulheres. Esses coletivos davam voz a pessoas e assuntos não veiculados pela imprensa oficial, que, na época, ainda estava sob a censura da ditadura militar.

Na década de 1980, com a anistia, o feminismo de quem ficou aqui se juntou ao feminismo vindo na bagagem das mulheres que voltaram do exílio, com influências principalmente europeias, o que ajudou a fortalecer o movimento e criar um novo panorama, mesmo que ele, neste caso, se baseasse em mulheres intelectualizadas e de classes mais altas. Foi nessa década que alguns dos grupos se tornaram organizações não governamentais (ONGs) e que o feminismo deixou de se focar apenas na opressão feminina para ganhar uma perspectiva mais técnica e profissional. Sarti diz que

A institucionalização do movimento implicou, assim, o seu direcionamento para as questões que respondiam às prioridades das agências financiadoras. Foi o caso daquelas relacionadas à saúde da mulher, que causaram impacto na área médica, entre as quais emergiu o campo dos “direitos reprodutivos”, que questionou, de um ponto de vista feminista, a concepção e os usos sociais do corpo feminino, particularmente pela medicina dirigida à mulher (ginecologia e obstetrícia), em torno das tecnologias reprodutivas. Dentro da tendência à especialização, desenvolveu-se também a pesquisa acadêmica sobre mulher,

além da explosão do tema no mercado editorial. (SARTI, 2004: p.42)

Ainda na década de 1980, o feminismo negro começou a ganhar visibilidade e lutava para que as mulheres negras fossem sujeito político visível e singularizado em suas demandas. As negras, diferentemente das brancas, eram herdeiras da escravatura e ainda carregavam o estigma de subordinação tanto ao homem quanto à mulher branca. As batalhas das feministas negras, portanto, eram diferentes das feministas brancas: estas buscavam ter os mesmos direitos dos homens, já gozando de privilégios marcados por sua cor; aquelas, no entanto, tinham o racismo e se somando ao sexismo que tinham que enfrentar. Nessa década, também, vários grupos de mulheres negras começaram a surgir e ter uma intervenção mais ampla no cenário político nacional (MOREIRA, 2007).

Nessa época, o feminismo inicia seu caminho para se transformar em “feminismos”, um movimento plural e que não mais dizia respeito apenas às mulheres brancas, heterossexuais e de classe média. A interseccionalidade passa a ser considerada importante e, segundo Claudia Mayorga (2014),

para K. L. Caldwell (2000), a terceira onda do feminismo, que se desenvolveu nos anos 1980 e 1990, desafia os paradigmas unitários de gênero construídos pelas feministas brancas, de classe média, nos anos 1960 e 1970. A decepção com modelos e discursos realizados por feministas brancas levaram outros coletivos de mulheres a utilizarem suas próprias experiências de exclusão, opressão e discriminação, bem como de resistência, relacionadas à raça e sexualidade, principalmente para desenvolver formas próprias de trabalhar com os conceitos de gênero e feminismo, já que o enfoque dado pelo feminismo ao gênero como exclusiva fonte de opressão das mulheres não logra estabelecer relações entre sexismo e outras formas de dominação. (MAYORGA, 2014: p.226)

O feminismo interseccional, portanto, é a ramificação do feminismo que leva em conta outras formas de opressão às quais uma mulher pode ser submetida. Além do gênero, uma mulher pode ser oprimida por ser mulher e negra, ou mulher e pobre, ou então mulher, negra e com alguma deficiência física ou mental, entre várias outras combinações, gerando diferentes tipos e níveis de opressão e preconceito pelo qual as mulheres podem passar. Cláudia Pons Cardoso (2008), escrevendo sobre o trabalho de Laudelina de Campos Mello, diz

[...] as opressões raciais e de classe redimensionam “o lugar que habitamos no gênero” (COSTA, 2000, p.43), a opressão é experienciada a partir de um lugar, o qual é dado pela forma como gênero, raça e classe se entrecruzam em diferentes pontos. Pensar a história das mulheres negras é refletir como esse sujeito social foi historicamente construído a partir destes embates e estratégias de sobrevivência na diáspora, nas sociedades pós-coloniais racializadas. (CARDOSO, 2008: p.6)

No final dos anos de 1990 e início do século XXI, quando as novas tecnologias de comunicação digital começam a se fazer cada vez mais presentes, várias correntes feministas começaram a perceber um caráter patriarcal e de forte masculinização daqueles meios, resultando em exclusão e sub-representação das mulheres nessa área, além do pessimismo e da “tecnofobia” que apareceram nos meios feministas após a constatação de que a tecnologia já não era um meio neutro quanto à discriminação de gênero. Segundo Graciela Natansohn,

Muitos e muitas, tal como Stallman, consideram o software (e as tecnologias, em geral) neutro em relação ao gênero e ainda consideram sexista qualquer iniciativa destinada a promover a participação das mulheres no campo. Estas posições refletem uma visão da tecnologia como intrinsecamente asséptica, objetiva; os problemas estariam nas próprias mulheres, na sua cultura, educação e valores, omitindo-se qualquer questionamento sobre

como as formas de funcionamento do trabalho científico-tecnológico pode estar sendo injustamente refratário às mulheres. [...] Estamos assistindo a uma lenta, mas constante, tomada de consciência sobre a necessidade de usar os recursos organizacionais da rede e adquirir competências tecnológicas. Há uma grande quantidade de sites e recursos web de organizações pelos direitos das mulheres e outras minorias. Contudo, são poucos os projetos orientados às tecnologias digitais com enfoque de gênero e, como vimos, esta neutralidade não faz senão discriminar minorias que não se integram espontaneamente ao mundo digital. (NATANSOHN, 2013: p.26)

A partir dos anos 90, com o crescimento e desenvolvimento do acesso à internet, a terceira onda do feminismo transforma a situação pessimista em otimista, já que, por mais que as tecnologias ainda oferecessem resistência à participação feminina, as portas agora se abriam mais que antes às mulheres – mesmo que estas ainda sejam proveniente de classes mais altas e, muitas vezes, brancas. As TIC apresentam novas possibilidades de participação feminina ao passo que essas mulheres se apropriam dessas novas tecnologias e seus processos de funcionamento horizontais, que mudam a distribuição de poder, por mais que não acabem com ele.

Ainda assim, é importante notar, segundo Djamila Ribeiro⁹, em uma matéria para a Carta Capital¹⁰, que

As críticas trazidas por algumas feministas dessa terceira onda, alavancadas por Judith Butler, vêm no sentido de mostrar que o discurso universal é excludente; excludente porque as opressões atingem as mulheres de modos diferentes. Seria necessário discutir gênero com recorte de classe e raça, levar em conta as especificidades das mulheres. Por exemplo, trabalhar fora sem a

9 Djamila Ribeiro é pesquisadora na área de Filosofia Política, feminista e colunista em sites e portais como Carta Capital, Blogueiras Negras e Lugar de Mulher.

10 Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/blogs/escritorio-feminista/feminismo-academico-9622.html>>. Acesso em: abr. 2015.

autorização do marido jamais foi uma reivindicação das mulheres negras/pobres, assim como a universalização da categoria mulheres tendo em vista a representação política, foi feita tendo como base a mulher branca, de classe média. Além disso, propõe, como era feito até então, a desconstrução das teorias feministas e representações que pensam a categoria de gênero de modo binário, masculino/feminino. (RIBEIRO, 2014)

Dos anos 2000 em diante, a inclusão das mulheres nas Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC) se tornou, na verdade, uma auto inclusão, já que elas podiam criar conteúdos e compartilhá-los sem precisar que sua produção passasse por uma avaliação prévia, como é o caso de veículos jornalísticos tradicionais, como rádio, televisão, jornal e revista. As mulheres criam seus próprios blogs, seus próprios perfis em redes sociais e publicam neles o que quer que produzam.

Isso cria uma maior democratização no conteúdo produzido, já que pessoas diferentes têm vieses diferentes reproduzidos em seus textos. Afinal, homens e mulheres ainda têm experiências de vida diferentes baseadas em seu gênero e como cada um é tratado a partir da leitura que a sociedade faz disso. Indo além, as próprias mulheres têm experiências de vida diferentes entre si, já que sua etnia, classe social e orientação sexual, para citar só alguns exemplos, influenciam também na maneira com que elas serão tratadas, como a sociedade espera que elas se comportem e como elas reagirão a tudo isso. Assim como explica Linda Nicholson,

Qualquer posição que reconhece um cunho social em pelo menos um pouco do que é associado à distinção feminino/masculino tende a teorizar sobre uma certa quantidade de diferenças entre mulheres. Embora uma posição fundacionalista biológica, ao contrário da determinista biológica, de fato permita o reconhecimento de diferenças entre mulheres, ela o faz de forma limitada e problemática. Basicamente, tal posição nos leva a

pensar as diferenças entre mulheres numa coexistência, mais do que numa interseção, com as diferenças de raça, classe etc. A assunção de que tudo o que há em comum entre as mulheres devido ao sexo gera tudo o que há em comum entre elas em termos de gênero explica a tendência a se pensar o gênero como representativo do que as mulheres têm em comum, e aspectos de raça e classe como indicativos do que elas têm de diferente. (NICHOLSON, 1999: p.13)

Nicholson, citando Spelman (1988), também conclui que:

Em suma, de acordo com análises aditivas de sexismo e racismo, todas as mulheres são oprimidas pelo sexismo; algumas são, além disso, oprimidas pelo racismo. Uma análise como essa distorce as experiências de opressão das mulheres negras por negligenciar importantes diferenças entre os contextos nos quais mulheres negras e mulheres brancas têm suas experiências com o sexismo. A análise aditiva sugere ainda que a identidade racial de uma mulher pode ser subtraída de sua identidade simultaneamente sexual e racial. (SPELMAN, 1988: p.128)

Dessa forma, o olhar de uma mulher que se encaixa em uma determinada classe ou etnia sobre um determinado assunto é diferente da visão de outra mulher com uma realidade diferente, e essa nova produção de conteúdos exhibe pensamentos e reflexões não divulgadas com a mesma facilidade até então.

Em meio a essa nova forma de distribuição de informação, surge o que é conhecido por Web 2.0. Assim como mostra José van Dijck,

Até a virada do milênio, as mídias na rede eram, em sua maioria, serviços genéricos aos quais você podia se unir ou usar ativamente para construir grupos, mas o serviço por si só não te

conectava aos outros. Com o advento da Web 2.0, logo após a virada do milênio, serviços online deixaram de oferecer canais para a comunicação em rede para se transformarem em veículos bidirecionais interativos para a sociabilidade em rede (Castells 2007; Manovich 2009). Esses novos serviços, que abriram uma quantidade inumerável de possibilidades para conexões online, foram inicialmente percebidos como uma nova infraestrutura global, como canos de água e cabos de eletricidade, análogos à própria Web. (VAN DIJCK, 2013: p.5)¹¹

Pela característica própria da Web 2.0 de oferecer plataformas em que se propicia a troca de informações entre usuários e usuárias, o ciberfeminismo floresce por meio de técnicas e práticas feministas compartilhadas na internet e nos meios de comunicação que ela oferece. É assim que muitas mulheres, anteriormente à margem da produção política, artística, entre outras áreas, encontram quem ouça sua voz, apoie-a e a compreenda, mesmo estando separadas por uma tela e muitas vezes longe geograficamente.

11 Tradução própria. Texto original: “Until the turn of the millennium, networked media were mostly generic services that you could join or actively utilize to build groups, but the service itself would not automatically connect you to others. With the advent of Web 2.0, shortly after the turn of the millennium, online services shifted from offering channels for networked communication to becoming interactive, two-way vehicles for networked sociality (Castells 2007; Manovich 2009). These new services, which opened up a myriad of possibilities for online connections, were initially perceived as a new global infrastructure, like water pipes or electricity cables, analogues to the Web itself.”

2. OS NOVOS CAMINHOS DA COMUNICAÇÃO SOCIAL E DO JORNALISMO NA CULTURA DA CONVERGÊNCIA

2.1. Convergência midiática e segunda tela

José van Dijck, em seu livro *The Culture of Connectivity*, diz que “plataformas de mídias sociais têm, inquestionavelmente, alterado a natureza da comunicação privada e pública” (tradução própria). Ela tem um motivo para expressar isso: o fato de que, muitas de nossas interações sociais que antes aconteciam espontaneamente e se perdiam em seguida por não serem registradas com gravações ou algo parecido, hoje têm efeitos mais duradouros e maior alcance por serem colocadas em um “domínio público” que é a internet e as redes sociais. Nas palavras dela,

Muitos dos hábitos que recentemente foram permeados pelas plataformas de mídias sociais costumavam ser manifestações informais e efêmeras da vida social. Conversar com amigos, fofocar, mostrar fotos das férias, rabiscar anotações, checar se está tudo bem com um amigo ou assistir a um vídeo caseiro do vizinho costumava ser atos (de fala) casuais e evanescentes, comumente compartilhado somente com indivíduos selecionados. Uma grande mudança é que, por meio das mídias sociais, esses atos de fala casuais se tornaram inscrições formalizadas que, uma vez incorporados na economia maior de públicos mais selvagens, tomam um valor diferente. (VAN DIJCK, 2013: p.7)¹²

Assim como dito anteriormente, a Web 2.0 é um meio propício para que haja essa interação e troca de ideias e informações. Margarita Padilla explica que

12 Tradução própria. Texto original: “Many of the habits that have recently become permeated by social media platforms used to be informal and ephemeral manifestations of social life. Talking to friends, exchanging gossip, showing holiday pictures, scribbling notes, checking on a friend's well-being, or watching a neighbor's home video used to be casual, evanescent (speech) acts, commonly shared only with selected individuals. A major change is that through social media, these casual speech acts have turned into formalized inscriptions, which, once embedded in the larger economy of wilder publics, take on a different value.”

No documento intitulado “O que é Web 2.0: Padrões de design e modelos de negócio para a nova geração de software”, Tim O'Reilly explica que a Web 2.0 não tem uma fronteira clara, porque não é uma tecnologia nem um conjunto de tecnologias, mas sim um paradigma no qual se basear para interpretar transformações sociais e de mercado, e propor uma série de princípios e práticas que são os padrões Web 2.0. Assim que a Web 2.0 não é questão de especialistas programadores, mas sim uma maneira de pensar, um guarda-chuva que dá inteligibilidade e explica uma infinidade de processos complexos, a fim de extrair deles uma atitude e algumas estratégias. (PADILLA, 2010 p. 73)¹³

A Web 2.0, por não ser uma nova tecnologia e sim um novo modo de usar uma tecnologia já existente, é um fenômeno que se dá no Ciberespaço, definido por Pierre Lévy (2000) como

o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores. Essa definição inclui o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos [...], na medida em que transmitem informações provenientes de fontes digitais ou destinadas à digitalização. Insisto na codificação digital, pois ela condiciona o caráter plástico, fluido, calculável com precisão e tratável em tempo real, hipertextual, interativo e, resumindo, virtual da informação que é, parece-me, a marca distintiva do ciberespaço. Esse novo meio tem a vocação de colocar em sinergia e interfacear todos os dispositivos de criação de informação, de gravação, de comunicação e de simulação. (LÉVY, 2000: p.93)

13 Tradução própria. Texto original: “En el documento titulado “Qué es Web 2.0. Patrones de diseño y modelos de negocio para la siguiente generación de software”, Tim O'Reilly explica que la Web 2.0 no tiene una clara frontera, porque no es una tecnología ni un conjunto de tecnologías, sino un paradigma desde el cual interpretar transformaciones sociales y de mercado y proponer una serie de principios y prácticas, que son los patrones Web 2.0. Así que Web 2.0 no cuestión de especialistas programadores sinó una manera de pensar, un paraguas que da inteligibilidad y que explica infinidad de procesos complejos, a fin de extraer de ellos una actitud y unas estrategias.”

Com esse espaço e esse novo uso dele, surge a possibilidade de convergir as mídias, ou seja, fazer com que diferentes tipos midiáticos se unam para elevar a qualidade da experiência do usuário. Henry Jenkins, em seu livro *Cultura da Convergência*, justifica sua escolha de nomear esse fenômeno dessa forma dizendo:

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando. (JENKINS, 2009: p.29)

Com a internet e a Web 2.0 atraindo cada vez mais a atenção dos consumidores e das consumidoras, os veículos midiáticos começaram a migrar também para o ciberespaço. Assim como aponta Jenkins (2009), há vários motivos para que as empresas adotem essa postura: algumas enxergam as múltiplas formas de vender conteúdo a seus e suas clientes, outras veem nessa cultura uma maneira de consolidar a fidelidade das pessoas que consomem seu produto em uma época de fragmentação do mercado e da ameaça que a fácil troca de arquivos oferece aos antigos modelos de se fazer negócio, e há ainda as que são cobradas por seus e suas clientes a aderir a essa postura, já que há do desejo de que as empresas midiáticas sejam “mais sensíveis a seus gostos e interesses”.

Contudo, quaisquer que sejam as motivações, a convergência está mudando o modo como a mídia das pessoas pensa sobre sua relação com os meios de comunicação. Estamos num importante momento de transição, no qual as antigas regras estão

abertas a mudanças e as empresas talvez sejam obrigadas a renegociar sua relação com os consumidores. A pergunta é se o público está pronto para expandir a participação ou propenso a conformar-se com as antigas relações com as mídias. (JENKINS, 2009: p.326)

Levando em consideração que a convergência não é um processo já finalizado e sim em andamento, há indícios de que o público está se adaptando cada vez mais a essa cultura. Segundo dados levantados pelo estudo Social TV do IBOPE Media, realizado para compreender os hábitos das pessoas que consomem conteúdo televisivo em diferentes plataformas¹⁴, em 2014 foram 16 milhões de brasileiros assistindo à televisão e usando algum outro dispositivo para acessar a internet, um número quase duas vezes maior que o apurado em 2012, quando se descobriu na versão anterior desse estudo que 8,7 milhões agiam da mesma maneira.

Desses 16 milhões, 38% fazem comentários sobre o programa a que estão assistindo na TV, o que significa um aumento absoluto de 136% em relação ao resultado de 2012. Esse novo comportamento de convergência de mídias é chamado de “segunda tela”, já que a considerada “primeira tela” é a própria televisão:

A possibilidade de interação entre telespectadores pela internet, através da segunda tela, em torno de um conteúdo comum exibido pela televisão, torna a experiência de assistir TV mais complexa e atraente. Esse fenômeno foi batizado de “TV Social” por Marie-José Montpetit, pesquisadora do Media Lab, do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), um dos principais centros de pesquisa em novas tecnologias do mundo.

A segunda tela pode ser qualquer dispositivo que permita o acesso à internet como smartphones, tablets, notebooks, entre

14 Estudo realizado nas principais regiões metropolitanas do Brasil. Resultados disponíveis em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/conhecimento/artigospapers/Paginas/A-TV-cada-vez-mais-social.aspx>>. Acesso em: abr. 2015.

outros, usados de forma simultânea à programação da TV. Essa navegação paralela permite o consumo de conteúdos complementares (saber mais sobre a história, os atores, a trama, trilha sonora, ou, simplesmente, onde comprar as roupas utilizadas pelos protagonistas) e a interação com outras pessoas. (FINGER; SOUZA, 2012: p.384)

Isso mostra como o modo de ver televisão já está alterado pela presença da internet no cotidiano do público. Afinal, as conversas banais do dia a dia envolvem também o que se vê na televisão, mas antes eram mais frequentemente feitas na mesa de jantar ou nas ruas ao encontrar algum conhecido. Hoje, assim como Cristiane Finger e Fábio Canatta de Souza (2012) concluem,

Com o avanço da internet e a popularização de outras telas, essas conversas perderam qualquer tipo de limitação física, imposta por longas distâncias, por exemplo. Como nos anos 40 e 50, hoje voltamos a nos reunir para assistir televisão. Porém, agora, a sala de casa ficou maior. É uma ressignificação da presença. (FINGER; SOUZA, 2012: p.384)

O ciberfeminismo também encontrou na segunda tela um modo de promover discussões feministas a partir do que se passa em outros meios midiáticos. As feministas, quando veem algo que as agrada ou desagrade em algum veículo midiático, utilizam redes sociais na internet para compartilhar seus pensamentos sobre o que viram e receber comentários sobre o compartilhado.

Um exemplo recente dessa prática foi a participação das cantoras Pitty e Anitta no programa *Altas Horas*, da Rede Globo, no dia 6 de dezembro de 2014, em que elas debateram e discordaram sobre direitos das mulheres e liberdade sexual feminina¹⁵. Matérias e vídeos da discussão foram compartilhados nas

15 Vídeo disponível em: <<http://globo.com/rede-globo/altas-horas/v/anitta-e-pitty-discordam-em-debate-sobre-liberdade-sexual-feminina/3815453/>>. Acesso em: abr. 2015.

redes sociais (inclusive no grupo fechado *Talk Olga*, que será abordado mais adiante) e comentados não só por feministas. Mesmo que o tema do debate girasse em torno do feminismo, a conversa entre duas cantoras famosas chamou muitos e muitas internautas para o debate e a reflexão sobre o assunto no meio virtual.

A conversa delas foi tratada por parte da mídia como uma briga, o que levou Pitty a se manifestar em sua conta do Twitter dizendo que não está aqui para brigar com mulher, e sim para “brigar com o sistema que faz com que algumas reproduzam discurso machista sem saber”¹⁶. O vídeo do debate é um dos mais visualizados do site do *Altas Horas*.

2.2. E o Jornalismo?

O Jornalismo deve – e já começa a – se reinventar. Por mais que, ao adentrar a internet em meados da década de 1990, o conteúdo disponibilizado online era idêntico ao encontrado nas versões impressas e ainda hoje se observa alguns veículos fazendo o mesmo, as relações de poder entre quem produz e quem consome são diferentes. Já não há mais hegemonia dos meios de comunicação como distribuidores de informação, visto que os leitores e as leitoras internautas também podem criar seu próprio conteúdo e distribuí-los por meio de redes sociais e sites.

Assim, conteúdos considerados femininos eram, anteriormente, sempre os abordados por editorias como “comportamento”, “moda”, “maternidade”, entre outras, nas divisões dos veículos jornalísticos. “Política”, “economia”, “esportes” e outras editorias eram (e ainda hoje são, em alguns veículos) consideradas de interesse masculino. Com as redes sociais e a possibilidade de criar blogs, mulheres jornalistas começam a produzir conteúdo com escrita feminista, como a jornalista Cynara Menezes em seu blog *Socialista Morena* – em que ela se propõe a falar sobre política com viés esquerdista e socialista, artes e cultura¹⁷. Como

16 Disponível em: <<https://twitter.com/pittyleone/status/540521440471416832>>. Acesso em: abr. 2015.

17 Disponível em: <<http://socialistamorena.com.br/sobre-este-blog/>>. Acesso em: abr. 2015.

feminista, esse viés se mostra também em sua escrita e produção. O mesmo acontece com Juliana Faria e suas convidadas a publicar textos no *Think Olga*, que será abordado no próximo capítulo.

Quebrou-se, também, a relação tradicional entre quem emite a informação e quem a recebe, e este passou a ser protagonista da relação. Além disso,

A rápida expansão das redes da internet e de todo o ciberespaço também acelerou a digitalização dos meios, dos suportes. Alterou, ainda, os sentidos dos fluxos de informação e as formas de emissão, recepção e fruição das mensagens para todos os veículos de comunicação de massa. Deparamo-nos, então, com um contexto de reinvenção dos processos comunicativos modernos e, sobretudo, dos modelos de produção e de negócios que haviam sido desenvolvidos e praticados desde a primeira revolução industrial. (MAGNONI, 2014: p.58)

Ou seja, os veículos jornalísticos percebem, agora, que esse modelo tradicional e vertical de emissor para receptor deve ser rompido para que se adote o modelo comunicativo baseado na participação do usuário e da usuária, que já está se acostumando a decidir por sua conta o que é notícia e o que é importante ser repassado a seus “seguidores e seguidoras”. Isso significa que

As consequências disso para a prática do jornalismo online se resumem, segundo Rosales (2006), ao desaparecimento do papel do jornalista como único árbitro e produtor de notícias; a morte do velho modelo de *gatekeeping*, dado que o *feedback* instantâneo do leitor (através da leitura, dos comentários, das avaliações e indicações de notícias) oferece ao editor elementos para que ele decida o que deve ser priorizado na cobertura e; a adoção de blogs, redes sociais e jornalismo cidadão. (SCHMITT; OLIVEIRA; FIALHO, 2008: p.7)

Com isso, há quem diga que a profissão de jornalista tende a desaparecer, mas, ao que tudo indica, só haverá uma mudança de funções dentro dela, afinal “o fato é que, com a ascensão dos *blogs* (ou *weblogs*), do vídeo digital e do jornalismo participativo – também conhecido como jornalismo cidadão –, as tecnologias computacionais anunciam uma mudança monumental que afeta a prática e a natureza do jornalismo” (JOURNALISM 3G, 2008 apud SCHMITT; OLIVEIRA; FIALHO, 2008: p.2).

3. *THINK OLGA* E AS VÁRIAS FACES DO CIBERFEMINISMO

Criado pela então jornalista de moda Juliana de Faria, o *think tank Olga*¹⁸ nasceu em formato de blog e teve seu primeiro texto publicado no dia 30 de abril de 2013. Intitulado “O que as mulheres querem?”¹⁹, no qual explica-se como a mulher ainda é retratada em vários veículos midiáticos de maneira muito estereotipada e como as mensagens passadas não conversam com as mulheres, e sim com os homens que as produzem. O texto também apresenta a finalidade do *Olga* como *think tank*. Segundo Héctor Leis em um artigo para o Instituto Millenium,

O conceito de *think tank* faz referência a uma instituição dedicada a produzir e difundir conhecimentos e estratégias sobre assuntos vitais – sejam eles políticos, econômicos ou científicos. Assuntos sobre os quais, nas suas instâncias habituais de elaboração (estados, associações de classe, empresas ou universidades), os cidadãos não encontram facilmente insumos para pensar a realidade de forma inovadora. Os *think tanks*, portanto, não fazem o menor sentido em sociedades tradicionais, onde os problemas e as soluções são sempre os mesmos por definição. Nas sociedades modernas e cada vez mais complexas, porém, há a necessidade de espaços que reúnam pessoas de destaque, com autonomia suficiente para se atreverem a contestar criativamente as tendências dominantes, especialmente quando elas se tornam anacrônicas. (LEIS, 2009)²⁰

É isso que, desde o início, o *Think Olga* – como acabou ficando conhecido – se propõe a fazer: “elevar o nível da discussão sobre feminilidade nos dias de hoje”, assim como está escrito na página de descrição do site²¹. Afinal, ainda

18 O blog encontra-se no endereço <<http://thinkolga.com/>>.

19 Disponível em: <<http://thinkolga.com/2013/04/30/o-que-as-mulheres-querem/>>. Acesso em: mar. 2015.

20 Disponível em: <<http://www.institutomillenium.org.br/artigos/o-que-significa-um-think-tank-no-brasil-de-hoje/>>. Acesso em: mar. 2015

21 Disponível em: <<http://thinkolga.com/about-2/>>. Acesso em: mar. 2015.

segundo a descrição, “os novos tempos trouxeram novas características, novos sonhos e novos objetivos para as mulheres”, e o *think tank* pretende descobrir “quem é essa nova mulher, o que ela quer hoje e criar conexões criativas mais reais e verdadeiras”.

Vale destacar que, Faria, assim como qualquer mulher na mesma condição que ela, traz em sua escrita marcas de classe e raça baseadas em suas vivências. Então, para atingir o objetivo de pluralizar a discussão, o blog conta com textos não só da jornalista, mas também de várias outras convidadas, que escrevem para expor assuntos e questões que são pertinentes a elas e outras mulheres e não são encontrados em outros veículos de comunicação com frequência, ou seja, elas usam o espaço para publicarem o conteúdo que elas gostariam de poder consumir. Afinal, assim como diz John Hartley (2008), citado por Valdenise Schmitt, Leonardo Gomes de Oliveira e Francisco Antonio Pereira Fialho (2008), “Agora, todo consumidor é jornalista, ou pode ser, se entendermos jornalismo como um direito humano e não simplesmente como uma prática profissional”. Ainda assim, é bom notar que

Em relação às implicações que a abertura à participação pode trazer para o papel dos jornalistas, Sutherland (2007) prevê que eles não vão deixar de desempenhar seu papel na Era Digital, desde que sejam capazes de reunir notícias e fornecer contexto e análise, ao mesmo tempo em que conversam com sua audiência. Tapscott e Williams (2007), por seu turno, mencionam que talvez a opinião dos jornalistas não seja melhor do que o julgamento coletivo do público, mas não se pode negar sobre a necessidade desses profissionais, uma vez que qualquer um pode criar conteúdo, todavia nem todos podem criar conteúdo de qualidade. (SCHMITT; OLIVEIRA; FIALHO, 2008: p.13)

O blog apresenta, logo no cabeçalho, um menu à direita com cinco categorias: “A *Olga*” (onde a autora descreve o *think tank* e sua proposta), “Quem faz” (onde são apresentadas as integrantes fixas do projeto: a diretora de

comunicação e publicitária Luíse Bello, a conselheira e socióloga Bárbara Castro e a consultora legal e advogada Gisele Truzzi), “*Chega de Fiu Fiu*” (onde mostra-se tudo que a campanha, a ser abordada neste trabalho mais à frente, já alcançou), “Entreviste uma mulher” (onde é mostrado como o jornalismo usa poucas fontes do gênero feminino em suas matérias e apresenta uma ideia de como resolver esse problema) e “Seus direitos” (onde a advogada soluciona dúvidas frequentes de leitoras). Mais abaixo, ainda do lado direito, banners direcionam o internauta a páginas de campanhas promovidas ou apoiadas pelo *Olga*.

A maior parte dos textos são entrevistas ou artigos de opinião, muitas vezes classificados como “Reflexões” ou “Percepções”. As postagens não seguem uma periodicidade, sugerindo que os assuntos são abordados no site conforme se fazem importantes e não aceitam comentários de internautas, por mais que aceitassem no início do blog. O motivo para a retirada deles, segundo Juliana em entrevista ao site *Confeitaria Mag*²², foi ameaças recebidas por causa de uma de suas campanhas, a *Chega de Fiu Fiu*:

Não convido o vampiro para entrar em minha casa. Isso diminuiu drasticamente a interação violenta ali. Mas eu tenho consciência que isso ainda é um problema. Nós, blogueiras feministas, até conseguimos identificar usuários (fakes ou não) que fazem a ronda pelas páginas, deixando comentários, ofensas e ameaças semelhantes em nossos posts. (2014)

A violência de gênero não é incomum no espaço digital. Segundo Dafne Sabanes Plou (2013), em um artigo para o livro *Internet em Código Feminino*, as últimas décadas foram promissoras para as mulheres em termos de reconhecimento de direitos e exercício de liberdades individuais que antes lhes eram negadas, como, por exemplo, “a assinatura de tratados internacionais como a Convenção sobre a eliminação de toda forma de discriminação como a da

²² Disponível em: <<http://confeitariamag.com/fabianesecches/entrevista-juliana-de-faria/>>. Acesso em: mar. 2015.

mulher (CEDAW), aprovada pela Assembleia Geral das Nações Unidas em 1979, e a Plataforma de Ação de Beijim, 1995, ambas assinadas pela maioria dos países do mundo” (PLOU, 2013). No entanto,

Apesar de tudo isso, continua tendo vigência no contexto social uma visão estereotipada do lugar que deve ocupar uma mulher em uma sociedade e dos papéis que se espere que desempenhem. Esta visão, atrelada a questões culturais ou religiosas ou a tradição social, impedem que se quebrem relações de gênero desiguais e injustas [...].

Estas relações desiguais de poder se expressam não só na intimidade do casal ou em casa. Também se voltam para a esfera pública, no local de trabalho, nos espaços de participação política e cidadania [...]. Os espaços digitais da comunicação e participação são novos âmbitos onde continuam ocorrendo essas questões, às vezes chegando à violência de gênero tal como ocorrem no espaço real. (PLOU, 2013: p.122)²³

Isso mostra como a violência de gênero ocorre em todas as esferas e situações e, na internet, não acontece só com o *Think Olga*. Acontece com ele também porque o conteúdo produzido e divulgado no blog enfrenta os privilégios masculinos e isso os incita a serem violentos. No texto chamado “A internet não gosta das mulheres”²⁴, publicado no *Think Olga* logo após o fechamento da seção de comentários, a autora Bárbara Castro escreve que “durante a campanha *Chega de Fiu Fiu*, a Juliana [Faria] recebeu uma série de ameaças de estupro e teve sua aparência física colocada em debate. Um acontecimento lamentável que me chamou a atenção para a reprodução da prática que busca desqualificar argumentos e ideias pelo sexo da pessoa”.

Dentre os temas escolhidos nos 128 textos publicados no blog²⁵, o mais

23 É bom deixar claro que, enquanto Plou considera a ditocomia entre espaço real e digital, nós consideramos esses dois ambientes contíguos e derivativos.

24 Disponível em: <<http://thinkolga.com/2014/01/23/a-internet-nao-gosta-das-mulheres/>>. Acesso em: abr. 2015.

25 Até o dia 27 de março de 2015.

frequente é “artes e entretenimento”, com 34 postagens. “Assédio sexual, violência e segurança” vem em seguida, com 23 publicações. “Mulheres inspiradoras” e “internet e tecnologia” tiveram 13 postagens cada, “moda e padrões de beleza” tiveram nove, “mídia, publicidade e jornalismo”, oito, e “mercado de trabalho”, sete. Outros temas que apareceram com menor frequência foram “saúde” (5), “militância” (5), “aborto” (3), “pornografia e sexualidade” (3), “maternidade” (2), “esporte” (2) e “sistema carcerário feminino” (1). O método para classificar as postagens foi dividi-las em grupos cujos temas tinham mais afinidades entre si, sendo que cada texto se encaixou em apenas uma categoria, mesmo quando interseccionavam-se vários temas em uma publicação só. Quando esse era o caso, a postagem foi colocada no tema que mais predominava durante o texto.

Como discutido no capítulo 1, o feminismo interseccional se faz presente no blog quando os textos apresentados não se bastam a mostrar só os problemas enfrentados por mulheres brancas, heterossexuais e de classe média.

Entre outros exemplos, o texto “Os cabelos como fruto do que brota de nossas cabeças”²⁶ fala sobre como assumir o cabelo crespo ou cacheado também é um ato de aceitação de sua negritude e de reconhecimento sobre a luta dos afrodescendentes contra o racismo e a discriminação. A autora também apresenta comparações entre como a mulher negra e a mulher branca são vistas na sociedade e, pelo fato de a aparência da branca ser tida como a ideal, como o alisamento revela ser, entre outros motivos, um jeito de se aproximar dessa aparência para que as negras se sintam mais aprovadas pela sociedade.

A entrevista intitulada “#MulheresInspiradoras: Marinalva Santana”²⁷ conta a história da ativista lésbica e de como ela construiu sua militância no meio LGBT, comunidade comumente liderada por homens gays e, segundo ela, ainda cheio de machismo. Santana diz, no texto, acreditar que o movimento LGBT “ganha muito” quando tem um olhar feminista.

26 Disponível em: <<http://thinkolga.com/2015/03/27/os-cabelos-como-fruto-do-que-brota-de-nossas-cabecas/>>. Acesso em: mar. 2015.

27 Disponível em: <<http://thinkolga.com/2014/10/27/mulheresinspiradoras-marinalva-santana/>>. Acesso em: mar. 2015.

O artigo “Prisões femininas: pouco orange, muito black”²⁸ faz uma comparação do seriado americano *Orange Black*, que retrata uma penitenciária feminina, com as prisões para mulheres brasileiras, onde a maior parte das presas são pobres e cometeram crimes para complementar a renda familiar. O texto mostra também a falta de higiene e descaso pelo qual elas passam por não terem absorventes descartáveis disponíveis para quando menstruam. A autora credita esse tratamento pelo fato de suas necessidades serem invisibilizadas por causa de as presas serem mulheres, já que o machismo institucionalizado da sociedade adentra as prisões também quando não é levado em conta o que uma mulher precisa ter para viver dignamente (especialmente quando, a autora relembra, estamos “em um país cuja Constituição garante a inerente dignidade da pessoa humana”).

Abordando os diversos lados que o feminismo pode ter e seus diferentes jeitos de lutar por direitos e compreensão, o *Think Olga* mostra pretender disseminar vários vieses distintos dentro do feminismo também para grupos que até então não tinham contato com conteúdo de outras vertentes. Ou seja,

Segundo Crenshaw, as interseccionalidades são formas de capturar as consequências da interação entre duas ou mais formas de subordinação: sexismo, racismo, patriarcalismo. Essa noção de ‘interação’ entre formas de subordinação possibilitaria superar a noção de superposição de opressões. Por exemplo, a ideia de que uma mulher negra é duplamente oprimida, à opressão por ser mulher deve ser adicionada a opressão por ser negra. A interseccionalidade trataria da forma como ações e políticas específicas geram opressões que fluem ao longo de tais eixos, confluindo e, nessas confluências constituiriam aspectos ativos do desempoderamento. A imagem que ela oferece é a de diversas avenidas, em cada uma das quais circula um desses eixos de opressão. Em certos lugares, as avenidas se cruzam, e a mulher que se encontra no entrecruzamento tem que enfrentar

28 Disponível em: <<http://thinkolga.com/2013/10/07/o-sistema-carcerario-feminino-no-brasil/>>. Acesso em: mar. 2015.

simultaneamente os fluxos que confluem, oprimindo-a.
(PISCITELLI, 2008: p.267)

O *Olga*, com quase dois anos de idade, já recebeu bastante atenção até mesmo de veículos com mais tempo de mercado e mais tradição dentro do espaço midiático, tendo sido pauta para matérias e motivo de entrevistas com Juliana. O sucesso do projeto se dá pelo conteúdo de qualidade, com temáticas problematizadas de maneiras incomuns a outros espaços, e campanhas e materiais criados e causas apoiadas que o *Olga* acredita serem relevantes e dignas de maior divulgação, que serão explicadas a seguir.

3.1. Campanhas e materiais lançados

3.1.1 100 vezes Cláudia

No dia 17 de março de 2014, Cláudia Silva Ferreira, de 38 anos, foi baleada durante uma troca de tiros entre policiais e traficantes no Morro da Congonha, em Madureira, no Rio de Janeiro. Ao encontrá-la ferida, os policiais socorreram-na colocando-a no camburão e levando-a ao hospital. No entanto, durante o trajeto, o porta-malas do veículo abriu e Cláudia seguiu a viagem sendo arrastada pela rua, presa ao carro somente pela roupa. Por mais que pedestres gritassem para que os policiais parassem o carro, eles continuaram, tendo percorrido cerca de 250 metros fazendo ultrapassagens dessa maneira. O corpo só foi colocado de volta no veículo ao pararem em um semáforo. Cláudia acabou falecendo.

A cena do ocorrido tomou a internet e causou indignação pelo descaso com o qual a mulher, pobre e negra, foi “cuidada” pelas autoridades. Textos denunciando o modo como mulheres da periferia são vistas e tratadas tomaram os sites e blogs feministas, enquanto o *Think Olga* lançou a campanha “100 vezes Cláudia”, pedindo aos visitantes e às visitantes do site para que mandassem imagens, ilustrações e colagens que relembassem Cláudia com mais carinho do

que os noticiários estavam fazendo – já que, em boa parte das reportagens veiculadas, Cláudia era apenas a “mulher arrastada”, sem humanidade. A proposta era tentar chegar a 100 imagens, e, em 24 horas, conseguiram atingir o objetivo e postaram as ilustrações no site²⁹.

Com o sucesso da campanha, ela foi estendida a “Mais 100 vezes Cláudia” em outra postagem³⁰, já que imagens novas continuaram a chegar ao *Olga*. Em seguida, as ilustrações viraram uma exposição gratuita na Virada Cultural, no Sesc Pompéia, em São Paulo, no dia 17 de maio de 2014. No mesmo ano, de 21 de agosto a 30 de setembro, o Museu da Cia. Paulista, em Jundiaí, recebeu a exposição também. Em 2015, um ano depois da morte de Cláudia, as imagens foram para o Rio de Janeiro no espaço *És Uma Maluca*, como parte do evento “#OcupaMaluca XX edição especial” no dia 21 de março.

Essa conquista demonstra como campanhas criadas no universo virtual conseguem transpor esse espaço e chegar ao offline, onde outras pessoas podem entrar em contato com conceitos feministas e passar a conhecê-los melhor, além de quem já tinha contato com o feminismo no ambiente online e agora reforça e ressignifica seu posicionamento no offline, consumindo essas ações mais uma vez.

O ciberfeminismo tem-se mostrado eficiente não apenas para que se articulem campanhas e exposições, mas também movimentos contestatórios de cunho feminista, como a Marcha das Vadias. Assim como aponta Gleidiane de S. Ferreira,

A internet, especialmente as redes sociais, possibilitou uma forma mais rápida e dinâmica de intercâmbio de ideias entre diferentes concepções de feminismos e, principalmente, se consolidou como um veículo de diálogo com amplos setores da sociedade sobre as diversas pautas dos feminismos contemporâneos. Desse modo, é bastante pertinente pensar de que forma a chamada “Web-militância” feminista pode, a partir da organização das marchas

29 Disponível em: <<http://thinkolga.com/2014/03/19/100-vezes-claudia/>>. Acesso em: mar. 2015.

30 Disponível em: <<http://thinkolga.com/2014/03/22/mais-100-vezes-claudia/>>. Acesso em: mar. 2015.

das vadias no Brasil, incitar diversificados debates sobre as mulheres, gênero, sexualidade e cultura. (FERREIRA, 2013: p.34)

A Marcha das Vadias é uma manifestação feminista nascida no Canadá em 2011 como “uma reação à naturalização das violências contra as mulheres” (FERREIRA, 2013), que se espalhou por diversos países e, dentro do Brasil, foi realizada em diferentes cidades. A articulação e organização do movimento utiliza muito das mídias sociais para compartilhar frases, textos, imagens e vídeos como forma de divulgar ideias e denunciar violências sofridas por mulheres de maneira a, ainda segundo Ferreira (2013), “ressignificar o corpo e as relações de desigualdade existentes em variadas produções sociais”. Junto a essas trocas, há também a saída às ruas, como uma extensão do ativismo online. O caso de “100 vezes Cláudia”, assim como a Marcha das Vadias, também teve sua extensão ao ambiente offline e é entendido neste trabalho como uma nova forma de se fazer ativismo.

3.1.2. Entreviste uma mulher

Em 2013, a Universidade de Nevada fez uma pesquisa com 352 matérias de capa do jornal americano The New York Times³¹ e concluiu que, entre os entrevistados, excluindo os 17% de fontes desconhecidas (ou seja, que eram tratadas nas matérias como “instituições”, como “porta-voz”, “fonte anônima” etc.), 65% eram homens e apenas 19% eram mulheres. No Brasil, a revista *Superinteressante* avaliou em 2010³² que apenas 23% das fontes da revista eram do gênero feminino, mesmo metade da redação sendo composta por mulheres. O que a revista apurou também é que, por mais que a maior parte dos estudantes universitários sejam mulheres, elas não são assim tão frequentemente encontradas em cargos acadêmicos mais altos. Ainda assim, elas não são inexistentes e, as que chegaram a esse nível, têm conhecimento apropriado para

31 Disponível em: <<http://www.poynter.org/news/mediawire/217828/lack-of-female-sources-in-new-york-times-stories-spotlights-need-for-change/>>. Acesso em: mar. 2015.

32 Disponível em: <<http://super.abril.com.br/ciencia/onde-estao-mulheres-super-608567.shtml>>. Acesso em: mar. 2015.

informar jornalistas sobre variados assuntos e ajudá-los a fazer suas reportagens, mesmo elas não sendo maioria em algumas áreas. Além disso, quando a temática da pauta afeta ou fala diretamente a respeito da mulher, como o aborto, a falta do lado feminino do assunto empobrece a discussão, a abordagem e, conseqüentemente, o resultado final da reportagem.

Pensando nisso e na vontade de ampliar a voz das mulheres em matérias jornalísticas, surgiu a campanha Entreviste uma mulher, em que o *Olga* reúne mulheres qualificadas sobre assuntos diversos e compila breves currículos e contatos delas em um documento³³ disponível no site para conectá-las com mais facilidade a jornalistas e ajudar a promover a diversidade de gênero de fontes convidadas pelos veículos a compartilharem seu conhecimento.

Para chegar às fontes que são colocadas no documento, o site pede para que qualquer mulher que queira fazer parte do projeto envie por e-mail uma breve biografia de não mais que quatro linhas, suas áreas de expertise em formato de palavras-chave, contato, cidade e exemplos de trabalhos já realizados como uma forma de assegurar que cadastros falsos não sejam passados para o documento. O projeto já conta com mais de 100 cadastros de mulheres que se dispõem a receber convites para entrevistas. A aceitação, assim como o site deixa claro, fica a cargo de cada uma delas.

3.1.3. Chega de Fiu Fiu – o início

No dia 23 de julho de 2013, foi dado início à campanha *Chega de Fiu Fiu* no *Think Olga*. Depois de um depoimento para o blog da apresentadora de televisão Marina Santa Helena contando as vezes mais marcantes em que foi assediada em espaços públicos e como ela se sentia sobre isso, outras mulheres também começaram a falar sobre o assunto e citar casos que aconteceram com elas nos comentários da postagem³⁴. Com isso, o *Olga* percebeu quão

33 Disponível em: <<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1rvMF2hSws0Ri0s1gJl0ttx9LPAhLN9sq6fOgqdFrn7U/pubhtml>>. Acesso em: mar. 2015.

34 Disponível em: <<http://thinkolga.com/2013/07/22/marina-santa-helena/>>. Acesso em: mar. 2015.

normatizado é o assédio às mulheres na rua, algo que não deveria ser considerado normal, e iniciou a campanha.

Para ter dados mais sólidos sobre esse comportamento dos homens e como as mulheres reagem – ou não – a esse tipo de violência, a campanha *Chega de Fiu Fiu* lançou um questionário na internet elaborado pela jornalista Karin Hueck e divulgou-o no site e nas redes sociais. O resultado, depois de pouco mais de um mês e de 7762 mulheres responderem, revelou o que muitas já sabiam, mesmo que algumas pudessem ter certo receio de admitir por serem consideradas exageradas ou por temerem a reprovação de outras pessoas: 99,6% das mulheres que responderam o questionário afirmaram já terem sido assediadas e 83% das participantes não gostam de receber cantadas na rua. Outros dados relevantes da pesquisa mostram que a rua é o lugar onde as mulheres mais foram assediadas, com 98% das respostas tendo apontado isso, 81% já deixaram de fazer algo (como passar em frente a uma obra) por medo do assédio, 90% preferiram trocar de roupa antes de sair de casa ao pensar no lugar aonde iam e as chances de serem assediadas e 82% já foram agarradas em festas e baladas. Apenas 27% das mulheres disseram reagir aos assédios e a forma que se mostrou mais comum foi “xingando”. As outras 73%, no entanto, não respondem por, em sua maioria, sentirem medo. A pesquisa também pediu algum episódio marcante pelo qual as mulheres que responderam o questionário passaram e alguns exemplos foram selecionados e publicados na página que apresenta os resultados³⁵.

Dez dias após a divulgação dos resultados, o blog postou um texto de agradecimento³⁶ em que afirma ter tido mais de 10 mil compartilhamentos da página que apresenta as respostas obtidas nas primeiras cinco horas dela no ar. Por causa disso, o *Think Olga* recebeu mais de 140 mil visitas no mesmo período de tempo e, nos dias seguintes, o número de compartilhamentos continuaram crescendo e o debate, que anteriormente era considerado pela equipe do blog como quase inexistente e ignorado pelo público, foi ampliado ainda mais, com

35 Não foram pedidos nessa pesquisa dados como faixa etária, escolaridade, cor e renda familiar. Resultados disponíveis em: <<http://thinkolga.com/2013/09/09/chega-de-fiu-fiu-resultado-da-pesquisa/>>. Acesso em: mar. 2015.

36 Disponível em: <<http://thinkolga.com/2013/09/19/um-obrigada-do-chega-de-fiu-fiu/>>. Acesso em: 28 mar. 2015.

novos depoimentos aparecendo e homens que até então não tinham noção do mal que faziam ao assediar uma mulher se mostrando arrependidos. Essa resposta inesperada, já que o aguardado por elas era “ser apenas uma luz sobre um problema – uma primeira exploração em um território ignorado”, acabou servindo de inspiração e incentivo para que a campanha se transformasse em ações maiores e mais abrangentes e, assim, não parasse por aí.

A campanha também inspirou artistas a produzirem ilustrações com mensagens feministas e de repúdio aos assédios em parceria com o blog. Enquanto algumas focam em como a mulher se sente ao ser assediada, outras ironizam o que o senso comum diz sobre as causas de uma agressão sexual.



Figura 1: Arte de Gabriela Shigihara, que também desenvolveu a identidade visual da campanha. Fonte: <http://www.shigi.co/projects/fiufiu/>



Figura 2: Arte de Cecilia Silveira. Fonte:
<http://ceciliasilveira.com/index.php/illustration/comissioned/>



Figura 3: Arte de Renata Miwa. Fonte: <http://renatamiwa.com/Chega-de-Fiu-Fiu>

Com a grande visibilidade do projeto logo no início, o *Olga* disponibilizou um endereço de e-mail para que, quem quisesse, enviasse seus depoimentos para publicação posterior no blog³⁷. Alguns são assinados com nome e a inicial do sobrenome, outros só com o primeiro nome e há também os que são identificados apenas com iniciais, tudo para que a pessoa que compartilhou no site seus casos se sentisse confortáveis com a situação. Mulheres são autoras de 73 depoimentos, em que é possível perceber que os casos são diferentes entre si, mas os sentimentos de raiva, intimidação, indignação e medo são comuns a todos os depoimentos. Homens se manifestaram sete vezes e, entre eles, o discurso em comum é o reconhecimento da agressão e arrependimento.

O que se pode observar, depois da leitura de todos os depoimentos, é que, nos casos retratados, os homens que assediam mulheres sentem-se na posição de fazê-lo, como se tivessem o poder de agir dessa maneira, e, alguns, ao tomar consciência das experiências da mulher como ser humano e não como se fizesse parte de outra espécie, os homens que se manifestaram mostram que começam a perceber uma realidade que eles não imaginavam existir.

O binarismo existente na forma de leis e acesso a direitos individuais, nas democracias liberais modernas, tende a impedir que homens e mulheres se percebam como cidadãos e cidadãs de iguais direitos. O sujeito moderno, apregoada por esse modelo político, é, de fato, segundo críticas feministas, masculino, branco e burguês.

O pós-estruturalismo faz críticas a valores iluministas de universalidade do sujeito,

[E]ssas críticas [aos valores iluministas] colocavam em evidência o fato de que a noção de sujeito estava marcada por particularidades que se pretendiam universais e, na medida em que pretendiam universalizar as especificidades do homem branco, heterossexual e detentor de propriedades, este sujeito tornava-se uma categoria normativa e opressora, para usarmos a definição de Judith Butler, e tornava a mulher e outros grupos oprimidos ausentes ou invisíveis, para usarmos a caracterização

37 Disponível em: <<http://thinkolga.com/chega-de-fiu-fiu/depoimentos/>>. Acesso em: mar. 2015.

dada por Joan Scott. (MARIANO, 2005: p. 485)

Ainda segundo Silvana Mariano (2005), a crítica pós-estruturalista e o feminismo pós-estruturalista também evidenciam que o sujeito se constrói dentro de significados e representações culturais, que podem ser marcados por relações de poder. Isso explica a violência que parte de um dos lados e, para tentar diminuir ou até mesmo acabar com esses assédios, o ciberfeminismo vem se utilizando de diversas plataformas e modos de produzir conteúdo a fim de conscientizar parte da sociedade e expor problemas ainda vividos pelas mulheres, para, assim, ajudar também a construir uma consciência feminista.

4. MAPA COLABORATIVO *CHEGA DE FIU FIU* E A LUTA CONTRA O ASSÉDIO SEXUAL EM ESPAÇOS PÚBLICOS

No dia 27 de março de 2014, o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) disponibilizou o relatório da pesquisa “Sistemas de Indicadores de Percepção Social” (SIPS) sobre tolerância social à violência contra as mulheres dizendo que 65% dos entrevistados concordavam total ou parcialmente com a afirmação “mulheres que usam roupas que mostram o corpo merecem ser atacadas”. Antes da retificação dizendo que, na verdade, o instituto cometeu um erro e a porcentagem correta era de 26%, a indignação de internautas feministas foi grande e a campanha lançada pela jornalista brasileira Nana Queiroz “Eu não mereço ser estuprada” recebeu grande apoio e adesão, com mulheres postando fotos suas juntas a esses dizeres.

A correção veio no dia quatro de abril³⁸, mas, ainda assim, os números recolhidos não são positivos e o ideal seria que as concordâncias com o que quer que legitime a violência contra a mulher chegassem a zero. Para lutar por isso e tentar desconstruir essas ideias, foi lançado no dia 22 de abril de 2014 o mapa colaborativo *Chega de Fiu Fiu*, uma extensão da campanha já em ação do *Think Olga* de mesmo nome.

A novidade, dessa vez, foi o lançamento de uma plataforma colaborativa independente do blog e com endereço próprio³⁹. O mapa tem como objetivo desvendar quais são os pontos mais críticos da violência contra a mulher no país e que tipos de violência elas sofrem coletando mais dados sobre o assédio sexual em espaços públicos, já que o *Olga* considerou que as informações disponíveis até então eram pouco eficientes na missão de compreender o que causa esse comportamento e como diminuí-lo. Segundo o site,

ninguém deveria ter medo de caminhar pelas ruas simplesmente

38 Disponível em:
<http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/SIPS/140327_sips_violencia_mulheres_novo.pdf>.
Acesso em: mar. 2015.

39 <<http://chegadefiufiu.com.br/>>

por ser mulher. Mas infelizmente isso é algo que acontece todos os dias. Pouco se discute e quase nada se sabe sobre o tamanho e a natureza do problema. A *Chega de Fiu Fiu* foi criada para lutar contra o assédio sexual em locais públicos. Mas queremos aqui também lutar contra outros tipos de violência contra a mulher. (2014)⁴⁰

Entre as categorias que podem ser escolhidas como tipo de assédio estão ameaça, assédio físico, assédio verbal, atentado ao pudor, estupro, exploração sexual, stalking (intimidação), tráfico de mulheres, violência doméstica e, pelo entendimento de que a violência de gênero pode tomar diferentes proporções dependendo de outras características das mulheres baseado no feminismo interseccional, também há as categorias homofobia, racismo e transfobia, já que deve-se levar em conta que

a repressão das diferenças no interior de cada grupo de gênero, como destaca também Judith Butler, funciona para construir as reificações do gênero e da identidade, alimentando as relações de poder e cristalizando as hierarquias sociais. Segundo a autora, "a insistência sobre a coerência e unidade da categoria mulheres rejeitou efetivamente a multiplicidade das interseções culturais, sociais e políticas em que é construído o espectro concreto das 'mulheres' ". Nesse sentido, a categoria 'mulheres', ao pretender ser globalizante, torna-se normativa e excludente e ignora outras dimensões que marcam privilégios, como de classe e de raça. (MARIANO, 2005: p.487)

Se o assédio não se encaixar em nenhuma dessas categorias, pode-se selecionar “outro” e, caso a pessoa não se sinta à vontade de compartilhar essa informação, há a opção “prefiro não dizer”.

Qualquer pessoa pode registrar um caso no site, seja quem sofreu ou

40 Disponível na aba “Sobre a campanha” em: <<http://chegadefiufiu.com.br/>>. Acesso em: mar. 2015.

quem presenciou a violência, seja homem ou mulher. Caso quem registre o assédio seja quem o sofreu, os campos de preenchimento obrigatórios são endereço (usando o sistema do Google Maps), tipo de assédio, descrição (campo aberto onde se pode detalhar melhor o que aconteceu), data, período do dia (dividido em manhã, tarde e noite ou “prefiro não dizer”), renda, escolaridade, idade e cor, sendo que se pode optar também por não dizer caso não queira. Os campos não obrigatórios são nome e e-mail. Em seguida, há uma caixa que, caso seja marcada, o registro é publicado anonimamente e uma verificação de segurança para se ter certeza de que não é um registro feito automaticamente em massa por máquinas, mas sim por um humano.

Se a denúncia for feita por uma testemunha, também se deve preencher os campos de endereço, tipo de assédio, descrição, data e período. Já os dados da vítima são opcionais e incluem idade, nome, cor e e-mail. Também há a possibilidade de publicação anônima e a necessidade de verificação de segurança. Além disso, na página principal, o site assegura que dados pessoais, como e-mail e endereço de IP não serão revelados, independentemente de o relato ser de quem presenciou ou de quem sofreu o assédio.

No mapa, ao pesquisar por uma cidade, aparecem “pins⁴¹” nos locais onde cada caso de assédio ocorreu. Ao clicar neles, aparecem as informações concedidas por quem postou o depoimento, como endereço completo, tipo de assédio, data, período do dia e a descrição fornecida. Não há espaço para interação social com outros e outras visitantes, já que o assunto é convidativo a *trolls*⁴² e usuários que mais querem provocar emocionalmente as vítimas de violência do que verdadeiramente alimentar o debate com quem sofreu assédio e com quem quer realmente aprender sobre o assunto.

O site oferece também informações sobre como denunciar formalmente o assédio, instruindo a internauta a discar 180 para a Central de Atendimento à Mulher ou enviar e-mail para a Secretaria de Políticas para as Mulheres pelos

41 “Pins” são equivalentes a “alfinetes” usados para marcar um ponto no mapa. No caso do mapa *Chega de Fiu Fiu*, é representado digitalmente por uma figura em formato de gota virada de cabeça para baixo, com a extremidade mais fina indicando o local em questão.

42 *Trolls* são internautas que agem com o objetivo de irritar membros de uma comunidade por meio de mensagens controversas e/ou irrelevantes, buscando causar conflitos entre participantes e desvirtuar discussões de seu tópico inicial.

endereços de correio eletrônico ouvidoria@spm.gov.br ou spmulheres@spmulheres.gov.br.

4.1. Dados

O mapa já soma 1724 depoimentos compartilhados⁴³. O maior tipo de ocorrência é de assédio verbal, responsável por quase metade das denúncias. Em segundo lugar, o assédio físico está presente em 16% dos relatos e o terceiro tipo mais recorrente é o atentado ao pudor, sendo 11% do total de registros. Os tipos menos denunciados foram o racismo, com seis exemplos, a violência doméstica, com quatro, e o tráfico de mulheres, com três.

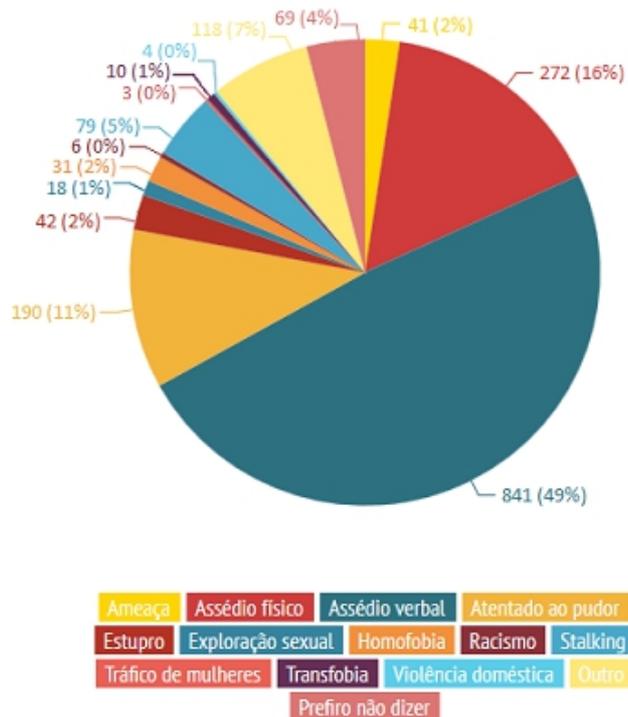


Figura 4: Gráfico com o número de ocorrências de cada tipo de assédio cadastrado no mapa *Chega de Fiu Fiu* e sua porcentagem correspondente (autoria própria).

⁴³ Até o dia 29 de março de 2015. Dados disponíveis em <<http://chegadefiufiu.com.br/api/threats.xls>>.

Em relação ao período do dia em que os assédios acontecem, a tarde é a que conta com mais relatos: 41% do total. Em seguida vem a manhã, com 27%. Isso significa que a maioria dos assédios compartilhados no site (68%) ocorreu durante o dia, enquanto 24% foram à noite. Os depoimentos que não informaram o período somam 8%.

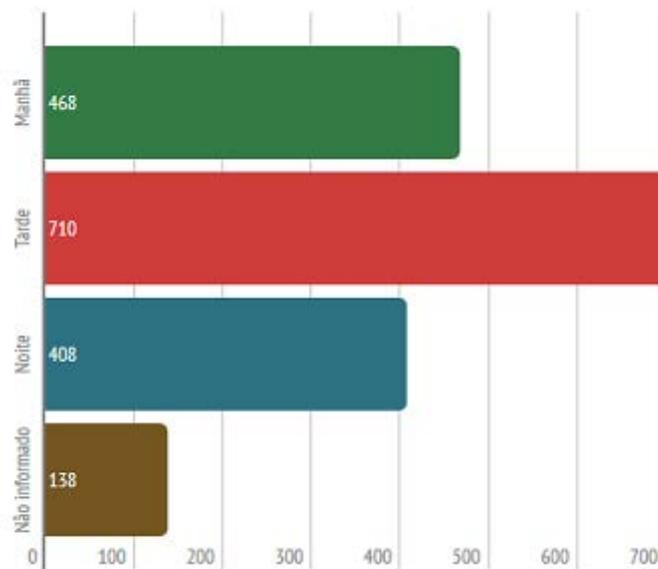


Figura 5: Gráfico com o número de ocorrências registradas no mapa *Chega de Fiu Fiu* de acordo com o período do dia em que aconteceram (autoria própria).

A maior faixa etária declarada das vítimas das denúncias no site foi entre 20 e 24 anos, com 32% das respostas. A segunda maior foi entre 15 e 19 anos, com 22% e a terceira, entre 25 e 29, com 18%. Há relatos de apenas oito pessoas com idade maior que 50 anos que foram assediadas e 250 respostas não incluíam a idade da pessoa agredida.

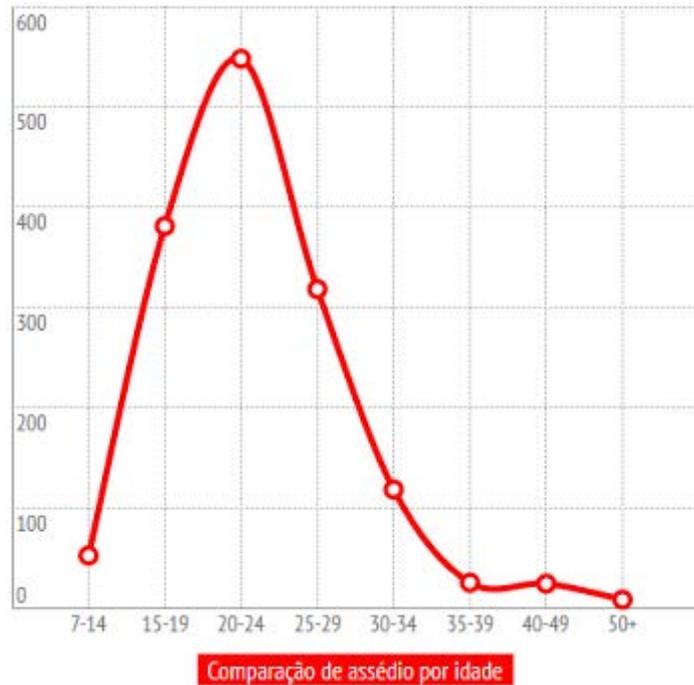


Figura 6: Gráfico comparativo entre as faixas etárias de mulheres que foram vítimas de assédio e compartilharam um depoimento no site *Chega de Fiu Fiu* (autoria própria).

Já na questão de cor, mais da metade das mulheres que sofreram violência se declararam (ou foram consideradas, no caso de relatos de testemunhas) brancas, enquanto pardas somaram 13% e negras, 5%. Amarelas foram 2% e indígenas, 1%, enquanto 28% são formadas por pessoas que não se encaixaram em nenhuma das categorias oferecidas ou não quiseram se declarar parte de nenhuma delas.

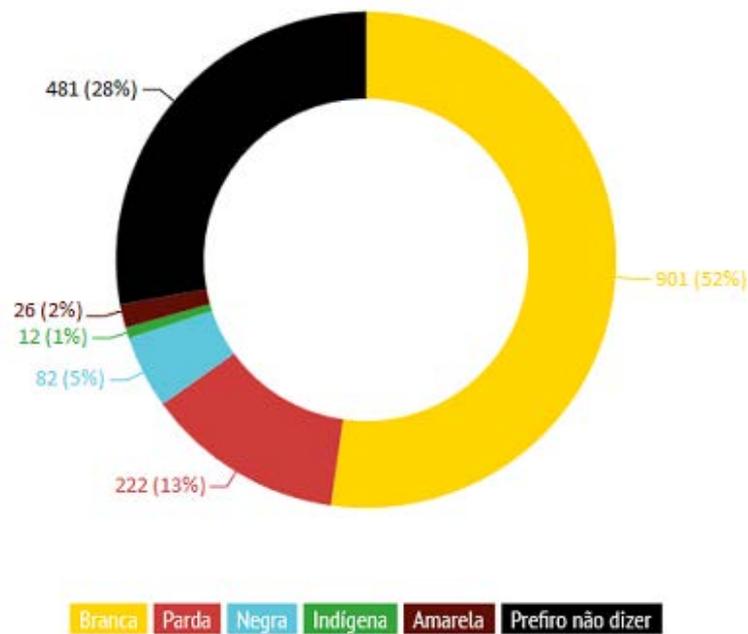


Figura 7: Gráfico com o número de ocorrências registradas no mapa *Chega de Fiu Fiu* de acordo com a cor das vítimas (autoria própria).

Com esses dados, identifica-se que, por mais que o site pretenda interseccionar as categorias em que as mulheres se encaixam, ainda há um viés grande de cor e faixa etária entre suas visitantes. Nesse caso, os dados levantados podem dizer mais sobre quem manda um relato para o site (ou seja, é visitante dele) do que quem é de fato mais assediada nas ruas. Para chegar a um número representativo real do fato, sem o viés de ser visitante do site, dever-se-ia selecionar um número igual de mulheres de todas as faixas etárias, cores, classes sociais e escolaridades para medir quantas de cada grupo são assediadas em ambientes públicos.

Ainda assim, com o número de relatos recebidos e o sucesso que o site alcançou, outros materiais foram lançados em decorrência da campanha e da plataforma *Chega de Fiu Fiu*, o que aproxima o *Olga* de seu objetivo em mapear as áreas mais perigosas para as mulheres passarem: usar os dados coletados para cobrar mudanças em espaços públicos e melhorias nas políticas públicas para auxiliar as mulheres, e não limitar a liberdade delas.

4.2. Cartilha sobre assédio sexual em parceria com a Defensoria Pública do Estado de São Paulo

Lançada em 25 de novembro de 2014, no Dia da Não Violência Contra a Mulher, a cartilha sobre assédio sexual feita em parceria com a Defensoria Pública do Estado de São Paulo simboliza um avanço para a campanha *Chega de Fiu Fiu*, já que, com ela, os primeiros efeitos de levar essa mobilização iniciada na internet para as ruas começam a aparecer. Além de ter conseguido levar o debate sobre assédio sexual para dentro do poder público, esse material vai levar à população mais informação e conscientização sobre um problema pelo qual muitas mulheres passam e, às vezes, são levadas a acreditar que elas próprias são as culpadas.

A cartilha, que foi impressa e distribuída para a população em formato de folder, traz logo em sua capa a palavra “denuncie”, deixando claro qual é sua intenção ao falar sobre assédio sexual. Em seu interior, explica-se o que é assédio sexual, como isso não deve ser encarado como algo normal, de onde vem o problema, por que deve ser denunciado, em quais leis a pessoa assediada pode se basear para fazer uma denúncia e outros tópicos que visam tirar o pensamento do leitor ou da leitora do senso comum de imaginar que “assédio é elogio” ou que “a mulher que estava usando uma roupa daquelas só podia estar pedindo para ser abusada”. No verso do folder aparecem contatos úteis para que a mulher violentada saiba onde procurar ajuda formal e onde denunciar o agressor.

Essa saída do mundo online para uma ação no mundo offline é muito importante para que as ciberfeministas não se atenham a falar só com quem, em alguma medida, já concorda com elas, mas provocar o debate público acerca de temas relativos às desigualdades de gênero, a fim de provocar mudanças efetivas no dia a dia vivido fora das mídias digitais. Sonia Reverter Bañón explica essa saída da seguinte maneira:

Se essa intertextualidade não sai do texto virtual, pode acontecer de não somente mudanças no mundo material não serem geradas, mas também que, junto a isso, nosso exílio deste mundo acabe por legitimá-los. E esta é precisamente a tese mais importante que quero defender aqui: a necessidade da implicação do virtual com o material para poder estabelecer um ciberfeminismo com consciência política, ou seja, feminista. (BAÑÓN, 2013: p.457-458)

A cartilha está disponível na internet⁴⁴ para a consulta também de pessoas que moram em outras localidades do país, já que todas as informações são válidas para habitantes de outros lugares (com exceção dos contatos válidos para São Paulo). Na página do *Think Olga* em que todas as ações da campanha *Chega de Fiu Fiu* estão agrupadas⁴⁵, sugere-se a quem achar interessante que leve essa cartilha à Defensoria Pública de seu estado como exemplo para a realização de uma cartilha própria. O *Olga*, inclusive, se dispõe a colaborar.

4.3. Documentário “*Chega de Fiu Fiu*”

Depois de recolher dados por meio da pesquisa e do mapa sobre assédio sexual, tratados anteriormente neste trabalho, um modo encontrado pelo *Olga* de aprofundar ainda mais o debate sobre o assunto foi produzir um documentário em que, além de ouvir o que os entrevistados têm a dizer, óculos especiais (chamado pelas idealizadoras de “óculos-espião”) com câmeras escondidas foram distribuídos para várias mulheres ao redor do Brasil para que cenas de assédio tidas como comuns no dia a dia fossem registradas e incluídas no filme.

No vídeo de apresentação do projeto, em que foram utilizadas as falas das organizadoras do projeto e imagens de estudo de campo feitas para descobrir mais sobre o assunto, são mostradas imagens de algumas mulheres já utilizando

44 Disponível em: <<http://www.defensoria.sp.gov.br/dpesp/repositorio/41/FolderAssedio.pdf>> Acesso em: mar. 2015.

45 Disponível em: <<http://thinkolga.com/chega-de-fiu-fiu/>>. Acesso em: mar. 2015

os óculos-espião. Após serem abordadas, as mulheres estabelecem um diálogo com o homem que as assediou, perguntando por que ele mexeu com a mulher, se ele sabe que aquilo é assédio e, então, é comunicado que aquela atitude é constrangedora para as mulheres. Na versão final do documentário, imagens do assédio no dia a dia de outras mulheres serão mostradas, em que se buscaram voluntárias de todas as regiões do Brasil, de várias classes sociais e etnias. Além dessas cenas, serão gravadas mesas-redondas com homens debatendo e dando suas opiniões, conversas com especialistas e quatro mulheres usadas como personagens, já que a identidade delas será conhecida e suas vidas além do assédio serão acompanhadas – ao contrário das usuárias dos óculos-espião, cujas identidades serão preservadas.

O objetivo do documentário, segundo as produtoras, é sensibilizar mais pessoas sobre a causa, mostrar como acontecem os assédios e por que tipos de situações as mulheres passam todos os dias, além de debater qual é o espaço da mulher na cidade e formas de ampliar os direitos das mulheres no espaço público.

O projeto foi lançado na plataforma de financiamento coletivo Catarse no dia 17 de novembro de 2014 a fim de arrecadar verba para bancar a produção do filme⁴⁶. A meta a ser alcançada, a princípio, era de R\$20.000 para desenvolver o projeto, enviar o óculos especial a outros estados brasileiros e financiar a pré-produção e divulgação do projeto. Outras duas metas foram estipuladas: R\$50.000 para a produção, gravação de entrevistas e elaboração do roteiro de edição e trilha sonora; e R\$80.000 para a finalização do filme, distribuição e divulgação do documentário finalizado.

Até o último dia de arrecadação, o projeto juntou R\$64.448 de 1219 financiadores. Segundo Juliana de Faria em entrevista para a *Revista Fórum* (2015)⁴⁷, a primeira meta foi atingida em apenas 19 horas, o que era necessário para o projeto ser considerado bem-sucedido pelo Catarse bem antes de o prazo final de 60 dias chegar (caso o projeto não atinja a meta, o idealizador deve devolver o dinheiro investido a seus apoiadores). Além disso, o documentário

46 Disponível em: <<https://www.catarse.me/pt/videochegadefiufiu>>. Acesso em: mar. 2015

47 Disponível em: <<http://www.revistaforum.com.br/questao Degenero/2014/11/21/chega-de-fiu-fiu-um-documentario-sobre-cantadas-e-assedio-sexual/>>. Acesso em: mar. 2015.

Chega de Fiu Fiu foi o quarto projeto a mais arrecadar dinheiro nas primeiras 24 horas no ar, sendo o primeiro no ranking da categoria “Cinema & Vídeo”. Para Juliana isso foi uma surpresa, já que se trata de um projeto feminista e, por esse motivo, a chance de ser visto com preconceito era grande, fora o fato de a quantidade de recompensas materiais oferecidas aos apoiadores não ser numerosa. Isso fez com que ela chegasse à conclusão de que aqueles que contribuíram para a produção do documentário realmente acreditam na causa.

Além de Faria, o documentário conta também com a realização de Fernanda Frazão, Camila Biau (ambas formadas em Rádio e TV, na UNESP - Bauru) e Amanda Kamanchek Lemos (jornalista e documentarista), todas responsáveis pelo roteiro e direção do filme. A estimativa de entrega das recompensas – em que se inclui, em doações a partir de R\$50, o link para download do documentário pronto – é para o mês de janeiro de 2016.

4.4. E-book “*Meu Corpo Não É Seu*”

No dia 10 de junho de 2014, foi lançado o e-book “*Meu Corpo Não É Seu*”, fruto de uma parceria entre as já colegas de *Olga* Juliana de Faria e Bárbara Castro pela Breve Companhia, um selo da Companhia das Letras. O ensaio sobre violência contra a mulher foi mais um dos passos sentidos como necessários na luta contra a violência de gênero e na tentativa de explicar como se dão as agressões e como solucionar o problema.

O livro traz alguns relatos enviados à campanha *Chega de Fiu Fiu* para ilustrar os capítulos, que falam sobre como é a violência contra a mulher, o que está por trás dela, qual a relação que existe entre o espaço público e privado em como a denúncia é recebida e quais são as soluções para o problema.

Durante os capítulos, são trazidas reflexões sobre o assédio sexual que põem à prova o que o senso comum diz sobre o assunto e os relatos ajudam quem lê a entender que algumas ideias comuns não são regra, como o imaginário de que abusos só são cometidos por pessoas desconhecidas pelas vítimas. Pelo

contrário: o ensaio traz dados do Ministério da Saúde de que a maioria das agressões entre 2009 e 2010 (57%) ocorreu dentro de casa.

Entre outras informações, o livro também destaca o fato de a violência contra a mulher também ter fundo na desigualdade vivenciada no ambiente de trabalho e estudo e um dos jeitos de iniciar uma mudança no sentido de acabar com as agressões é uma transformação cultural e o apoio às vítimas para que elas denunciem e não fiquem caladas caso sofram assédio.

A desigualdade entre as próprias mulheres, com base em sua cor, classe social, sexualidade etc, também é discutida, em que a interseccionalidade é citada:

E, para além dos modelos de masculinidade e feminilidade, todos são atravessados por outras séries de marcadores sociais da diferença, como cor, etnia, classe, idade, nacionalidade, região de nascimento etc. Assim, a experiência de ser uma mulher negra é diferente da experiência de ser uma mulher branca, ou de ser um homem negro; assim como a experiência de ser uma mulher branca e rica é diferente da experiência de ser uma mulher branca e pobre. Quando discutimos gênero, é importante, sempre, ficar atento a todos esses cruzamentos de grupos – o que é frequentemente chamado de “interseccionalidade”. Apenas assim conseguimos compreender as diversas dinâmicas de poder envolvidas nas relações sociais. (OLGA, 2014)

5. TALK OLGA, MÍDIAS SOCIAIS E O ESPAÇO DESIGNADO A DISCUSSÕES

5.1. *Talk Olga*

Como já citado anteriormente, o blog *Think Olga* e o mapa *Chega de Fiu Fiu* não aceitam comentários e interações entre visitantes porque há internautas que não respeitam o assunto discutido e desviam o debate.

Para evitar tais intervenções, foi criado um grupo no Facebook chamado *Talk Olga* – um espaço para que as leitoras do blog tenham um local de expressão, no qual podem ainda conversar e perguntar entre si o que quiserem. Assim, as reflexões sobre feminismo e assuntos que de alguma forma se relacionam a ele seriam ampliados e a conversa entre a equipe do blog e as internautas, horizontalizado, afinal, as redes sociais funcionam com base na troca de conteúdo gerado pelos próprios usuários, assim como diz Dijck (2013):

Uma nova infraestrutura para a sociabilidade e a criatividade online emergiu, penetrando cada fibra da cultura atual. As mídias sociais, grosseiramente definidas como “um grupo de aplicações sediadas na internet que se erguem sobre os alicerces ideológicos e tecnológicos da Web 2.0, e que permitem a criação e a troca de conteúdos gerados por usuários” (Kaplan e Haenlein, 2010: p.60), formam uma nova camada online por meio da qual as pessoas organizam suas vidas. (VAN DIJCK, 2013: p.4)⁴⁸

O grupo é fechado, ou seja, somente as pessoas que fazem parte dele veem o que é postado e comentado dentro do espaço. Novas e novos participantes são aceitos somente depois de terem passado por uma análise de perfil feito por moderadoras do gênero feminino. Isso diminui as chances de perfis falsos e pessoas machistas entrarem e ofenderem quem já faz parte do grupo.

⁴⁸ Tradução própria. Texto original: “A new infrastructure for online sociality and creativity has emerged, penetrating every fiber of culture today. Social media, roughly defined as “a group of Internet-based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0, and that allow the creation and exchange of user-generated content” (Kaplan and Haenlein 2010: 60), form a new online layer through which people organize their lives.”

Com o crescimento do grupo – já são 2.357 participantes⁴⁹ –, fez-se necessária a criação de uma postagem fixada acima das outras com regras para que a convivência seja respeitosa para todos e todas. Nessa postagem, explica-se o que é o *Talk Olga*, sua afinidade com o feminismo interseccional e as boas-vindas a qualquer pessoa disposta a debater sobre o assunto, inclusive homens – que somam aproximadamente 2,9% do total de integrantes.

As regras para as postagens no grupo enfatizam que, ao compartilhar conteúdo sobre temas delicados, os participantes observem o quanto o material vai contribuir com a reflexão e o debate entre participantes, já que o *Talk Olga* é um grupo voltado a criar discussões saudáveis. Ou seja, caso o conteúdo só sirva para criar polêmica e não engrandeça o debate sobre o feminismo, o ou a integrante é aconselhado a repensar se realmente há a necessidade de postar esse material.

Caso realmente seja um conteúdo de relevância para o grupo, deve-se usar o sinal “TW”⁵⁰ seguido de palavras-chave que dizem sobre o que é a postagem. Esse método foi adotado para que pessoas sensíveis a alguns temas (como, por exemplo, o estupro) devido a suas histórias de vidas ou a algum outro motivo sejam avisadas antes de entrarem em contato com o conteúdo e, assim, elas podem escolher ler ou não a postagem de acordo com como elas sentem que serão afetadas emocionalmente.

Outra regra relacionada às postagens pede para que, caso seja compartilhado um vídeo ou texto em língua estrangeira, que seja acompanhado pelo menos do título traduzido para o português, sendo o ideal que haja a tradução de alguma parte essencial do conteúdo ou até mesmo um resumo junto à postagem. Assim, mesmo quem não domina o idioma original do material, pode entender do que se trata e acompanhar a discussão que se forme em torno dele. Além disso, pede-se também para que os e as integrantes chequem se aquilo que querem postar já não foi feito por outro ou outra participante antes, a fim de não gerar várias postagens diferentes com conteúdos iguais.

49 Até dia 27 de março de 2015.

50 “TW” é a abreviação da expressão em inglês “trigger warning”, ou seja, “acionador de gatilho”, que se refere a assuntos potencialmente nocivos para algumas pessoas, ou que possam trazer memórias traumáticas à tona. Por isso, é usado antes de conteúdos que podem ser considerados ofensivos.

O conjunto de regras deixa bem claro também que é proibido “mansplain”, ou seja, o ato de explicar algo a alguém de maneira a se mostrar superior, o que, segundo a definição do Dicionário Oxford, normalmente ocorre de um homem para uma mulher⁵¹. É proibido também “gaslight”, que é descrito pelo Dicionário Oxford como o processo de manipulação de alguém a ponto de fazer a pessoa manipulada duvidar de sua própria sanidade⁵² – algo muito comum em relacionamentos abusivos. Também não é permitido transfobia, homofobia, lesbofobia, racismo e gordofobia.

As pessoas integrantes também são orientadas a se esforçarem para escrever seus pontos de vista com argumentos fortes e embasados em vez de usar provocações, indiretas e xingamentos, já que um grupo de discussões não serve para desvalorizar o outro, e sim para conversar, ensinar e aprender.

Ainda nesse tópico fixo, há links para outros tópicos com temáticas específicas dentro do grupo, como o tópico de apresentação de participantes, de links para sugestão de filmes feministas, de livros feministas, vagas de emprego, trocas de favores entre as pessoas do grupo, “memes”⁵³ feministas e “off topic” [fora do assunto], onde se pode conversar sobre assuntos não necessariamente ligados ao feminismo.

5.1.1. Tipo de conteúdo compartilhado e debatido dentro do grupo

Por se tratar de um grupo fechado ao qual só tem acesso seus integrantes, o conteúdo lá postado não será reproduzido aqui por questões éticas. O grupo *Talk Olga* tem um fluxo grande de produção e compartilhamento de conteúdo, com uma média de aproximadamente 26 postagens por dia⁵⁴.

Compartilha-se, lá, desde matérias e peças publicitárias veiculadas na

51 Disponível em: <<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/mansplain>>. Acesso em: mar. 2015.

52 Disponível em: <<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/gaslight>>. Acesso em: mar. 2015.

53 Pode ser considerado “meme” uma imagem, um vídeo, uma frase ou qualquer conceito que alcance muita popularidade na internet e seja replicado por internautas inúmeras vezes.

54 Para chegar a esse número, levei em conta o período de 16 dias compreendido entre 15 e 30 de março de 2015, que teve um total de 418 postagens.

mídia até relatos e desabafos sobre acontecimentos cotidianos, passando por trabalhos inspiradores realizados por mulheres, mensagens de empoderamento feminino e comentários sobre programas ou matérias vistas em outro meio de comunicação.

Por esse motivo, é nesse espaço em que a convergência midiática acontece mais evidentemente entre as plataformas em que o *Olga* atua. Além da reação, às vezes imediata, a programas de TV, há, também, páginas de revistas e jornais escaneadas para que o grupo comente e debata. Assim como pontua Jenkins,

A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros. Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana. Por haver mais informações sobre determinado assunto do que alguém possa guardar na cabeça, há um incentivo extra para que conversemos entre nós sobre a mídia que consumimos. (JENKINS, 2009: p.30)

Por isso, ao ter uma televisão e um aparelho com conexão à internet, vários debates já podem acontecer entre pessoas distantes geograficamente ou até mesmo que não se conhecem. Afinal,

A internet alterou a forma de assistir televisão. A conexão permanente e a popularização de dispositivos móveis aproximaram as duas mídias numa experiência distinta. Cada vez mais pessoas, no mundo inteiro estão vendo televisão com uma segunda tela em mãos e conectadas às redes. O dispositivo permite estender a conversa da sala de estar para qualquer outro lugar, amplificando o poder do telespectador e também a força do

laço social. (FINGER; SOUZA, 2012: p.386)

Para analisar a finalidade de cada compartilhamento, as postagens foram divididas em cinco grandes grupos, de acordo com o que se pretendia alcançar e passar para os outros participantes com elas: relatar ou desabafar casos vividos no dia a dia, sejam positivos ou negativos; denunciar machismo, homofobia, lesbofobia, transfobia, racismo, capacitismo⁵⁵ ou outro tipo de preconceito e/ou lançar um olhar crítico a materiais veiculados na mídia; empoderar e/ou divulgar o trabalho ou a conquista de outras mulheres ou de si mesma; pedir opinião, ajuda ou indicação quando se está em dúvida de como agir em alguma situação ou do que pensar sobre algum acontecimento; e outros tipos de conteúdo, como pedidos de fontes para matérias ou postagens que não se encaixaram nas categorias acima.

A categoria com mais postagens foi a de denúncia e/ou lançamento de olhar crítico sobre materiais veiculados na mídia, com 39% das postagens. Logo em seguida vem o empoderamento e/ou divulgação de realizações femininas, com 38%. Pedidos de opiniões e ajudas formaram 13% do total de postagens e relatos e desabafos, 5%. Outras postagens somaram 6%.

55 “Capacitismo” é uma tradução para o português dos termos em inglês “ableism” e “disablism”, de igual significado, proposta por Ana Maria Baila Albergaria Pereira em sua Dissertação de Mestrado em Sociologia para a Universidade de Coimbra. Segundo ela, o termo refere-se a “comportamentos discriminatórios, opressivos ou abusivos originados pela crença de que as pessoas com deficiências são inferiores a outras” (PEREIRA, 2008: p.18).

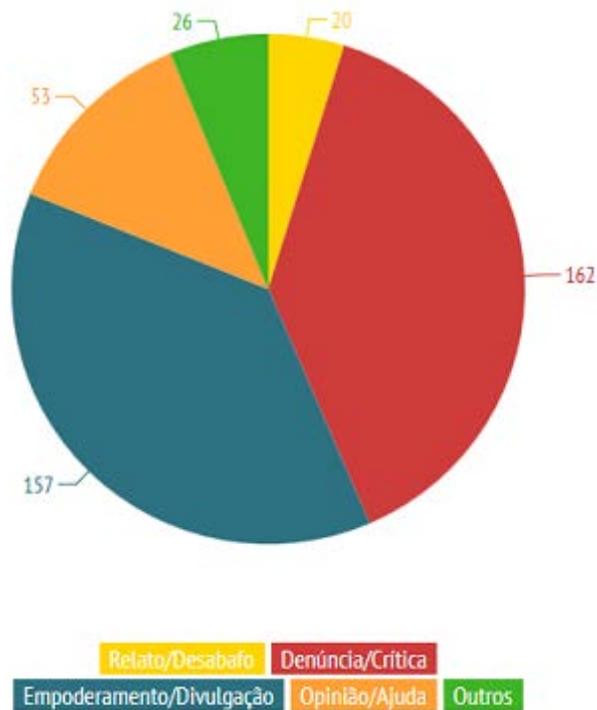


Figura 8: Número de postagens no grupo *Talk Olga* por categoria no período de 15 a 30 de março de 2015 (autoria própria).

O número de postagens que receberam interação por meio de comentários foi quase o dobro do número de postagens que não receberam. Essa informação, junto à conseguida a partir da análise das categorias, demonstra que a intenção de criar discussões entre integrantes é bem-sucedida, visto que mesmo as postagens que não apresentam críticas ou perguntas em seu enunciado são problematizadas por participantes quando o tema dá margem para isso.

Um exemplo que pode ser citado é o caso da estudante mineira Débora Adorno. Ao publicar em seu Facebook publicamente um relato sobre evitar cantadas e olhares na rua fazendo uma careta que ela chama de “dentinho”, sua história virou notícia⁵⁶ e foi compartilhada no grupo *Talk Olga*, por algumas, com o sentimento empoderador que a própria Débora relatou sentir ao “vencer” aqueles

⁵⁶ Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/vida-e-estilo/noticia/2015/03/conheca-a-jovem-que-combateu-o-machismo-fazendo-a-careta-do-dentinho-4720449.html>>. Acesso em: mar. 2015.

que a tentavam oprimir. No entanto, um outro olhar foi lançado sobre o caso, que gerou outras postagens no grupo: o fato de ela ter mudado sua aparência projetando sua arcada dentária superior, o que a fazia fugir do padrão de beleza vigente e sugeria que ela pudesse ter alguma deformação ou doença. Por esse lado, a técnica encontrada pela estudante é problemática por diminuir as já invisibilizadas pessoas com deficiências, mesmo que essa não fosse sua intenção, e não acabar de fato com os problemas que causam as cantadas e olhares intimidadores por parte dos homens. Um dos textos compartilhados lá falando sobre isso é do blog *Blogueiras Feministas*⁵⁷.

Outro modo de lançar um olhar crítico sobre o que aparece na mídia encontrado por elas é discutir o que se passa na publicidade, um campo frequentemente machista e reprodutor de estereótipos. As campeãs entre as denunciadas são as marcas de cerveja, mas há também a comemoração quando algum seguimento acerta na abordagem. Esse foi o caso da marca de produtos de limpeza Ariel, que, em sua campanha “Esfregatite Aguda”, mostra não só mulheres, mas também homens ou imagens sem marcação de gênero usando os produtos da marca e realizando trabalhos domésticos. Nesse caso, foi debatido o porquê de a marca ter acertado em deixar para trás o estereótipo de que só mulheres fazem limpeza. Em sua página no Facebook, a marca respondeu comentários positivos dizendo que a “esfregatite aguda” é um problema que pode se manifestar tanto em homens quanto mulheres⁵⁸.

Quanto ao empoderamento, um exemplo foi a divulgação de um projeto americano chamado “Girls Who Code” (em português, “Garotas que Programam”), criado pela advogada e política Reshma Saujani, que incentiva garotas a se envolverem com a produção tecnológica em um acampamento de verão com sete semanas de duração e, assim, ajuda a diminuir a lacuna de gênero existente na área.

Na categoria de relatos e desabafos, mulheres contam algo que aconteceu

57 Disponível em: <<http://blogueirasfeministas.com/2015/03/deformar-se-nao-e-uma-vitoria-contra-o-patriarcado/>>. Acesso em: mar. 2015.

58 Disponível em: <<https://www.facebook.com/descubraariel/photos/a.169643166386483.48974.144878848862915/1072552609428863/>>. Acesso em: mar. 2015.

a elas ou a conhecidas delas no dia a dia para receberem apoio e conselhos das outras pessoas do grupo. No caso de ocorrências negativas, elas se mostram à vontade para fazer esses relatos por saberem que o julgamento e a falta de compreensão existente fora de espaços feministas não estarão presentes lá, já que algumas não se sentem seguras de expor algumas histórias nem para a própria família. No caso de acontecimentos positivos, o tom da postagem é de mostrar às outras mulheres que ainda há esperança de mudança no mundo, mesmo que lenta, em questões ainda não resolvidas contra o machismo ou algum outro tipo de preconceito.

Nos pedidos de ajuda ou opinião, o mais comum é que alguém tenha alguma dúvida e queira esclarecê-la, seja sobre teoria feminista e a pessoa tenha vontade de aprender mais sobre o assunto, ou sobre como reagir a alguma situação que esteja vivendo, como relacionamentos abusivos ou falta de empatia de outras pessoas de seu convívio físico sobre algum problema que esteja enfrentando. É comum que as pessoas que participam do grupo sejam solícitas e pacientes, mas, se a pessoa mostrar falta de empatia ela mesma ao perguntar algo de forma irônica, atritos podem aparecer.

5.1.2. Desacordos e conflitos

Em 20 de novembro de 2014, Dia da Consciência Negra, uma das participantes do grupo – branca – abriu um tópico para dizer, de maneira indignada, que não entendia o porquê de várias coisas serem consideradas por negros como apropriação cultural, desde comidas como acarajé e feijoada até esportes como a capoeira ou acessórios como o turbante. Para explicar o motivo pelo qual ela não compreendia o assunto, ela usou como exemplo sua descendência italiana e o fato de ser gaúcha para comparar os exemplos dado anteriormente com o consumo de chimarrão e da culinária italiana por pessoas que não fazem parte dessas culturas e, por ela não ver problema nessas práticas, considerava normal também continuar se apropriando da cultura afro-brasileira.

Segundo Richard Rogers (2006), apropriação cultural é definida

amplamente como o uso de símbolos, artefatos, gêneros, rituais ou tecnologias de uma cultura por membros de outra. A apropriação envolve a assimilação e exploração de culturas marginalizadas e colonizadas, além de os símbolos delas marcarem a sobrevivência de culturas subordinadas e sua resistência às culturas dominantes. Ou seja, há uma grande diferença entre consumir símbolos da cultura branca dominante e da cultura negra historicamente oprimida.

Outras integrantes do grupo tentaram explicar isso a ela e que o problema não era comer acarajé ou praticar capoeira, e sim se apropriar da comida e do esporte e modificá-los ou comercializá-los mesmo não fazendo parte dessa cultura oprimida. Depois de mais de 350 comentários e a prova de que a integrante branca, mesmo demonstrando ter entendido o conceito, recusava-se a parar de praticar a apropriação cultural em situações confortáveis para ela, ela deixou o grupo.

Por mais que discordâncias sejam comuns, já que o grupo, mesmo se identificando com o feminismo interseccional, não restringe a participação de feministas que se identificam mais com outras correntes, esse caso fez com que as regras se tornassem mais estritas e levadas a sério, além de fazer com que o grupo parasse de admitir novos participantes durante um tempo depois do ocorrido. As moderadoras identificaram que, com muita gente no grupo, é impossível controlar todos os tópicos em tempo real, o que podia causar atritos desnecessários e ofensas a indivíduos ou grupos de pessoas.

Dois dias depois desse caso, uma das moderadoras criou um tópico para entender melhor qual era a repercussão do grupo de uma maneira geral entre os participantes que não se manifestavam com frequência, já que ela percebeu que muitos dos membros não eram ativos e havia chegado a hora de encontrar novas maneiras de gerir o grupo. Foram 51 respostas e a maioria alegou falta de tempo, preferência por só ouvir para aprender e o fato de outras pessoas já terem contemplado seus pensamentos sobre algum tópico quando elas entravam em contato com ele. Muitas relataram também ter aplicado novos aprendizados adquiridos no grupo na vida fora da esfera virtual, seja levando assuntos voltados ao feminismo a amigos e debatendo sobre eles ou mudando sua forma de se ver

e ver os outros.

Fora esse episódio, os debates no *Talk Olga* geralmente são maduros e civilizados, com troca de informações e discussões construtivas.

5.2. Breves descrições de outras maneiras de interações entre o *Olga* e seu público em redes sociais

5.2.1. Página do blog no Facebook

O *Think Olga* tem uma página no Facebook onde divulga não só o conteúdo publicado no blog, mas também textos, imagens, eventos e campanhas de outras fontes quando eles têm afinidade com o blog e sua linha editorial. Há também fotos das pessoas da equipe em palestras e eventos dos quais elas participam.

Os textos que acompanham os links divulgados são mais longos que o comumente usado por páginas de cunho comercial no Facebook, como se fossem comentários sobre o assunto apresentado. Há espaço para que os visitantes curtam, comentem e compartilhem as postagens. A página tem 33.544 curtidas⁵⁹.

5.2.2. Perfil no Twitter

O perfil no Twitter do *Think Olga* também divulga o conteúdo do blog e outros materiais ligados ao feminismo, mas também é usado para participar de campanhas e intervenções online com hashtags criadas por motivos feministas.

Um exemplo foi quando a coleção de esmaltes lançadas pela Risqué chamada “Homens que amamos”, trazendo nomes que faziam referências a “pequenos gestos diários” feitos pelos homens às mulheres, como fazer o jantar, mandar flores e chamar para sair junto a um nome masculino⁶⁰. A mobilização

59 Até dia 31 de março. Disponível em: <<https://www.facebook.com/thinkolga>>.

60 Disponível em: <<https://www.risque.com.br/homens.php>>. Acesso em mar. 2015.

criada no Twitter “#homensrisque” teve a participação de mulheres inconformadas com o fato de uma marca de esmaltes homenagear homens e, indo além, exaltar “gestos” que deveriam ser considerados tão obrigações do homem quanto da mulher. Como resposta, as internautas inventaram novos nomes para os esmaltes que refletem uma realidade ignorada pela marca. O perfil do *Think Olga* participou da intervenção.



Figura 9: Alguns dos tweets publicados pelo perfil do *Think Olga* na intervenção online “#homensrisque”. Os números abaixo das mensagens indicam, respectivamente, quantas pessoas retuitaram e quantas pessoas favoritaram o tweet.

O perfil no Twitter do *Think Olga* também interage com seu público ocasionalmente e tem 5.249 seguidores⁶¹.

61 Até 31 de março de 2015. Disponível em: <<https://twitter.com/ThinkOlga>>.

5.2.3. Perfil no Instagram

O perfil no Instagram do *Think Olga*, ao contrário do Twitter e do Facebook, não divulga os textos do blog. Em vez disso, publica mensagens empoderadoras, citações, foto de participações das integrantes em eventos, imagens relacionadas à campanha *Chega de Fiu Fiu* e fotos de mobilizações feministas.

O perfil no Instagram tem espaço para comentários de visitantes e 3.076 seguidores⁶².

5.2.4. Perfil no Pinterest

O perfil no Pinterest do *Think Olga* é o menos movimentado entre todos. Ele reúne imagens e inspirações consideradas interessantes para o público que acompanha o blog. O *Think Olga* tem seis painéis, divididos em “Ilustrações”, “Notícias”, “Feminismo”, “Quotes” e “*Chega de Fiu Fiu*”. No total, são 80 “pins” e 92 seguidores nessa rede social.

62 Até dia 31 de março de 2015. Disponível em: <https://instagram.com/think_olga/>.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com este trabalho, pretendi analisar e verificar como o ciberfeminismo pode contribuir para a construção de miradas feministas e difusão de ideias feministas por meio da Web 2.0. Para tanto, foquei-me em blogs e mídias sociais com conteúdo produzido por mulheres, sobre mulheres e para mulheres. Ao fim da pesquisa, percebe-se que o feminismo articulado nos meios digitais – composto por mulheres mais intelectualizadas e urbanas – acaba se solidificando nas ciberfeministas e, assim, elas repassam o conhecimento adquirido para outras pessoas com quem elas convivem e, também, por meio das redes sociais que elas frequentam. Dijck (2013) chegou à conclusão de que a cultura da conectividade

é uma cultura inundada por tecnologias de codificação cujas implicações vão muito além da arquitetura digital das próprias plataformas. A sociabilidade não simplesmente “torna-se tecnológica” por se mover para um espaço online; em vez disso, estruturas codificadas estão alterando profundamente a natureza das nossas conexões, criações e interações. (VAN DIJCK, 2013: p.21)⁶³

Ou seja, o mundo digital da Web 2.0 e a oportunidade que ela dá a seus usuários de criar, publicar e compartilhar seus próprios conteúdos estão se tornando uma parte da vida das pessoas que convivem com esse meio. Para as mulheres ciberativistas, então, isso se mostra ainda mais importante, já que há novos jeitos de se articularem, informarem-se e se manterem unidas além da proximidade geográfica ou do que se veicula em meios de comunicação mais fechados e conservadores.

⁶³ Tradução própria. Texto original: “[...] is a culture inundated by coding technologies whose implications go well beyond the digital architectures of platforms themselves. Sociality is not simply “rendered technological” by moving to an online space; rather, coded structures are profoundly altering the nature of our connections, creations, and interactions.”

Segundo Jenkins (2009), essa é uma das reivindicações que devem ser feitas por aqueles que usam as mídias sociais com fins de compartilhamento de informações, mas não a única, já que esse espaço é importante para que a participação do público na formação do conteúdo veiculado e produzido de fato aconteça:

A luta contra a concentração de poder na mídia é apenas uma das batalhas que deveriam preocupar os reformadores dos meios de comunicação. O potencial de uma cultura midiática mais participativa também é um objetivo pelo qual vale a pena lutar. Neste momento, a cultura da convergência está provocando constantes flutuações na mídia e expandindo as oportunidades para os grupos alternativos reagirem aos meios de comunicação de massa. Se todos os esforços se concentrarem no combate aos conglomerados, essas oportunidades irão desaparecer. É por isso que é tão importante lutar contra o regime de direitos autorais corporativos, combater a censura e o pânico moral que tentam transformar em doença as formas emergentes de participação, expandir o acesso e a participação de grupos que, de resto, estão sendo deixados para trás. (JENKINS, 2009: p.331)

No blog *Think Olga*, o espaço de descentralização do poder da mídia aparece, mas a participação dos internautas e consumidores surgem com mais força no mapa *Chega de Fiu Fiu* e no grupo fechado no Facebook *Talk Olga*, o que demonstra como uma plataforma completa a outra e como a criação de uma em decorrência das outras faz sentido. Isso, pode-se dizer, também é um exemplo de convergência que se dá dentro da própria internet e do próprio *Olga*, já que

A convergência não depende de qualquer mecanismo de distribuição específico. Em vez disso, a convergência representa uma mudança de paradigma – um deslocamento de conteúdo de

mídia específico em direção a um conteúdo que flui por vários canais, em direção a uma elevada interdependência de sistemas de comunicação, em direção a múltiplos modos de acesso a conteúdos de mídia e em direção a relações cada vez mais complexas entre a mídia corporativa, de cima para baixo, e a cultura participativa, de baixo para cima. (JENKINS, 2009: p.325)

O grupo *Talk Olga*, no fim das análises, apresenta-se como o espaço que mais tem como característica um lugar em que se articula o feminismo interseccional, já que é onde ele se mostra mais forte e claramente. É no grupo onde questões como transfobia aliada ao sexismo aparece com mais frequência e onde também o capacitismo aliado ao machismo é citado e debatido. O mapa e o blog, por mais que abordem casos de preconceito com tipos determinados de mulheres, ainda não são tão abrangentes quanto poderiam ser, seja pela marca de classe e raça que suas idealizadoras acabam colocando em suas abordagens por fazerem parte de grupos dominantes quanto pela abrangência das plataformas a determinados grupos sociais.

Assim, é perceptível que há diferentes maneiras de se produzir conteúdo e conhecimento ao partir de diferentes teorias e vivências. As epistemologias feministas explicam essa situação por entenderem que

o conhecimento é sempre situado, posicionando-se contra a objetividade e a neutralidade características da ciência positivista androcêntrica (Keller, 1985; Harding, 1986) e resgatando o papel da emoção e da experiência feminina na produção do conhecimento científico. A imparcialidade, nesse contexto, não é possível, nem sequer desejável, especialmente porque se encontra comprometida com a mudança social (McHugh & Cosgrove, 2004; Neves & Nogueira, 2003; Wilkinson, 1986, 1998). (NARVAZ; KOLLER, 2006: p.651)

Além disso, as plataformas – principalmente o blog –, mesmo quando se inserem na interseccionalidade, não delimitam o tempo todo sobre que tipos de mulheres estão falando. É possível que isso faça parte do crescimento do *Olga* e da aprendizagem diária pela qual suas organizadoras passam quanto ao feminismo e ao ciberfeminismo, assim como quem acompanha as mídias em que o grupo está inserido também busca esse aprendizado e a desconstrução de conceitos sexistas, machistas e, por que não, também racistas e preconceituosos de uma maneira geral. O que se tem a aprender sobre e nesses meios é muito vasto.

Por mais que nem sempre seja fácil – o próprio *Olga* não é uma instituição que visa obter ou sequer obtém lucro, ficando dependente de financiamentos coletivos para suas ações e de apoio de pessoas que acreditam nas mesmas ideias que o *think tank* e compartilham delas –, esse é um meio de organização e repasse de ideias útil e funcional, já que não requer, no caso de visita ao blog, ao mapa e ao grupo no Facebook, que o internauta compre o conteúdo a ser consumido. Com esse fácil acesso, é fácil também fazer uso do oferecido por essas plataformas e criar uma identificação com elas e com o feminismo. Dessa maneira, o ciberfeminismo desempenha um papel fundamental na construção do feminismo nos dias atuais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACSUR; DONESTECH (Org.). **Se buscan mujeres #activistas**: Kit de formación – género, TIC y activismo. Madri: Acsur, 2013. Disponível em: http://www.donestech.net/files/KIT_CAST_5.pdf

BAÑÓN, Sonia Reverter. Ciberfeminismo: de virtual a político. **Teknokultura: Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales**, Madri, v. 10, n. 2, p.451-461, 2013. Disponível em: <http://teknokultura.net/index.php/tk/article/download/159/pdf>

CARDOSO, Cláudia Pons. História das mulheres negras e pensamento feminista negro: algumas reflexões. In: **Fazendo Gênero – Corpo, Violência e Poder**, 8., 2008, Florianópolis. Disponível em: http://www.fazendogenero.ufsc.br/8/sts/ST69/Claudia_Pons_Cardoso_69.pdf

CARDOSO, Cláudia Pons. **Outras falas**: feminismos na perspectiva de mulheres negras brasileiras. 2012. 382 f. Tese (Doutorado) - Curso de Estudos de Gênero, Mulher e Feminismo, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2012. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/7297/1/Outrasfalas.pdf>

CARILLO, Jesús. Entrevista com Beatriz Preciado. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 28, p.375-405, jan./jun. 2007. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332007000100016

FERREIRA, Gleidiane de S.. Feminismo e redes sociais na Marcha das Vadias no Brasil. **Revista Ártemis**, João Pessoa, v. 15, n. 1, p.33-43, jan./jul. 2013. Disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/artemis/article/viewFile/16636/9493>

FISCHER, Rosa Maria Bueno. Foucault e a análise do discurso em Educação. **Cadernos de Pesquisa (CEDES)**.. 2001, vol. 114, no. 197-223. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/cp/n114/a09n114.pdf>

FINGER, Cristiane; SOUZA, Fábio Canatta de. Uma nova forma de ver TV no sofá ou em qualquer lugar. **Famecos: mídia, cultura e tecnologia**, Porto Alegre, v. 19, n. 2,

p.373-389, mai./ago. 2012. Disponível em:
<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/12320>

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009. 428 p. Tradução de Susana Alexandria.

LEITE, Rosalina de Santa Cruz. Brasil Mulher e Nós Mulheres: origens da imprensa feminista brasileira. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 11, n. 1, jan./jun. 2003. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-026X2003000100014&script=sci_arttext

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 2. ed. São Paulo: 34, 2000. 264 p. Tradução de Carlos Irineu da Costa.

LEMONS, Marina Gazire. **Ciberfeminismo**: Novos discursos do feminino em redes eletrônicas. 2009. 129 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2009. Disponível em: https://tecnos.cienciassociais.ufg.br/up/410/o/Dissertação_-_Ciberfeminismo__novos_discursos_do_feminino_em_redes_eletronicas.pdf

MAGNONI, Antonio Francisco. Dilemas do Jornalismo na era das redes digitais e da globalização. In: BRONOSKY, Marcelo Engel; CARVALHO, Juliano Maurício de (Org.). **Jornalismo e Convergência**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014. Cap. 2. p. 43-68.

MARIANO, Silvana Aparecida. O sujeito do feminismo e o pós-estruturalismo. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 13, n. 3, set./dez. 2005. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-026X2005000300002

MAYORGA, Claudia. Algumas contribuições do feminismo à psicologia social comunitária. **Athenea Digital: Revista de Pensamiento e Investigación Social**, Barcelona, v. 14, n. 1, p.221-236, mar. 2014. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=53730481010>

MOREIRA, Núbia Regina. **O feminismo negro brasileiro**: um estudo do movimento de mulheres negras no Rio de Janeiro e São Paulo. 2007. 120 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Sociologia, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2007.

NARVAZ, Martha Giudice; KOLLER, Sílvia Helena. Metodologias feministas e estudos de gênero: Articulando pesquisa, clínica e política. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 11, n. 3, p.647-654, set./dez. 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/pe/v11n3/v11n3a20.pdf>

NATANSOHN, Graciela (Org.). **Internet em código feminino**: Teorias e práticas. Buenos Aires: La Crujía, 2013. Disponível em: <http://gigaufba.net/internet-em-codigo-feminino/>

NICHOLSON, Linda. Interpretando o gênero. In: NICHOLSON, Linda. **The Play of Reason**: From the Modern to the Postmodern. Nova York: Cornell University Press, 1999. p. 53-76. Tradução de Luiz Felipe Guimarães Soares.

OLGA, Think. **Meu corpo não é seu**: Desvendando a violência contra a mulher. São Paulo: Companhia das Letras, 2014. 36 p.

PADILLA, Margarita. Haciendo internet: posibilidades para la acción desde los espacios de anonimato. **X0y1: #ensayos sobre género y ciberespacio**, Madri, p.66-79, 2010. Disponível em: <http://www.maryflanagan.com/wp-content/uploads/XOY1Book-Espanol-MaryArticlesTranslated.pdf>

PEREIRA, Ana Maria Baila Albergaria. **Viagem ao Interior da Sombra**: Deficiência, Doença Crônica e Invisibilidade numa Sociedade Capacitista. 2008. 255 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Sociologia, Universidade de Coimbra, Coimbra, 2008. Disponível em: <https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/8517/1/Ana%20B%20Pereira%20-%20Tese%20de%20Mestrado%20-%20Vers%C3%A3o%20Final%20com%20Capa.pdf>

PETERS, Michael. **Pós-estruturalismo e filosofia da diferença**: uma introdução. Belo Horizonte: Autêntica, 2000. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva.

PINTO, Céli Regina Jardim. Feminismo, História e Poder. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 18, n. 36, p.15-23, jun. 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rsocp/v18n36/03.pdf>>.

PISCITELLI, Adriana. "Re-criando a (categoria) mulher?" In: ALGRANTI, Leila (Org.). **A prática feminista e o conceito de gênero**. Campinas: IFCH-Unicamp, 2001. (Textos Didáticos, n. 48).

PISCITELLI, Adriana. Interseccionalidades, categorias de articulação e experiências de migrantes brasileiras. **Sociedade e Cultura**, Goiânia, v. 11, n. 2, p.263-274, jul./dez. 2008. Disponível em: <http://www.revistas.ufg.br/index.php/fchf/article/view/5247>

POSSAS, Lidia Maria Vianna. Viuvez, gênero e oralidade: recuperando os sujeitos invisíveis nos "anos de chumbo" (Brasil, 1970-1980). **Revista da Associação Brasileira de História Oral**, Rio de Janeiro, v. 1-2, n. 12, p.87-102, jan./dez. 2009. Disponível em: https://iris.unito.it/retrieve/handle/2318/90841/12836/historia_oral_Brasil_art_Hernandez_Nova.pdf

POSSAS, Lidia Maria Vianna. Viuvez e protagonismos: revendo narrativas. In: VIANA JÚNIOR, Mário Martins; SILVEIRA, Viviane Teixeira; NICHNIG, Cláudia Regina; COSTA, Patrícia Rosalba Salvador Moura [organizadores]. **Por Linhas Tortas: Gênero e Interdisciplinaridade – II**. v.6. Fortaleza: Instituto Frei Tito de Alencar, 2011. p. 49-62

ROGERS, Richard A.. From Cultural Exchange to Transculturation: A Review and Reconceptualization of Cultural Appropriation. **Communication Theory**, v. 16, n. 4, p.474-503, nov. 2006.

SARTI, Cynthia Andersen. O feminismo brasileiro desde os anos 1970: revisitando uma trajetória. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 12, n. 2, p.35-50,

mai./ago. 2004. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-026X2004000200003

SCHMITT, Valdenise; OLIVEIRA, Leonardo Gomes de; FIALHO, Francisco Antonio Pereira. Jornalismo 2.0: a cultura da colaboração no Jornalismo. **E-compós**, Brasília, v. 11, n. 3, p.1-18, set./dez. 2008. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/305/309>

VAN DIJCK, José. **The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media**. Nova York: Oxford University Press, 2013.

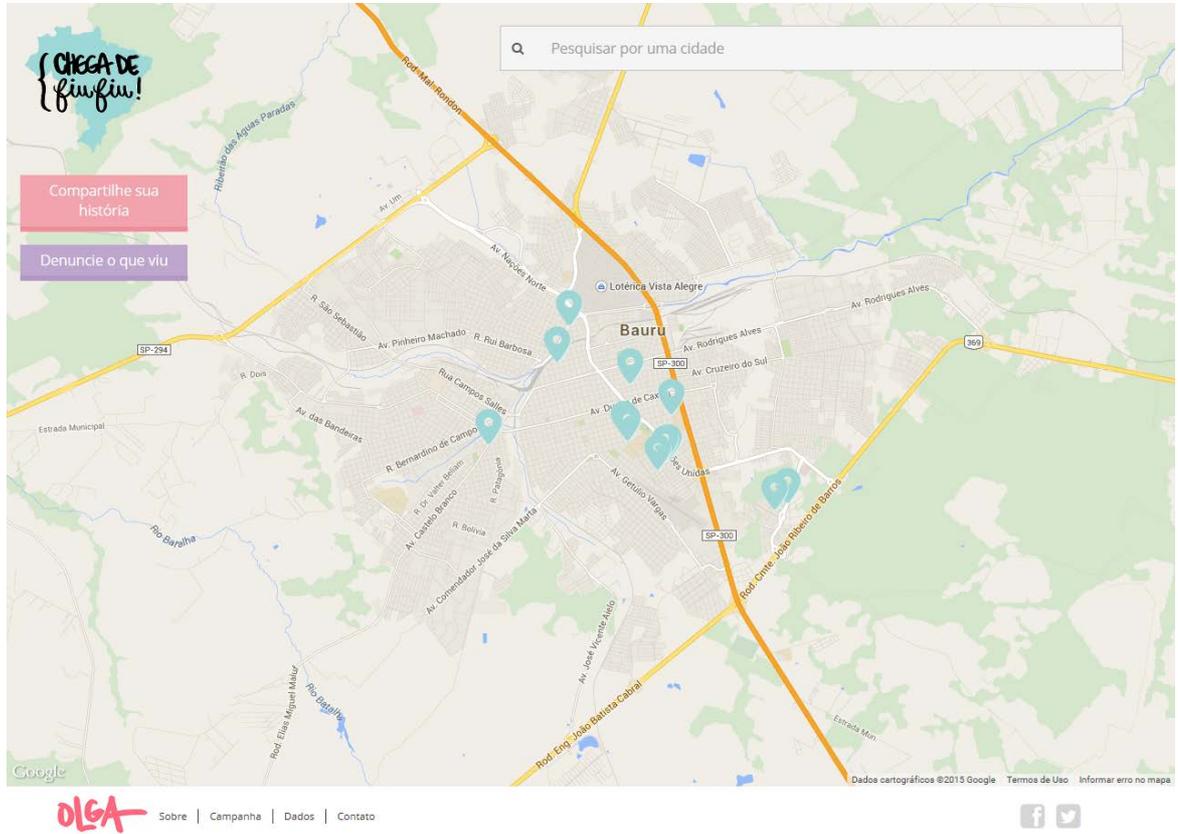
VENTURA, Magda Maria. O Estudo de Caso como Modalidade de Pesquisa. **Revista da Socerj**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 5, p.383-386, set./out. 2007. Disponível em: http://unisc.br/portal/upload/com_arquivo/o_estudo_de_caso_como_modalidade_de_pesquisa.pdf

ZAFRA, Remedios. Arte, Feminismo y Tecnología: Reflexiones sobre formas creativas y formas de domesticación. **Quaderns de Psicologia**, Barcelona, v. 16, n. 1, p.97-109, 2014. Disponível em: <http://www.quadernsdepsicologia.cat/article/viewFile/v16-n1-zafra/pdf-es>

ANEXO B – Homepage do mapa *Chega de Fiu Fiu*



ANEXO C – Visão de uma cidade no mapa *Chega de Fiu Fiu*



ANEXO D – Relato feito no mapa *Chega de Fiu Fiu*

{CHEGA DE Fiu Fiu!}

Compartilhe sua história

Denuncie o que viu

Pesquisar por uma cidade

Atentado ao pudor 31/03/2014 - Tarde

Voltando da padaria, às 5 da tarde, um homem que estava à minha frente se escondeu atrás do muro de uma casa. Estranhei, mas continuei andando e, quando passei por aquele muro, ele estava com as calças abaixadas balançando o pênis para mim. Um mês antes, na mesma rua, eu estava andando a pé umas 4 e pouco da tarde e um outro homem veio dizendo que tinha um bicho na minha bunda, e que ele queria matar. Não havia nada lá, mas ele insistia e queria muito tocar em mim. Nojento, ambos os casos.

Rua Professor Gerson Rodrigues, 314-420 - Vila Cidade Universitária, Baurópolis - SP, 17012-535, Brasil

OLGA Sobre | Campanha | Dados | Contato