

HELENA BOTELHO DE SOUZA

Orientador:

Prof. Dr. Mauro de Souza Ventura

## **Rosas Sem Medo: o Jornalismo Ciberativista e a Informação como Empoderamento no site Think Olga**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado à Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” como requisito parcial para obtenção do certificado de graduação em Comunicação Social - Jornalismo.

Bauru, dezembro de 2017

UNESP – FAAC – Departamento de Comunicação Social

HELENA BOTELHO DE SOUZA

## **Rosas Sem Medo: o Jornalismo Ciberativista e a Informação como Empoderamento no site Think Olga**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado à Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” como requisito parcial para obtenção do certificado de graduação em Comunicação Social - Jornalismo.

Bauru, dezembro de 2017

UNESP – FAAC – Departamento de Comunicação Social

HELENA BOTELHO DE SOUZA

## **Rosas Sem Medo: o Jornalismo Ciberativista e a Informação como Empoderamento no site Think Olga**

Trabalho de Conclusão de Curso,  
apresentado à Faculdade de  
Arquitetura, Artes e Comunicação  
da Universidade Estadual Paulista  
“Júlio de Mesquita Filho” como  
requisito parcial para obtenção do  
certificado de graduação em  
Comunicação Social - Jornalismo.

Aprovado em \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_

### **BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Dr. Mauro de Souza Ventura (orientador e presidente da banca)  
Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Caroline Kraus Luvizotto  
Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

---

Me. Carolina Bortoleto Firmino  
Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a meus pais por tudo. À minha mãe, Primavera dos Santos Botelho, por ser uma pessoa exemplar em tudo que faz e por me dar sabedoria e apoio a cada passo que dou. Ao meu pai, Carlos Alexandre Wuensche de Souza, por sempre me incentivar a aprender tudo o que está no mundo e por me mostrar com muita paciência e bom-humor as maravilhas do universo e as nossas próprias.

À minha irmã, Luiza Botelho de Souza, meu exemplo. Por ter compartilhado comigo o mundo, me acompanhado em toda a minha existência e me ensinado tanto. Sobretudo a ser forte e não ter medo – um dos pilares deste trabalho.

Ao meu orientador e amigo, Mauro Souza Ventura, que em tempos de desânimo reacendeu meu gosto em aprender e desde o início acreditou no meu potencial, me motivou e ensinou sobre o jornalismo e também sobre a vida.

Às minhas primeiras e maiores companheiras dessa jornada: Daniela Arcanjo, Mariana Bertacini, Ana Flávia César e Ana Carolina Moraes. Agradeço pelo teto, risos, broncas, apoio, conversas e aprendizados que, diariamente, mantiveram minha força, expandiram meu mundo e alegraram meu coração.

Ao meu namorado, Leonardo Ananias Del Sant, por todo o amor, paciência, parceria, apoio e conselhos ao longo desse período para, acima de tudo, me ver bem e feliz.

A todos da minha família, que me incentivaram a entrar na graduação e nela permanecer, mesmo que isso significasse dobrar a distância física entre nós.

Às pessoas queridas que conheci antes da faculdade e me ajudaram a trilhar esse caminho. Aos meus amigos, que acompanharam minhas mudanças e me ajudaram a ir em frente sem esquecer o que vivi; e aos meus professores do passado, inestimáveis, que me passaram tanto conhecimento.

Aos amigos que fiz de 2014 até agora. Todos que compartilharam comigo algum tempo e deixaram em mim um pouco de si.

Aos colegas de sala, pelo apoio e coletividade ao longo desses quatro anos. Aos colegas de sala que se tornaram meus grandes amigos. Aos amigos da Bateria Universitária. Aos veteranos e calouros. Aos amigos de amigos, funcionários, colegas de qualquer canto da UNESP e da cidade de Bauru. Por qualquer fio, longo ou curto, que nos conecte. Obrigada por cruzarem meu caminho.

Ao Cursinho Principia, que me deu uma outra visão sobre a graduação, a educação e a UNESP. A cada aluno que tive, a cada colega de trabalho, meu sincero agradecimento pela confiança e amizade.

À UNESP Bauru como um todo e ao curso de Jornalismo pelos ensinamentos. A todos os professores pela bagagem transmitida. E em especial a Célio José Losnak, Maximiliano Vicente e Michelle Braz, que em períodos críticos me lembraram o prazer no conhecimento e a importância de nunca se acomodar nos próprios saberes.

À inesquecível cidade de Bauru, por toda a vida que me proporcionou nesses anos.

Por fim, a todas as mulheres. A todas as mulheres, que, dia após dia, se levantam e seguem em frente mesmo com um mundo que insiste em desvalorizá-las e reprimi-las. A todas as mulheres, que merecem um jornalismo (e um mundo) mais limpo, sensível e sem medo.

Sobretudo, um obrigada às mulheres da Think Olga, por colocarem esse sonho em prática.

## RESUMO

O presente trabalho teve como objetivo a compreensão do ciberativismo feminista feito pelo portal jornalístico Think Olga através de sua proposta de jornalismo, que une opinião, informação e jornalismo humanizado.

Para o estudo, foram analisadas onze reportagens que abordam a violência contra a mulher, observando as características jornalísticas dos textos, a linguagem utilizada, os indícios de opinião e opinião editorializada e as marcas do jornalismo humanizado. Em um primeiro momento, esta pesquisa se concentrou, através de uma base teórica voltada ao ciberativismo e ao feminismo, na leitura e análise da estrutura do site Think Olga. Em específico, inicialmente foi estudada sua organização interna, buscando descrever e explicar a arquitetura da informação, a função e a importância das divisões; e, na sequência, analisamos as reportagens em seus aspectos tradicionais e inovadores, tendo como objetivo compreender a atuação jornalística e ciberativista do portal.

A discussão desta pesquisa teve como ponto central o conceito de empoderamento, relacionado a minorias sociais, e a sua ligação com o ciberativismo através do jornalismo digital. Sendo assim, a análise interpretativa refletiu sobre de que maneiras o ciberativismo proposto pela página feminista acontece e como ele traz outras perspectivas às mulheres, problematizando o machismo e promovendo o empoderamento desse grupo.

Por fim, concluiu-se que, utilizando-se de textos majoritariamente opinativos aliados a dados e citações de fontes, a narrativa textual da Think Olga mostrou-se preocupada em promover a reflexão, o empoderamento e as mudanças que o movimento feminista propõe. No entanto, busca fazê-lo de maneira humana e engajada por meio do método informativo e instrutivo do jornalismo.

Palavras-chave: Jornalismo, ciberativismo, feminismo, empoderamento, gêneros jornalísticos, opinião, informação.

## ABSTRACT

The present work aimed to understand the feminist cyber-activism made by the journalistic website Think Olga through its journalism proposal, which links information, opinion and humanized journalism (a concept suggested in the Minimanual of Humanized Journalism, launched in 2016 by the non-governmental organization Think Olga).

For the study, eleven reports that deal with violence against women were analyzed, observing the journalistic characteristics of the texts, the language used, the evidence of opinion and editorial opinion and the marks of humanized journalism. Initially, this research focused, through a theoretical basis focused on cyber-activism and feminism, on reading and analyzing the structure of the Think Olga website. Specifically, it was first studied its internal organization, trying to describe and explain the information architecture, the function and the importance of the divisions; and, in the sequence, we analyze the reports in their traditional and innovative aspects, aiming to understand the journalistic and cyber ativistic procedure of the portal.

The discussion of this research was centered on the concept of empowerment, related to social minorities, and its connection with cyber-activism through digital journalism. Thus, the interpretive analysis reflected on the ways in which the cyber-feminism proposed by the feminist page happens and how it brings other perspectives to women, problematizing male chauvinism and promoting the empowerment of this group.

Finally, it was concluded that, using mostly opinion texts allied to data and quotes from sources, Think Olga's textual narrative was concerned to promote the reflection, empowerment and changes that the feminist movement proposes. However, it seeks to do it humanly and engaged through the informative and instructive method of journalism.

Keywords: Journalism, cyber-activism, feminism, empowerment journalistic genres, opinion, information.

## SUMÁRIO

<b>AGRADECIMENTOS</b> .....	4
<b>RESUMO</b> .....	6
<b>ABSTRACT</b> .....	7
<b>CONSIDERAÇÕES INICIAIS</b> .....	9
<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	10
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	13
<b>2.1 Sociedade em rede</b> .....	13
<b>2.2 Ciberativismo: a luta na internet</b> .....	22
<b>2.3 O feminismo na internet</b> .....	30
<b>2.4 O conceito de empoderamento</b> .....	40
<b>3. O PORTAL JORNALÍSTICO THINK OLGA</b> .....	43
<b>3.1. O nome e o projeto</b> .....	43
<b>3.1.1. A arquitetura da informação DIGITAL</b> .....	44
<b>3.2. Design e arquitetura</b> .....	45
<b>4. ANÁLISE DO OBJETO</b> .....	54
<b>4.1. Minimanual de Jornalismo Humanizado</b> .....	54
<b>4.2. A prática do jornalismo humanizado e os gêneros jornalísticos na Think Olga</b> .....	57
<b>4.3. As reportagens sobre violência contra a mulher</b> .....	58
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	82
<b>6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	84
<b>7. OBRAS CONSULTADAS</b> .....	86
<b>7.1 Fontes jornalísticas consultadas</b> .....	87

## CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Realizar esse trabalho foi uma experiência única e interessante, que se intensificou ao longo de seu processo. O trabalho feito pelo portal jornalístico da ONG Think Olga sempre me cativou, primeiramente em relação aos temas abordados nas matérias e, em seguida, pela preocupação em fazer um jornalismo educativo, reflexivo e mais consciente de questões sociais. Estudar e compreender o jornalismo de um portal ao meu ver tão relevante como o site da Think Olga foi um grande aprendizado profissional e pessoal, desde a elaboração do projeto, junto ao meu orientador, até a escritura destas linhas.

O que obtive ao longo desse período de análise foram as características do jornalismo feito pela Olga – simultaneamente informativo e opinativo, preocupado com as questões feministas atuais e ancorado em informações críticas em relação ao papel social da mulher e à socialização machista que permeia toda a vida de mulheres e homens. As reportagens analisadas estão compreendidas em um período longo, o que torna a análise ainda mais instigante: perceber as mudanças que ocorreram no jornalismo da Think Olga do início do site até os dias atuais indicam o caráter orgânico do objeto, algo que priorizo. Afinal, mudanças indicam que estamos em movimento, buscando o novo.

Durante a elaboração desta pesquisa, buscou-se aprofundar a discussão sobre o tema do feminismo e ciberativismo, ao mesmo tempo em que buscou-se focar a atenção na análise da estrutura do site e das matérias jornalísticas nele publicadas. Todas as atividades feitas ao longo desse ano de dedicação à pesquisa foram trabalhosas e complexas, exigindo a rememoração de conteúdos adquiridos durante o curso de Jornalismo.

Foi necessária também a apreensão e aprofundamento em outros assuntos, como o ciberativismo e a sociedade em rede. A compreensão do conceito de empoderamento também foi além do que aprendi durante a graduação, comprovando assim a importância da pesquisa. Além disso, o estudo aprofundado de concepções que fazem parte do movimento feminista, que já conhecia antes da pesquisa, me deu uma outra dimensão sobre o movimento e suas abordagens.

Todo o conhecimento e a experiência adquiridos durante a elaboração deste trabalho me dão a dimensão do aprendizado decorrente da pesquisa. Ler, analisar informações, amadurecer ideias e estabelecer as conexões intelectuais necessárias para concluir algo me foi muito agradável e positivo do ponto de vista de minha formação acadêmica.

## 1. INTRODUÇÃO

O jornalismo é uma área do conhecimento que transpassa áreas diversas do cotidiano – economia, política, saúde, cultura, entretenimento – mas se ancora fundamentalmente na influência dessas áreas na sociedade. Recentemente, com o desenvolvimento da internet, o jornalismo sofreu alterações substanciais. A velocidade de dissipação das notícias e a conexão virtual entre pessoas fisicamente distantes trouxeram outra perspectiva ao trabalho jornalístico, pois permitiram que mais pessoas alcançassem conteúdos jornalísticos antes destinados a grupos restritos da sociedade. As redes sociais e as interações online têm transformado a sociedade, impactando por consequência o jornalismo.

Também há pouco tempo, do último século até os dias atuais, cresceram e ganharam força alguns movimentos sociais. Esses movimentos lutam em prol de causas de minorias sociais, buscando a igualdade e a consolidação de direitos. É um exemplo dessas lutas o movimento feminista, que luta pela igualdade social e econômica entre mulheres e homens. A internet tem sido um facilitador para a ascensão desses movimentos, permitindo a troca online de informações entre membros dos grupos e a disseminação de mensagens ideológicas.

A união destes dois pontos – as mudanças trazidas pela internet e o crescimento dos movimentos sociais – culminou em alterações interessantes em alguns aspectos da produção jornalística atual. O número de veículos segmentados (isto é, com temática específica) cresceu e muitos desses veículos derivam de movimentos sociais, unindo então a prática jornalística à atuação engajada.

A partir dessa relação entre jornalismo, feminismo e internet, esta monografia teve por objetivo analisar e compreender de que maneira as matérias publicadas no portal jornalístico da ONG Think Olga incentivam o empoderamento feminino. Para isso, realizamos uma análise de onze reportagens sobre violência contra a mulher presentes no site desde a sua inauguração. As bases teóricas dessa pesquisa situam-se no contexto das teorias do jornalismo e do movimento feminista na internet, além de livros cuja temática envolve a internet e as redes sociais, como “Redes de Indignação e Esperança” (2013), de Manuel Castells, e “Redes Sociais na Internet” (2009), de Raquel Recuero.

O referencial teórico deste trabalho abrange os conceitos-chave citados anteriormente e encontra-se fragmentado da seguinte forma: 2.1 Sociedade em Rede; 2.2 Ciberativismo:

a luta na internet; 2.3 Feminismo na internet; e 2.4 O conceito de empoderamento. A partir dessas ideias centrais, é traçada a trama que envolve os temas deste trabalho de modo a formar uma base sólida para a análise do objeto.

Desde o surgimento das redes sociais na internet, que se deu a partir dos anos 2000, o uso da internet cresceu consideravelmente. Segundo uma pesquisa realizada em 2015 pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, entre os indivíduos que já tiveram contato com a internet (49% da população), 76% a utiliza todos os dias e a maioria busca informação e entretenimento - o que engloba interações sociais em sites de notícias, com comentários, e em redes sociais, com postagens e mensagens instantâneas.

Esse desenvolvimento do uso da internet resultou na criação de redes mais densas de compartilhamento de informações - no início do mês de março de 2016, o Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br) já havia registrado mais de 3,7 milhões de domínios. Por sua vez, a densidade das redes torna as relações virtuais mais intensas: fóruns, espaço para comentários e opções de publicação e compartilhamento de mensagens impulsionam o acesso a informações.

Sites jornalísticos, blogs e redes sociais recentemente tornaram-se aliados de movimentos sociais dos mais diversos cunhos e ideologias. Por meio de discussões em comentários, da transmissão de ideias via publicações e da organização de eventos online, é possível criar um movimento consideravelmente forte e coeso em prol de uma causa. Se antes uma manifestação coletiva demandava inúmeras reuniões presenciais e planejamentos demorados, a internet aprimorou a relação entre indivíduos militantes: embora os encontros pessoais possam se tornar menos frequentes, a conexão virtual facilita a comunicação entre os interessados.

Neste novo contexto, uma única publicação ou e-mail pode alcançar centenas ou até milhares de pessoas em menos de um dia. A relação entre movimentos sociais e internet existe no mundo todo, influenciando lutas que são específicas de determinadas regiões, crenças, ideologias e posicionamentos políticos. Essa relação interliga inclusive países, fazendo com que uma pessoa de determinado país possa se informar, se interessar ou até mesmo participar de movimentos existentes em outros lugares do mundo.

As manifestações de junho de 2013 no Brasil podem ser consideradas como um exemplo dessa conexão entre o real e o virtual. Os enormes encontros, que ocorreram em

mais de 300 cidades do país, inicialmente foram noticiados pelas redes sociais: eventos criados na rede social Facebook divulgavam protestos de cada cidade ou região, contendo informações sobre a concentração, a rota (se houvesse), os ideais defendidos etc. Da mesma forma, ocorrem movimentos ideológicos mais específicos, como a Parada Gay, um consolidado movimento em prol da visibilidade e dos direitos de pessoas LGBT (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros) e a Marcha das Vadias, um manifesto também já bastante firme contra o machismo e a favor dos direitos das mulheres.

Contudo, além de serem fundamentais para convidar militantes a protestarem presencialmente, a internet e as redes sociais podem atuar de outras maneiras. No caso da luta feminista, a internet apresenta postagens que proporcionam, implícita ou explicitamente, estratégias, dicas e encorajamento para combater o machismo e exemplos de como ele pode ser danoso à sociedade. Os debates gerados em torno de publicações feministas também promovem a reflexão de homens e mulheres sobre o tema, o que possivelmente pode acarretar na revisão e alteração de atitudes machistas, sexistas, misóginas etc. Mais especificamente, a internet pode promover mudanças na atuação profissional. No jornalismo, por exemplo, críticas feitas por usuários a determinadas abordagens podem refletir em lentas mudanças em propostas editoriais.

Em relação a essas alterações, a ONG Think Olga se posicionou crítica e ativamente em busca da evolução do jornalismo social. Em 2016, lançou o Minimanual de Jornalismo Humanizado, um guia breve de como o jornalismo deve abordar questões sociais delicadas, como o racismo e a homofobia. Inicialmente, foram lançadas três partes – Pt. 1 - Violência contra a mulher, Pt. 2 – Pessoas com deficiência e Pt. 3 – Racismo. Em 2017, o Minimanual foi atualizado e ganhou duas novas partes: Pt. 4 – Estereótipos nocivos e Pt. 5 – LGBT. A proposta é sugerir como abordar tais temas em reportagens a fim de não reforçar ideias negativas sobre esses grupos sociais. Os tópicos frisam a atenção a termos e expressões preconceituosas ou opressoras e apresenta bons exemplos de abordagem jornalística.

Desta forma, entende-se que a função do ciberativismo feminista, incluindo portais jornalísticos segmentados, deve ser a penetração em todas as instâncias da vida de homens e mulheres a fim de tornar a vida das mulheres mais segura, justa e livre.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Sociedade em rede

Para que se possa iniciar a discussão em torno do ciberativismo e do feminismo na internet, é primordial a compreensão de como a internet se instaurou na sociedade. Não só o seu desenvolvimento técnico, mas sua disseminação e influência nas mais diversas culturas. De que maneiras uma rede virtual que conecta bilhões de indivíduos ao redor do mundo pode interferir nas relações interpessoais? Como o comportamento humano é afetado pela existência da internet, que dá voz a todos que a ela têm acesso e que não é regida explicitamente por nenhuma autoridade?

A criação de uma rede que permite a comunicação, a troca de informação entre duas pessoas quase que instantaneamente, a despeito da distância física, revolucionou a interação pessoal ao redor do mundo. O compartilhamento de conteúdos diversos, que vão de situações pessoais e íntimas a produção de conhecimento científico, democratizou o acesso à informação e permitiu que milhões de pessoas aprendessem sobre assuntos aos quais elas dificilmente teriam acesso não fosse pela rede mundial de computadores.

O direito à informação é universal. A Declaração Universal dos Direitos Humanos apresenta, no artigo 19, que “todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; esse direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras”. A recepção e transmissão de informações foi imensamente facilitada pela popularização da internet, especialmente para pessoas que não compunham o aparato do Estado ou não faziam parte de grandes empresas ou conglomerados midiáticos. Para “pessoas comuns”, o acesso à informação sempre foi dificultado, já que um povo crítico representa ameaça a grandes poderes regidos por poucas pessoas.

Inevitavelmente a internet representa uma mudança não só no âmbito macro mas também microsocial: facilitou e facilita o contato entre pessoas distantes, permitiu e permite o reencontro de pessoas que ficaram no passado, ajudou e ajuda na socialização e no aprendizado sobre a sociedade como um todo. O contato com pontos de vista diferentes é sempre possível em um ambiente ao qual a maioria das pessoas tem acesso.

As ideias acima apresentadas, relacionadas à penetração da informação e da internet na vida cotidiana de muitos povos ao redor do mundo, foram amarradas por Manuel Castells no conceito de “sociedade em rede”. A ideia de que há uma rede virtual,

uma série de nós que convergem e conectam os mais extremos pontos do globo e faz com que ele esteja interligado o tempo inteiro, trazendo mudanças essenciais para o futuro das sociedades. Mudanças estas que provavelmente jamais aconteceriam sem o desenvolvimento de uma conexão tão extensa e profunda.

Em linhas gerais, segundo Castells (1999), a sociedade em rede é o *status* que atribuímos ao mundo (na realidade, aos países desenvolvidos e posteriormente aos em desenvolvimento) após o surgimento de um modelo informacional e comunicacional voltado a tecnologias virtuais específicas, baseadas no compartilhamento e armazenamento de dados combinados por códigos matemáticos. Esse modelo teve início após a Guerra Fria e as tecnologias virtuais foram criadas com o intuito de garantir a independência e segurança de determinadas informações que estavam nas mãos de poucas pessoas.

Além disso, as tecnologias virtuais também tinham outro viés comunicacional e informacional, de aproximar pessoas que estavam fisicamente distante. Facilitar a transmissão de ideias era ideal no contexto histórico da época, em que se dava uma guerra ideológica e política, sem confrontos físicos diretos, mas com a competição de quem estava mais à frente em termos de desenvolvimento tecnológico e, conseqüentemente, desenvolvimento social, segundo a lógica vigente.

A comunicação e a informação foram profundamente modificada. Como afirmou Castells (1999) em relação à criação da internet,

O resultado foi uma arquitetura de rede que, como queriam seus inventores, não pode ser controlada a partir de nenhum centro e é composta por milhares de redes de computadores autônomos com inúmeras maneiras de conexão, contornando barreiras eletrônicas. (p. 44)

A partir dessa mudança, a comunicação pode, então, acontecer entre indivíduos em quaisquer distâncias, quase que instantaneamente, e com uma proximidade da comunicação real sem precedentes. A informação, por sua vez, tornou-se cada vez mais horizontal, com menos restrições e autoridades; qualquer pessoa com pode produzir conteúdos diversos e divulgá-los na rede, em perfis de redes sociais, blogs e sites próprios.

Castells (1999) minucias essas mudanças na comunicação e na informação por meio do estudo de um conceito-chave: a Revolução da Tecnologia da Informação. O conceito é usado por Castells como uma base teórica para analisar a economia, a política e a cultura no contexto histórico pós-Guerra Fria, no fim do século XX e começo do século XXI. Essa revolução pode ser definida como “a transformação de nossa ‘cultura material’ pelos mecanismos de um novo paradigma tecnológico que se organiza em torno da tecnologia da informação.” (CASTELLS, 1999, p. 67). Ocorre uma interessante substituição: em vez do papel, da caneta, da fotografia, que são palpáveis, há um universo digital repleto de símbolos e ícones que representam a realidade. Uma tela e teclas que permitem que o internauta explore o universo virtual e transmita mensagens a ele.

A Revolução da Tecnologia da Informação tem como base a ideia da criação e distribuição de “conhecimentos científicos para especificar as vias de se fazerem as coisas de maneira *reproduzível*” (BROOKS, 1971, p. 13; Apud CASTELLS, 1999, p. 67). Tornar algo reproduzível, copiável, cria uma realidade em que o armazenamento de informações é mais garantido e na qual o valor de tudo é alterado. Sendo a internet um ambiente de reprodução de materiais, armazenar um conteúdo é mais fácil, pois não é necessário espaço físico para esse armazenamento. Basta a memória virtual, que inclusive vem crescendo conforme o passar dos anos. Além disso, de certa forma, modifica-se o significado de um conteúdo que pode ser reproduzido a qualquer instante. Quando uma fotografia é reproduzida milhares de vezes na internet, há uma alteração em seu sentido inicial, que poderia ser por exemplo a recordação de uma memória ou a denúncia de um fato ruim. Todo caso, essa modificação não necessariamente é algo negativo.

Entre os conhecimentos mencionados por Castells, está quase tudo que fundamentou a criação da internet: tecnologias em microeletrônica, computação (*software* e *hardware*), optoeletrônica, telecomunicações e radiodifusão. A conexão destas ideias unida à ambição de grandes potências da época em deter todo o conhecimento tecnológico possível, demonstrando a superioridade por meio da ciência resultou na criação do que hoje possibilita a sociedade em rede. Buscar uma comunicação quase que instantânea, que transpasse o real-material, culminou em mudanças fundamentais no modo como fazemos, enxergamos e repassamos a informação.

Durante os anos 60, nos Estados Unidos, a utilização destas tecnologias permitiu a criação e o desenvolvimento de uma rede de comunicação de computadores. Se a grande batalha da Guerra Fria era o convencimento político sobre determinados sistemas

socioeconômicos – o capitalismo e o socialismo -, era de extrema importância guardar informações que auxiliassem no convencimento de outras pessoas por parte das potências capitalista e socialista. No entanto, essas informações não deveriam ficar restritas a um polo somente, pois isso poderia ser perigoso caso o “inimigo” as encontrasse. Desta forma, o Departamento de Defesa dos Estados Unidos se empenhou em criar a rede de comunicação de computadores em pontos estratégicos, para evitar a perda de informações caso o polo informacional fosse destruído ou invadido.

Já na década de 1970, durante o período de *coexistência pacífica* (termo de política internacional, cunhado pelo líder soviético Nikita Khrushchev, para se referir às relações futuras entre a União Soviética e os Estados Unidos), a rede foi liberada para o uso de universidades. O crescimento do uso logo levou à necessidade de trocar o protocolo de comutação, e nisso foi criado o TCP/IP (Transmission Control Protocol e Internet Protocol). De acordo com informações disponíveis no site do Departamento de Engenharia Informática do Instituto Superior de Engenharia do Porto, em Portugal, as redes de comutação são formadas por um conjunto de nós intermédios, que funcionam como um conjunto que assegura que os dados cheguem ao destino correto; o modo como a rede assegura a transferência dos dados pode obedecer a vários princípios e comandos, de acordo com o tipo de rede de comutação.

Nos 1980, a internet se popularizou rapidamente. Em 1980, já havia mais de um milhão de computadores nos Estados Unidos e mais de dez mil pessoas já tinham acesso à rede. O cientista britânico Tim Berners-Lee, membro da Organização Europeia para Pesquisa Nuclear (CERN), por fim transformou a internet com a criação da rede de documentos HTML e a sigla *www*, referente à expressão *World Wide Web* (em tradução livre, “rede mundial ampla”). Ambos os conceitos continuam vivos ainda hoje e permitiram que a internet tomasse a proporção que tem atualmente.

A partir deste ponto histórico, retomamos a sociedade em rede. Se antes eram afetados pela internet apenas grandes nomes da intelectualidade, tanto em centros de pesquisa quanto nos cursos de universidades, com a popularização da rede essa influência se alastrou pelo mundo. A massificação do acesso à internet e o gradual barateamento dos computadores possibilitaram a chegada da internet dentro de lares, escolas, empresas e tantos outros ambientes que impactam a vida de pessoas “comuns”. A elitização do acesso à informação aos poucos vem dando lugar à democratização do conhecimento.

Hoje, cerca de quatro décadas após a criação da internet, é praticamente impossível desvincular a vida em sociedade do meio virtual: “a tecnologia é a sociedade, e a sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas.” (CASTELLS, 1999, p. 43). Todas as ações de um indivíduo que tenha sua vida minimamente ligada ao que ocorre no mundo virtual são influenciadas pela internet e influenciam-na, mesmo que em escala pequena. Nosso consumo é influenciado pelas propagandas que vemos na internet; nossas ideologias e posicionamentos pessoais são influenciados pelo que lemos na internet; nossas relações afetivas são influenciadas por como agimos nas redes sociais e assim sucessivamente.

O crescimento da cultura digital se intensificou e hoje está presente no cotidiano de bilhões de pessoas ao redor do mundo, que utilizam a internet para lazer, trabalho, estudo etc. Um estudo realizado pelo Facebook indica que 3,2 bilhões de pessoas estão conectadas à internet no mundo, o que significa 44% da população mundial. Atualmente, a estimativa feita pela Organização das Nações Unidas (ONU) é de que sejamos 7,6 bilhões de pessoas no mundo.

Os dados foram coletados em dezembro de 2015 e compõem o relatório *State of Connectivity 2015: A Report on Global Internet Access*. O levantamento foi feito em parceria com a instituição Internet.org, mantida pelo Facebook. Cada vez mais têm sido realizadas pesquisas em torno do acesso à internet, o que se deve ao fato de que hoje a internet possui um papel social e político muito intenso em todo o mundo. Esse papel será explicado mais para frente neste trabalho.

A pesquisa afirma que há quatro barreiras-chave para o acesso à internet. A primeira delas trata sobre disponibilidade, isto é, a proximidade da infraestrutura necessária para utilizar a internet. Essa infraestrutura inclui o sinal de internet e o suporte físico para utilizá-la, como computador, *tablet* e telefone celular. Hoje, cerca de 78% da população mundial é coberta por redes *mobile*, isso significa 1,6 bilhão de pessoas sem sinal de celular. O custo da cobertura em regiões remotas costuma ser o dobro ou o triplo do custo em grandes centros.

A segunda barreira é a acessibilidade, que pontua o custo do acesso em relação à renda do internauta. O custo do acesso à internet diminuiu drasticamente desde seu início (um computador custava cerca de 85% a mais do que hoje, considerando a atualização monetária), mas ainda é muito caro para boa parte do mundo. Além disso, há o embargo

proposital em algumas regiões, como a Palestina, onde até o fim de 2015 o 3G ainda não havia chegado por questões políticas: os Estados Unidos, que apoiam Israel no conflito palestino, dificultam a chegada de novas tecnologias à Palestina e, desta forma, uma tecnologia só chega à Palestina quando já está obsoleta, após Israel adquirir a mais recente. A pesquisa afirma que quatro em cada dez pessoas dispõem de um plano de no mínimo 500MB por mês. Para quem não possui internet fixa e acessa a rede apenas por internet móvel, o custo é três vezes maior.

Como terceira barreira-chave, tem-se a relevância, isto é, qual o motivo pelo qual o indivíduo se conecta à rede e em qual idioma deseja fazê-lo. Segundo o estudo, de todas as línguas existentes no mundo, são consideradas de alta relevância apenas 55; nestes idiomas há menos de 100 mil artigos na Wikipédia, a maior enciclopédia multilíngue do mundo. De toda a população mundial, 58% têm as línguas ditas relevantes como seu idioma primário e 67%, como primário ou secundário.

E a última barreira-chave é a facilidade, ou seja, a capacidade de acesso, o que inclui consciência, habilidades e aceitação cultural. Embora para muitos navegar na internet seja uma tarefa simples, exige noções básicas de leitura e também a compreensão de como funcionam os programas, a necessidade de clicar, o que significa cada botão etc. Um bilhão de pessoas no mundo não foram alfabetizadas e, nos países emergentes, dois terços da população que não têm conexão não compreendem o que é a internet.

Contudo, mesmo quem não tem acesso à internet é de alguma maneira influenciado pela conexão mundial. Por exemplo, a profunda interdependência dos centros econômicos hoje pode afetar diretamente a vida de bilhões de pessoas: uma crise econômica que se inicia em um país pode, em pouco tempo, se alastrar e atingir outros países, justamente porque as ações de um banco estão diretamente ligadas a outros bancos ao redor do mundo.

Quem está inserido no universo virtual acessa a internet frequentemente, utiliza-a por lazer ou depende dela para o trabalho é ainda mais impactado pela existência da sociedade em rede. Um problema de conexão que impeça uma reunião importante entre funcionários de uma empresa multinacional pode trazer consequências ao lucro final, ou um adolescente pode escolher sua carreira de acordo com um assunto em alta na internet. O bombardeio de informações a que um indivíduo tem acesso diariamente interfere no pensar e no agir de toda a sociedade.

Hoje, é fácil e rápido ter acesso a algo que ocorreu do outro lado do mundo, quase que instantaneamente. Um exemplo interessante são os atentados que ocorreram em Paris, capital francesa, em novembro de 2015. Por terem sido feitos numa cidade mundialmente conhecida, os ataques tomaram proporção global rapidamente. Em poucos minutos, pessoas a quilômetros de distância já comentavam o ocorrido, antes mesmo da divulgação da notícia por meio de veículos impressos e televisivos. Ainda assim, os veículos televisivos que noticiaram o fato em plantões o fizeram por meio da internet, que os conecta ao outro lado do mundo. A cobertura feita pela mídia e pelas demais pessoas presentes no local, que divulgaram as informações por meio de seus perfis em redes sociais como o Twitter e o Facebook, alcançou continentes distantes em questão de minutos.

A cultura digital também se relaciona diretamente com a globalização. Em especial a globalização cultural, que propaga hábitos, preferências e concepções de um povo para outros, tornando as barreiras culturais menos rígidas. No entanto, essa “troca de culturas” não ocorre horizontalmente. É desproporcional a representação e propagação da cultura dos povos latino-americanos, africanos e asiáticos, por exemplo, em relação à cultura norte-americana ou europeia. Pouco se fala da riqueza cultural em outras partes do mundo que não a Europa e os Estados Unidos na internet, há pouca divulgação de moda e comportamento que remetam esses povos.

Isso se deve ao imperialismo ocorrido durante os séculos XIX. A consolidação de estereótipos sociais, frequentemente preconceituosos e reducionistas, ocorre também por esta diferença na valorização cultural: a propagação da cultura europeia e norte-americana é tão maior que a de outros lugares que o conhecimento sobre outros povos é praticamente inalcançável.

Todo caso, à parte a hegemonia cultural de determinados países, a troca de experiências culturais e o alcance a informações variadas por meio da internet traz grandes mudanças ao mundo. Nos últimos anos, a internet tem sido uma ferramenta importante para mudanças sociais, mesmo que de maneira indireta. Em outra obra que trata do universo digital, porém em um âmbito mais específico e atualizado, Castells apresenta os movimentos sociais na era da internet. O livro “Redes de Indignação e Esperança” (CASTELLS, 2012) pormenoriza a relevância das redes para mobilizar, informar e facilitar a comunicação entre ativistas de movimentos sociais no mundo todo.

A maioria das mobilizações mencionadas pelo autor é de cunho político, como a deposição do ex-presidente do Egito Hosni Mubarak, em 2011. São apontados alguns movimentos sociais ao redor do mundo e sua relação com a internet: “a revolução egípcia”, “as insurreições árabes”, “os indignados da Espanha”, “Occupy Wall Street”. Com destreza e visão crítica, o teórico apresenta o poder do ciberespaço para além do lazer ou do trabalho. O meio virtual como ferramenta de mobilização política, como um escudo contra a repressão severa que o conservadorismo impõe a quem deseja mudanças, sejam sociais, como as lutas feminista, LGBT e negra; sejam políticas, como todas as ações da Primavera Árabe e as manifestações favoráveis ao impeachment da ex-presidenta do Brasil, Dilma Rousseff. As redes podem também ser compreendidas com uma alternativa ao Estado, às empresas e aos grandes conglomerados midiáticos, que durante muito tempo controlaram o acesso a informação em uma busca desenfreada pelo poder.

A ideia da ocupação do espaço público, reforçada pela autonomia e voz que a internet fornece a qualquer pessoa sem qualquer discriminação, deu à população a sensação de liberdade e força que é necessária para mudar (ou ao menos balançar) certas estruturas e relações de poder que, invariavelmente, são tidas como inflexíveis.

Da segurança do ciberespaço, pessoas de todas as idades e condições passaram a ocupar o espaço público, num encontro às cegas entre si e com o destino que desejavam forjar, ao reivindicar seu direito de fazer história – sua história –, numa manifestação da autoconsciência que sempre caracterizou os grandes movimentos sociais. (Castells, 2012, p.12)

Castells pontua um fervoroso debate na mídia e na academia sobre o papel das redes digitais em movimentos como a Primavera Árabe. Há quem considere a internet e as redes sociais como agente pouco significativo diante de acontecimentos políticos desse porte, como a deposição de um presidente. Porém, a colocação do teórico apresenta argumentos difíceis de serem rebatidos quanto à importância das redes:

Evidentemente, a tecnologia não determina os movimentos sociais nem, no que nos interessa, qualquer espécie de comportamento social. Porém, as redes da

internet e de telefonia celular não são apenas ferramentas, mas formas organizacionais, expressões culturais e plataformas específicas para a autonomia política. Observemos as evidências coletadas e teorizadas por Howard, Hussain e seu grupo.

Em primeiro lugar, em *The Digital Origins of Dictatorship and Democracy: Information Technology and Political Islam*, escrito antes dos levantes árabes, Philip Howard, com base numa análise comparativa de 75 países, todos muçulmanos ou com significativa população islâmica, descobriu que, embora estruturados por uma série de fatores contextuais, a difusão e o uso de Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) favorecem a democratização, fortalecem a democracia e aumentam tanto o envolvimento cívico quanto a autonomia da sociedade civil, abrindo caminho para a democratização do Estado e também para os desafios à ditadura. (CASTELLS, 2012, p. 86)

Entende-se a internet como a *mediadora* de uma série de fatores importantes para um movimento social-político: a alienação em relação ao Estado, o consenso entre a população participante do protesto, a defesa do movimento pela opinião pública internacional etc. Todos estes pontos foram colocados e discutidos através das redes, o que permitiu uma espécie de consenso sobre os rumos do movimento.

A internet permitiu uma estrutura diferente para a ação sociopolítica, que casa perfeitamente com uma geração mais íntima da tecnologia e para ela mais habilitada; uma geração que cresceu em meio ao desenvolvimento da era digital, da rápida mudança dos aparelhos tecnológicos. Este grupo se utilizou da ferramenta digital para facilitar o trabalho burocrático de um movimento: reunir pessoas, combinar datas, especificar locais. A capacidade organizacional e os laços comunicacionais foram estabelecidos por meio da estrutura digital. É graças a essas redes digitais que é possível mobilizar números tão grandes de pessoas para manifestações.

Mas não só de estrutura organizacional é feita a influência digital. Retomamos a importância do acesso à informação. Foi de extrema relevância para o sucesso da Primavera Árabe a difusão de blogs políticos em muitos países. Os conteúdos divulgados contribuíram para a criação de uma cultura política de debate e ativismo; a atualização dos sites chamavam os ativistas e simpatizantes a refletir sobre os acontecimentos da época e sobre a própria democracia, contribuindo para “o pensamento crítico e para a adoção de atitudes rebeldes por parte de uma jovem geração que estava pronta para a

revolta nas ruas” (CASTELLS, 2012, p. 89). E, mesmo com a diferença de níveis de difusão tecnológica nos países árabes, os núcleo de ativistas conseguiram atingir um número impressionante de pessoas.

Em “Redes de Indignação e Esperança” (2012), os debates sobre movimentos e democracia na era digital também apontam para o papel da internet na liberdade de expressão e na prática da democracia. O crescimento das manifestações se deu sem líderes, nem mesmo porta-vozes. A ausência de autoridade e lógica hierárquica nestas manifestações se deu não só pela essência democrática da internet, na qual todos são priorizados e, ao mesmo tempo, ninguém o é, mas também pela falta de identificação dos ativistas com quaisquer formas de liderança. A não identificação é consequência também de “experiências negativas que alguns ativistas veteranos haviam vivenciado no movimento por justiça global e em várias organizações radicais de extrema esquerda” (CASTELLS, 2012, p. 106).

## **2.2 Ciberativismo: a luta na internet**

Nas últimas décadas, com a diversificação de movimentos sociais no Brasil e no mundo, alguns termos referentes a essas lutas têm se consolidado e ganhado espaço nos debates sobre sociedade. O termo “ativismo” está entre os conceitos necessários para compreender a natureza de um movimento social. Basicamente, “ativismo” refere-se ao ato de agir em prol de uma causa. Conforme a internet se popularizou, os movimentos sociais também modificaram em suas estruturas e estratégias de ação tendo como apoio o universo virtual. O ativismo passou a ser exercido também na internet, o que trouxe o conceito de ciberativismo.

O conceito é de grande importância para os movimentos sociais atualmente. Segundo VEGH (2003, p. 71, apud SANTOS, 2011, p. 3), GURAK e LOGIE (2003, apud SANTOS, 2011, p. 3) e MCCAUGHEY e AYERS, 2003, apud SANTOS, 2011, p. 3), “entende-se por ciberativismo a utilização da Internet por movimentos politicamente motivados, com o intuito de alcançar suas tradicionais metas ou lutar contra injustiças que ocorrem na própria rede.”

A internet facilitou e ampliou o trabalho de diversos movimentos sociais, o que se deve também ao crescimento recente do seu uso. Segundo uma pesquisa realizada em 2015 pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, entre os indivíduos que já tiveram contato com a internet (49% da população), 76% a utiliza todos

os dias e a maioria busca informação e entretenimento - o que engloba interações sociais em sites de notícias, com comentários, e em redes sociais, com postagens e mensagens instantâneas.

A densidade das redes tornou as relações virtuais mais intensas: fóruns, espaço para comentários e opções de publicação e compartilhamento de mensagens impulsionam a troca de informações e experiências entre os usuários da rede. Essa facilidade que a internet proporcionou para os debates e a comunicação rápida são um dos alicerces do ciberativismo. O campo para comentários e as ferramentas de compartilhamento facilitam as discussões sobre aquele texto ou tema.

Uma matéria que hoje é veiculada na internet incentiva o debate quase que instantaneamente, com a caixa de comentários abaixo do texto. Essa situação vale também para quando a publicação é compartilhada em redes sociais que permitem comentários, como o Facebook e o Twitter. No meio impresso o debate também pode ocorrer, mas é necessário que o leitor encontre alguém com quem debater, enquanto no ambiente virtual o usuário pode postar seu comentário e esperar alguém respondê-lo. Ainda, desse espaço de relacionamento e convivência virtual podem surgir debates interessantes, que seriam ainda mais úteis fora das telas de computador. Todas as situações citadas acima fazem parte dele e também contribuem para seu crescimento.

A organização de eventos on-line também é uma peça interessante para mobilizações sociais. Se antes uma manifestação coletiva em espaços públicos demandava inúmeros planejamentos e reuniões presenciais, hoje as decisões e a divulgação de um encontro em grupo são feitas mais fácil e rapidamente. A rede aprimorou a relação entre indivíduos militantes: embora os encontros pessoais possam se tornar menos frequentes, a conexão virtual facilita a comunicação entre os interessados. Por exemplo, uma única publicação ou e-mail pode alcançar centenas, milhares ou até milhões de pessoas em menos de um dia.

Ainda, mais que apenas as ações virtuais, é necessário entender a ligação entre o espaço real e o virtual. Em “Redes de Indignação e Esperança”, Castells (2012) trabalha a relação entre rede e movimentos sociais e analisa o espaço público em relação à internet.

Embora esses movimentos geralmente se iniciem nas redes sociais da internet, *eles se tornam um movimento ao ocupar o espaço público*, seja por ocupação permanente das praças públicas seja pela persistência das manifestações de rua. [...] Esse híbrido de cibernética e espaço urbano constitui um terceiro espaço, a que dou nome de espaço da autonomia, porque só se pode garantir autonomia

pela capacidade de se organizar no espaço livre das redes de comunicação; mas, ao mesmo tempo, ela pode ser exercida como força transformadora, desafiando a ordem institucional disciplinar, ao reclamar o espaço da cidade para seus cidadãos. Autonomia sem desafio torna-se retirada. Desafio sem uma base permanente para a autonomia no espaço dos fluxos equivale a um ativismo interrompido. O espaço da autonomia é a nova forma espacial dos movimentos sociais em rede. (p. 164-165)

A relação entre movimentos sociais e internet existe no mundo todo, influenciando até mesmo lutas específicas de determinadas regiões, crenças, ideologias e posicionamentos políticos. Essa relação interliga países, fazendo com que diferentes grupos étnicos se interessem, se informem ou até mesmo participem de movimentos existentes em outros lugares do mundo. Exemplos dessa interação entre países são a Primavera Árabe, que em 2011 abrangeu vários países e comoveu milhões de pessoas ao redor do mundo, e o *Occupy Wall Street*, um movimento de protesto contra a desigualdade social iniciado nos Estados Unidos. O *Occupy* alcançou outros pontos do globo, como Alemanha (*Occupy Berlin*), África do Sul (*Taking Back South Africa!*) Austrália (*Occupy Melbourne*) e Brasil (*Ocupe Estelita*, em Recife). Há de se ressaltar que o movimento *Occupy* foi fortemente influenciado pela Primavera Árabe – e parte dessa influência se deve ao rápido alastramento das informações via internet.

Outro exemplo da conexão entre o ciberativismo e o “mundo real” nos movimentos sociais são as manifestações de junho de 2013 no Brasil. Os enormes encontros, que ocorreram em mais de 300 cidades do país, inicialmente foram divulgados pelas redes sociais: eventos criados no Facebook noticiavam protestos de cada cidade ou região, contendo informações sobre a concentração, a rota (se houvesse), os ideais defendidos etc. O resultado foram milhares de pessoas na rua, inicialmente protestando contra os aumentos das passagens no transporte público e posteriormente contra causas variadas, como a corrupção e a Copa do Mundo de 2014.

Da mesma forma ocorre com movimentos ideológicos mais específicos, como os que defendem a causa LGBT, os direitos dos negros e a igualdade de gênero. A Parada Gay, um consolidado movimento em prol da visibilidade e dos direitos de pessoas LGBT (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros) é um movimento consolidado e cada vez mais utiliza as redes para alcançar seu público. Devido à possibilidade de um internauta não poder ser visto, o que possibilita uma “nova identidade”, muitos usuários têm mais facilidade em expressar sua sexualidade pelas

redes. Nesse aspecto, ativistas LGBT ganham aliados que possivelmente não se manifestariam no mundo “real” por medo da homofobia.

No movimento feminista, a Marcha das Mulheres segue a mesma linha e se apoia nas redes sociais para unir mulheres e divulgar ideias e ações. É um movimento mundial e conta com “grupos base” em diversos países, como Brasil, Canadá e Quênia. No dia 21 de janeiro de 2017, a Marcha das Mulheres em Washington, nos Estados Unidos, contou com 500 mil manifestantes e teve como ponto alto as críticas ao atual presidente do país, Donald Trump, devido a seus posicionamentos polêmicos e frequentemente machistas. O movimento se comunica por redes: a página no Facebook da Marcha das Mulheres em Washington ultrapassa 600 mil curtidas e compartilha postagens com mais de 30 mil interações e cerca de 20 mil compartilhamentos.

Para compreender como se desenvolve o ciberativismo, é importante compreender alguns conceitos que norteiam as atividades dentro do ambiente virtual. Inicialmente, é preciso pontuar os conceitos de interação, relações e laços sociais enquanto elementos de conexão das redes. Recuero (2009) afirma que:

A interação é, portanto, aquela ação que tem um reflexo comunicativo entre o indivíduo e seus pares, como reflexo social. Os autores entendem que a interação atua diretamente sobre a definição da natureza das relações entre aqueles envolvidos no sistema interacional (p. 31).

Há certas particularidades nos processos de interação no ciberespaço que transformaram o contato social. Por exemplo, a maior facilidade em expor opiniões, em relação a um debate fora do ambiente virtual, devido ao distanciamento físico. Também a possibilidade de editar comentários já publicados: caso o usuário publique sua mensagem com algum conteúdo errado, equivocado ou incompleto, pode “consertá-la” facilmente na opção “editar”, por exemplo. Isso torna a discussão de certa forma mais fácil do que na “vida real”, na qual não se pode “voltar no tempo” para “consertar” algo já dito. Há ainda a possibilidade de interação e comunicação virtual mesmo depois que o(s) ator(es) estão desconectado(s).

Este fato permite, por exemplo, o aparecimento de interações assíncronas (comunicação que não simula interação em tempo real), que é um elemento crucial para o debate na internet. A diferença entre interações síncronas e assíncronas se baseia nas

diferentes construções temporais causadas pela mediação, e atua na expectativa de resposta de uma mensagem. A maioria dos comentários de leitoras feitos na página do Think Olga no Facebook são exemplos de interação assíncrona, quando uma usuária ou um usuário é respondido após alguns minutos ou horas. Contudo, não é impossível que haja uma resposta “imediate” (após poucos segundos), o que ocorre se outro usuário ou a administradora da página esteja online.

À parte a sincronia, outras especificações relevantes se apresentam: interação mútua e interação reativa, as quais se diferem pela relação mantida entre os agentes envolvidos (Primo, 2003). A primeira trata de relações interdependentes e processos de negociação; a segunda é limitada por relações determinísticas de estímulo e resposta. No caso do Think Olga, é possível estabelecer ambas as interações. A mútua, por exemplo, nos comentários dos textos nas redes sociais: cria-se uma ligação, um diálogo não necessariamente só entre os internautas, mas possivelmente com o próprio autor do blog ou texto. A reativa, por sua vez, existe nos botões “curtir” ou “compartilhar” presentes logo abaixo do texto no site do Think Olga; embora não sejam interações mútuas, essas interações têm impacto social, pois provocam reflexos nos dois lados da relação (o autor do blog e o leitor).

Neste caso, o autor do blog é inevitavelmente informado da opinião do leitor (porém somente se a opinião é positiva, já que não há botão de “não gostar”) e o leitor divulga sua opinião, tornando-se aberto a eventuais comentários ou agradecimentos por parte do autor do texto. Ou ainda servindo como “exemplo” para outros usuários, que se sentirão mais ou menos à vontade para curtir a publicação. Ao apontar a diferença principal entre a interação mútua e a reativa, Recuero (2009) afirma que “a interação mútua, por outro lado, como permite a inventividade, como explica Primo, pode gerar relações mais complexas do ponto de vista social” (RECUERO, 2009, p. 34). A interação mútua é um dos pontos-chave do ciberativismo.

Há um gancho entre os conceitos trabalhados por Recuero e apontados aqui como relevantes para compreender o ciberativismo. Segundo a estudiosa, “a interação mediada pelo computador é geradora de relações sociais que, por sua vez, vão gerar laços sociais” (RECUERO, 2009, p. 36). Isto significa que os laços dependem exclusivamente do tipo de relação estabelecida entre os internautas e que essa relação só existe graças à possibilidade de interagir virtualmente.

A relação social pode ser classificada como “a unidade básica de análise em uma rede social” (RECUERO, 2009, p. 37), mas deve-se levar em conta que ela sempre envolve uma grande quantidade de interações virtuais. O ponto crucial da relação social é sua independência em relação ao conteúdo que carrega:

O conteúdo de uma ou várias interações auxilia a definir o tipo de relação social que existe entre dois interagentes. Do mesmo modo, a interação também possui conteúdo, mas é diferente deste. O conteúdo constitui-se naquilo que é trocado através das trocas de mensagens e auxilia a definir a relação. Mas não se confunde com ela, que pode ter conteúdos variados. (RECUERO, 2009, p. 37)

A interação no ciberespaço também pode ser compreendida como uma forma de conectar pares de atores e de demonstrar que tipo de relação esses atores possuem: as relações sociais geram laços sociais. Essas formas básicas de socialização são relevantes pois é partir delas que surgem estruturas de comunicação virtual; é a partir da definição destes padrões que se define uma relação social com dois ou mais agentes (RECUERO, 2009).

Recentemente no Brasil, devido à instabilidade política e ao crescimento de uma “onda conservadora”, pudemos perceber um ambiente mais agressivo nas redes sociais. Em comentários de publicações de veículos jornalísticos, por exemplo, há diversas agressões verbais, frases irônicas e críticas transparentes aos assuntos mais diversos, mas especialmente em relação a política, sociedade/minorias (população LGBT, detentos, pessoas em situação de rua etc). Os veículos posicionam-se dizendo que os comentários não representam a opinião do jornal. E esse ambiente também compõe relações sociais.

Recuero afirma que “as relações não precisam ser compostas apenas de interações capazes de construir, ou acrescentar algo” (RECUERO, 2009, p. 37). A ideia é que quaisquer interações virtuais são válidas, inclusive as que têm um viés negativo, conflituoso ou que possam enfraquecer o laço social entre os agentes comunicativos, como é o caso do internauta na página do jornal o Globo. O computador cumpre o papel de mediar as relações assim como faz com as interações. Nesta situação, é interessante destacar que “a relação poderá ser diferente da relação que aconteceria em um quadro de interação face a face devido às limitações contextuais da mediação” (Recuero, 2009, p. 37).

Este trecho ilustra bem a situação mencionada anteriormente sobre os comentários agressivos em redes sociais no Brasil. As interações são negativas e enfraquecem laços sociais, por exemplo, de pessoas que são “amigas” nas redes (aceitaram solicitações de amizade) e que, após alguma discussão, deletaram uma da outra de sua rede de contatos. Além disso, a mediação pelo computador traz o distanciamento entre os agentes comunicadores, o que facilita a publicação de assuntos delicados ou opiniões polêmicas. Um internauta se sente livre para falar o que quiser nas redes, pois está “protegido” pela tela do computador; disso derivam interações bastante negativas, ofensas e ameaças mais comumente.

Um exemplo é a blogueira feminista Lola Aronovich, que escreve sobre temáticas variadas do feminismo. Lola é frequentemente ameaçada e ofendida em seus perfis na rede, especialmente no Twitter, já sendo até mesmo ameaçada de morte. No início de 2016, após uma denúncia em massa feita pelos *haters* (“odiadores”, em tradução livre) de Lola, o Google tirou o site do ar por alguns dias. Houve uma mobilização na internet e o blog voltou ao ar logo depois.

O ciberativismo feminista de Lola é frequentemente atacado por homens que “odeiam o feminismo” e se empenham em atacá-la virtualmente. No entanto, a maioria das relações e interações com a blogueira são positivas, mensagens de apoio e reconhecimento pelo trabalho feito por Lola em seu blog “Escreva, Lola, Escreva”. Após o retorno do blog ao ar, Lola recebeu diversas respostas positivas, ressaltando sua força e incentivando-a a manter o blog e suas postagens. Os tweets entre Lola e seus seguidores são exemplos de relações sociais positivas.

Recuero explica também os tipos de laços sociais. O laço social passa pela ideia de interação social e divide-se em dois tipos – laços dialógicos, compreendidos através da interação social mútua; e laços associativos, construídos através da comunicação mediada pelo computador. Parte considerável das ações feitas cotidianamente em redes sociais se encaixa em alguma dessas classificações propostas por Recuero. Reconhecer os tipos de laços é essencial para, além de uma experiência mais completa em cada rede social, entender como aquela rede se adapta aos desejos e necessidades do usuário.

Exemplificando, um laço associativo de interação reativa seria enviar um convite de amizade na rede social Facebook. Essa situação se classifica desta forma pois exige a mediação do computador: um usuário envia o convite pela internet e este convite fica “hospedado” no ambiente virtual enquanto o outro usuário não o aceita ou rejeita; também

porque é uma ação que incita uma reação (há o convite para a amizade e a aceitação desse convite). Um laço dialógico de interação mútua, por sua vez, poderia ser uma troca de mensagens diretas pelo Twitter: dialógico porque nas mensagens diretas há uma conversa entre os usuários e mútuo porque ambos estão enviando e recebendo mensagens.

Há ainda outros conceitos relacionados à vivência digital que devem ser mencionados. Inicialmente, o de capital social; em seguida, visibilidade, reputação, popularidade e autoridade, que estão ligados ao capital social de alguma forma. O capital social pode ser compreendido como um indicativo da conexão entre pares de indivíduos em uma rede social e é construído dentro das redes sociais. Para Bourdieu (1983):

O capital social é o agregado dos recursos atuais e potenciais, os quais estão conectados com a posse de uma rede durável, de relações de conhecimento e reconhecimento mais ou menos institucionalizadas, ou em outras palavras, à associação a um grupo – o qual provê cada um dos membros com o suporte do capital coletivo (...) (Apud RECUERO, 2009, p.46).

A visibilidade está diretamente ligada à conexão que as redes sociais proporcionam aos atores sociais: quanto maior essa conexão, maior a visibilidade, e ela é boa porque permite que os nós dentro das redes sejam mais vistos: “Quanto mais conectado está o nó, maiores as chances de que ele receba determinados tipos de informação que estão circulando na rede” (RECUERO, 2009, p. 108). Nisso consiste o ponto fundamental da visibilidade: a informação é a “moeda de troca” dentro do universo virtual, um usuário adentra um site ou uma rede social e o que ele dá em troca são milhões de informações, a seu respeito e a respeito de terceiros - nisso, a visibilidade se conecta ao capital social. Por exemplo, ciberativistas utilizam bastante sua visibilidade para, por exemplo, convidar outros membros do movimento para uma manifestação.

A reputação, outro conceito essencial para compreender o ciberativismo e as ações virtuais, trata das informações transmitidas e recebidas pelos atores sociais e do uso dessas informações em relação ao comportamento de cada ator. A definição de Recuero aponta que “o conceito de reputação implica diretamente no fato de que há informações sobre quem somos e o que pensamos, que auxiliam outros a construir, por sua vez, suas impressões sobre nós” (2009, p. 109). Ela é gradualmente construída e é mais manipulável no universo virtual do que no material, já que na internet cada usuário “escolhe” o que o

mostrar para outros. Contudo, ela também depende da construção – ou destruição – que terceiros podem fazer da imagem de um usuário.

Relacionada à audiência e facilitada pela internet, a popularidade é outra noção que interfere nas ações virtuais. Na internet é relativamente mais simples medir a audiência, por meio da contagem de cliques, acessos, comentários etc. O site Think Olga, por exemplo, possui grande popularidade atualmente: suas postagens em redes sociais como o Facebook e o Instagram têm grande alcance em relação a outros portais de temática feminista. Esse alcance é de grande ajuda ao ciberativismo, pois quanto mais gente se alcança em uma postagem, maior a chance de engajamento de pessoas.

Por último, a autoridade mostra-se também essencial na internet, especialmente para o ativismo online. Ela refere-se à “efetiva influência de um ator em relação à sua rede, juntamente com a percepção dos demais atores da reputação dele” (RECUERO, 2009, p. 113). No caso de blogs e figuras públicas que interagem na internet, os que almejam autoridade buscam uma reputação específica, referente a assuntos pontuais. A ONG Think Olga, ao longo de sua atuação, tornou-se autoridade em feminismo no país e hoje é referência para diversos outros blogs e estudiosas(os) do assunto. Além disso, as próprias organizadoras do site da ONG compreendem a importância da autoridade e incluem em seu trabalho figuras que são autoridade em outros assuntos, nos quais elas sentem não ter propriedade. Um exemplo disso é a aba Seus Direitos, presente no site do Think Olga, na qual é disponibilizado o contato da advogada Gisele Truzzi, especialista em direito legal, para solucionar dúvidas das leitoras do site.

### **2.3 O feminismo na internet**

Antes de abordar o seção virtual do feminismo, é importante contextualizar como teve início o movimento feminista na realidade, muito anteriormente ao surgimento da internet e das redes sociais. Embora seja um movimento já relativamente antigo, é difícil definir com precisão onde e quando se iniciaram as primeiras ações e mobilizações a favor dos direitos das mulheres e da igualdade entre gêneros. Pode-se, então, falar em ondas feministas de que se tem conhecimento ao longo do tempo.

Há registros de movimentações e ordens sociais que hoje poderiam ser classificadas como feministas em diferentes séculos ao longo da história. Um artigo online publicado pelo portal Justificando, da revista Carta Capital, descreve sociedades de povos célticos

e nórdicos que viveram no norte e nordeste da Europa durante o século IV a.C. Nestas sociedades, a figura da mulher, além de cultuada práticas sociais e religiosas, aprendiam técnicas de combate, participavam da vida política e podiam escolher com quem realizariam o matrimônio. Durante séculos, com exceção destes grupos, o que se tem registrado é o papel da mulher como destinatária das funções domésticas, da reprodução e da serventia aos homens.

No período do Império Romano as mulheres viviam sob o comando de seus pais ou maridos, sendo absolutamente dependentes de suas vontades e ordens. Durante a Idade Média, com o crescimento e instalação do Cristianismo nas sociedades europeias, as mulheres que exerciam sexualidade e crenças de formas distintas do que lhes era imposto eram brutalmente assassinadas. A “caça às bruxas”, como foi nomeada a época, durou cerca de 300 anos. Ao final da Idade Média e início do Renascimento, ainda refletia a ideia de inferioridade feminina em relação ao homem. Durante o século XVII, as intelectuais italianas Lucrecia Marinelli, Moderata Fonte e Arcangela Tarabotti criticaram a opressão às mulheres abordando temas como a igualdade entre os sexos, o moralismo masculino e a discriminação com a capacidade feminina, e a escassez de recursos às mulheres, o que as tornava dependentes de seus maridos.

Com o desenvolvimento do iluminismo, o cenário que surgiu tinha como centro a razão e, por meio dela, a liberdade, a autonomia e a emancipação. No século XVIII, tal contexto favoreceu o acesso da mulher à informação e à educação formal, que antes lhes era negado. De tal maneira, a Revolução Francesa e o período iluminista se consolidaram como o berço do feminismo moderno. Havia, no entanto, o machismo estrutural mesmo nesse período: acreditava-se que as mulheres deveriam ser educadas e inteligentes para agradar seus maridos, além de que a condição doméstica para as mulheres ainda era o modelo ideal para estruturar a sociedade (mesmo que “moderna”).

Após a Revolução Industrial, no século XVIII, e o êxodo rural, a mulher branca passou a assumir outro papel na sociedade – o de trabalhadora assalariada. Os salários, no entanto, ainda eram muito inferiores aos dos homens. Além disso, a ocupação feminina fora do lar não as “livrava” do trabalho doméstico e dos demais afazeres destinados a mulher. A imagem feminina ainda era muito estigmatizada. É, importante, ainda, fazer um recorte de raça: enquanto as mulheres brancas e de classes mais altas começavam

agora a ter direito ao trabalho fora de casa, as mulheres negras já o faziam há muito tempo em posições subalternas ou em trabalho escravo.

Em 1789, ao se opor às distinções feitas entre homens e mulheres na Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, a francesa Olympe de Gouges lançou a Declaração dos Direitos da Mulher e da Cidadã. Dois anos depois, em razão de sua militância, Olympe foi guilhotinada. O direito ao voto feminino só ocorreu um século depois, em 1893, e iniciou-se não pela França, mas pela Nova Zelândia – o movimento foi liderado pela inglesa Kate Sheppard. O voto feminino só foi permitido na França em 1944, pouco antes do fim da Segunda Guerra Mundial. A norma veio como resposta à participação feminina durante a resistência contra a ocupação alemã no período da guerra. No Brasil, o voto feminino foi permitido em 1932, em decorrência da Revolução Constitucionalista de 1932.

Nos anos 1960, época de contestações sociais e políticas, surge um novo cenário para o movimento feminista, que durou até meados da década de 1980. A partir do slogan “O pessoal é político”, da feminista Carol Hanisch, e da popularização do livro “O Segundo Sexo”, da francesa Simone de Beauvoir, levantou-se o debate político a respeito do que era ser mulher naquela sociedade. Em 1964, a frase “Liberação das mulheres” se popularizou nas manifestações e tornou-se fundamental para o movimento feminista. . Nesse período, o encorajamento era voltado a combater o sexismo nas estruturas de poder e a questionar o matrimônio, que não incluía os sentimentos e interesses femininos, e os afazeres domésticos como obrigação exclusivamente feminina.

Por volta dos anos 2010, ressurgiu a pauta feminista com mais força, desta vez com o auxílio da internet como ferramenta. Considerando todos os pontos que colocam a internet como um instrumento de mobilização política, não haveria de ser diferente com outras lutas. O ativismo online, ou ciberativismo, é uma das formas de militância que tem ajudado diversos movimentos sociais a se difundir e desenvolver. O universo virtual é utilizado como plataforma de divulgação de conteúdo, convite para eventos e encontros e, como trabalhado no tópico acima, debate e construção de conhecimento.

Nos últimos anos, movimentos como o feminismo, o movimento negro e o movimento LGBT têm se utilizado das redes digitais para mostrar suas pautas, promover a reflexão e reunir pessoas em prol de suas causas. O uso da internet é feito de várias maneiras, com a criação e promoção de eventos em redes sociais como o Twitter e o

Facebook, com postagens em blogs e sites informativos, com debates promovidos em fóruns e espaços para comentários dentro desses blogs, entre outras ações virtuais.

O feminismo não foge à tendência e se utiliza da internet em sua constante reconstrução e fortalecimento. A luta feminista nas redes desenvolve-se de maneira similar à de outros movimentos. A internet configura um novo espaço de contestação e comunicação:

Novas vias de mudança social, mediante a capacidade autônoma de comunicar-se e organizar-se, têm sido descobertas por uma nova geração de ativistas, para além do alcance dos métodos usuais de controle empresarial e político. (CASTELLS, 2012, p. 28)

Essa contestação unida à organização de mulheres geograficamente distantes é o que compõe o feminismo na internet. Deve ser feita a diferenciação entre grupos que utilizam as redes sociais para informação (veículos jornalísticos, por exemplo), entretenimento e militância. Há ainda a possibilidade de websites fundirem algumas dessas três áreas, como é o caso do site Think Olga; o portal não somente serve como ferramenta de luta e mobilização social e política, mas também como plataforma de divulgação de conteúdos jornalísticos feministas. Isso se deve, além da ideia de disseminar um feminismo crítico e pensador, ao fato de a idealizadora do projeto Think Olga ser graduada em Jornalismo.

A sociedade em rede influenciou e influencia no desenvolver do movimento feminista nos últimos anos. Assim como no caso da Primavera Árabe, a internet auxiliou o movimento feminista a se unir, promover debates e reflexões quanto ao modelo patriarcal da sociedade e a facilitar a comunicação entre ativistas fisicamente distantes. Todas com igual voz e reconhecimento numa luta impulsionada pela influência de ícones históricos, como Simone Beauvoir e Frida Kahlo, mas também sem a identificação direta com uma forma de liderança e autoridade sobre o tema. Inclusive pelo fato de o feminismo não ser homogêneo, coeso, mas sim fragmentado em diversas correntes.

A internet amplia e facilita a comunicação entre feministas por meio de publicações, do espaço para comentários e do compartilhamento de mensagens em

páginas informativas feministas, como o site Think Olga. Como Raquel Recuero explica, a rede virtual não promove apenas união online:

Essa comunicação, mais do que permitir aos indivíduos comunicar-se, amplificou a capacidade de conexão, permitindo que redes fossem criadas e expressas nesses espaços: as redes sociais mediadas pelo computador. Essas redes foram, assim, as protagonistas de fenômenos como a difusão das informações na campanha de Barack Obama e as mobilizadoras no caso de Santa Catarina. Essas redes conectam não apenas computadores, mas pessoas. (RECUERO, 2009, p. 16)

Atualmente há uma grande força ativista em prol do direito das mulheres, o que também se deve à propagação de ideais feministas pelo meio digital. Os anos de 2014, 2015 e 2016 (até onde presenciamos no momento deste estudo) foram tempos em que cresceram as discussões sobre pautas feministas na internet, como será abordado entre as páginas 34 e 36. Assuntos como estupro, violência doméstica, maternidade, imposição de determinados comportamentos (recato, beleza) foram alvo de debates e manifestações na internet. É inegável o papel da internet, por exemplo, na organização de grandes movimentos, como a Marcha das Vadias e o ato “Mulheres Contra Cunha”.

Além disso, os debates gerados em torno de publicações feministas também podem promover a reflexão de homens e mulheres sobre determinados assuntos, o que possivelmente acarretará na revisão e alteração de atitudes machistas, sexistas, misóginas etc. Desta forma, as redes são ferramentas de mobilização, contestação e resistência. Tudo que compõe o ativismo online, ou ciberativismo, feminista são reflexos da indignação – com o machismo, a violência, o preconceito – e da esperança – em igualdade de direitos, segurança e reconhecimento – de milhões de mulheres. Mulheres estas que, usando a internet como ferramenta, buscam umas nas outras, distantes ou próximas, desconhecidas ou íntimas, a possibilidade crescer e lutar.

Parte das redes, através das quais mulheres feministas se comunicam, funcionam como um espaço de debate horizontal, no qual todas têm voz. Em um fórum de discussão, por exemplo, qualquer pessoa pode postar um comentário e, desta forma, participar de uma conversa online. No caso de comentários em websites e páginas de redes sociais, como o Facebook, os comentários podem ser postados por qualquer um que tenha

cadastro no website ou no Facebook; no entanto, eles também podem ser excluídos pelo administrador do website ou da página na rede social.

Essa interação virtual entre feministas permite que mulheres se conheçam, identifiquem-se com situações vividas por outras, aprendam sobre o movimento e também sobre assuntos diversos através de um olhar crítico (saúde, trabalho, maternidade, relacionamentos, entre outros). A internet trouxe um novo espaço de reflexão e possibilitou o alcance de públicos amplos e variados - diferentes idades, classes sociais, posicionamentos políticos etc.

As redes, desta forma, ajudam as mulheres não só a se fortalecerem como indivíduos, mas também a se unir em prol de uma causa específica. Com o impulso de ferramentas permitidas pelas redes sociais, essas mulheres levantaram debates importantes, como o assédio sexual na infância, por meio da *hashtag* #Primeiroassédio, que será explicada posteriormente. A interação entre essas mulheres é o cerne do feminismo na internet. É essencial a participação e opinião de internautas, definidos como atores sociais. Segundo Recuero, eles “atuam de forma a moldar as estruturas sociais, através da interação e da constituição de laços sociais” (RECUERO, 2009, p. 25).

Há um ponto interessante sobre a atuação das feministas na web. Embora nem toda a população brasileira tenha acesso à internet, ela permite a participação de qualquer pessoa com um computador conectado à rede. Não há discriminação ou predileção por determinados “tipos” de pessoa. Desta forma, as feministas que militam também no ambiente virtual não se comunicam apenas com outras feministas, mas também com outros atores sociais da web (incluindo pessoas contrárias ao movimento). Esta noção é pontuada por Ventura e Rodrigues (2015), em um estudo sobre o site Blogueiras Feministas:

Ao pensar sobre a própria experiência de ser feminista na rede online, o Blogueiras Feministas, organizado no formato de um blog que permite conversação com outras ferramentas on-line e postagem de comentários de leitores, essas feministas conversam e discutem não somente entre si, mas também com outros atores sociais dentro da rede. O blog se configura assim como uma ferramenta de uma comunicação mediada. (p. 105)

A comunicação mediada é um dos pontos altos da militância na internet. Se houvesse apenas a plataforma mas não fosse possível a comunicação entre os atores que a utilizam, possivelmente pouco conhecimento e crescimento pessoal seriam gerados. Nisso consiste a importância da comunicação mediada. Ela compõe boa parte da atuação feminista no ambiente virtual: uma das maneiras de perceber como o feminismo dialoga com a realidade de mulheres brasileiras é através de depoimentos e comentários de leitoras. Nos comentários de publicações em veículos feministas, não é raro observar relatos sobre como aquela publicação promoveu reflexões e debates sobre machismo, empoderamento, igualdade de gênero etc.

No caso do Facebook, os comentários podem ser respondidos pelos administradores do website ou página na rede social ou ainda por terceiros (outros internautas). Com a possibilidade de conversar e interagir com qualquer pessoa, os debates virtuais podem ser muito frutíferos, já que as opiniões presentes em respostas a um comentário não necessariamente virão de uma pessoa com perfil semelhante ao de quem comentou inicialmente. A internet permite que uma pessoa distante, com gênero, idade, classe social e posicionamentos políticos distintos ao de uma pessoa responda o seu comentário.

De certa forma, as redes virtuais têm grande peso e responsabilidade no que se refere a ações efetivas contra algo que fere o interesse público. Movimentações em torno do tema puderam ser observadas em um passado recente, do qual a internet tornou-se personagem importante. No ano de 2014, o feminismo conquistou espaço na web, trazendo visibilidade ao movimento e aos problemas por ele debatidos. Assuntos pontuados pelo movimento feminista levantaram debates intensos nas redes sociais e chamaram a atenção para a luta em prol dos direitos das mulheres. Temas como a campanha “Eu Não Mereço Ser Estuprada”, a instalação da CPI dos estupros na USP de Ribeirão Preto (SP) e o caso envolvendo os então deputados Jair Bolsonaro e Maria do Rosário (em que ele lhe disse que não a estupraria porque que ela “não merecia”, já que era “muito feia” e “ruim”) são algumas das questões debatidas durante 2014 e causaram agitação na internet.

Em 2015, o feminismo ganhou ainda mais força e foi pauta frequente e intensa. Uma pesquisa realizada pela Think Olga recolheu dados do ciberativismo sobre o tema em 2015, nomeando-o como “o ano do feminismo na internet”. Entre janeiro de 2014 e outubro de 2015, as buscas pelos termos “feminismo” e “empoderamento feminino”

cresceram, respectivamente, 86,7% e 354,5%. Diversos acontecimentos levaram milhões de pessoas a discutir e refletir sobre as opressões às quais as mulheres são submetidas e os problemas que a sociedade machista provoca tanto a elas quanto aos homens. Algumas mobilizações surgiram espontaneamente do próprio universo online. O resultado apareceu na internet. Apenas em 2015, sucederam-se todos os episódios a seguir:

- No âmbito jurídico, a Lei do Femicídio e o projeto de lei 5069/2014:

A primeira, sancionada em 9 de março, virou assunto na rede social Twitter e 55% dos usuários que comentaram o tema do feminicídio eram homens. Já o projeto, que dificultava o acesso ao aborto legal em caso de estupro, provocou protestos nas capitais do Rio de Janeiro e de São Paulo e deu origem à *hashtag* #MulheresContraCunha (Eduardo Cunha, então presidente da Câmara dos Deputados), a qual foi mencionada mais de 40 mil vezes durante o ano, com 61% das menções feitas por mulheres.

- No cenário artístico e cultural, a *hashtag* #AskHerMore, o vídeo “Não tira o batom vermelho”, o discurso de Viola Davis, a *hashtag* #PrimeiroAssédio e a regravação da música “Survivor”:

A #AskHerMore surgiu durante o Oscar de 2015 e foi mencionada em 27 mil tweets (publicações no twitter) no mundo e 1700 no Brasil; sugeria que jornalistas perguntassem às celebridades mulheres algo além de curiosidades sobre as roupas utilizadas no evento. “Não tira o batom vermelho”, publicado pela *youtuber* Jout Jout, tratava de relacionamentos abusivos e também virou campanha; até o fim de 2015, tinha mais de 1,6 milhões de visualizações. A atriz negra Viola Davis ganhou o Emmy de melhor atriz dramática e seu discurso de representatividade foi mencionado mais de 7 mil vezes apenas no Brasil.

A #PrimeiroAssédio surgiu após comentários que sexualizavam uma garota de 12 anos participante do programa de televisão Masterchef Junior, exibido pela TV Bandeirantes; a *hashtag* propunha que mulheres falassem sobre a primeira vez em que foram assediadas e foi reproduzida mais de 100 mil vezes no Twitter, além de revelar que 9,7 anos é a idade média com que meninas são assediadas pela primeira vez. A atriz e cantora Clarice Falcão regravou a canção “Survivor”, do grupo *Destiny's Child*, como símbolo feminista de resistência e ultrapassou 2 milhões de visualizações no YouTube até o fim de 2015; em 2016, já são mais de 4 milhões.

- No meio político-social, o Movimento Vamos Juntas, a Marcha das Margaridas, a redação do ENEM e a Marcha das Mulheres Negras.

O Vamos Juntas teve como intuito mulheres se ajudarem em situação de risco; até 2015 possuía mais de 250 mil fãs na página do Facebook e a *hashtag* #VamosJuntas foi utilizada 46 mil vezes no Twitter até o fim do ano. A Marcha das Margaridas, maior mobilização de mulheres da América Latina, reuniu 70 mil pessoas em Brasília (DF) e rendeu mais de 26 mil tweets. O tema da redação do Enem, “A persistência da violência contra a mulher na sociedade brasileira”, foi o ponto alto da luta feminista no país em 2015, impulsionando a discussão sobre agressões verbais e físicas contra mulheres: o tema gerou 106 mil posts nas redes sociais e entrou para os *trending topics* (tópicos mais comentados) do Twitter. Por fim, a Marcha das Mulheres Negras reuniu 10 mil pessoas para chamar atenção sobre o racismo e o machismo sofridos por essas mulheres; o ato, repreendido pela polícia, recebeu mais de 33 mil tweets em apoio.

Por fim, espontaneamente, surgem ainda duas mobilizações de dentro da internet. O #AgoraÉQueSãoElas incentivou que homens cedessem seus espaços na mídia para que mulheres pudessem publicar textos sobre vivências femininas; nas redes sociais, mais de 5 mil menções à *hashtag*. E também a *hashtag* de grande adesão, #MeuAmigoSecreto, que abriu caminho para que as mulheres denunciasses atitudes machistas cotidianas despercebidas ou ignoradas, mas sem citar o agressor. Só no twitter, a *hashtag* foi mencionada mais de 170 mil vezes.

Além de todos os episódios citados e de suas respectivas repercussões, assuntos de diversas outras áreas também foram tema do movimento feminista na internet - propagandas de cunho machista, notícias sobre assédio moral e sexual e, de maneira metalinguística, o crescimento do próprio feminismo dentro da internet e dos veículos de comunicação. A mobilização virtual também abriu espaço para que pautas feministas entrassem em outros meios de comunicação, como a televisão e o jornalismo impresso.

No entanto, por mais intensa que seja a militância feminista virtual, críticos do feminismo acreditam que o movimento nas redes pouco faz pelas mulheres em seu cotidiano, na vida real. A escritora Monica Montone, formada em psicologia pela PUC-RJ e autora dos livros “Mulher de Minutos” e “Sexo, Champagne e Tchou”, por exemplo, coloca-se como defensora do “feminismo antigo” (pautado apenas nos ideais defendidos durante meados do século XX) e rejeita as “feministas de internet” em seus textos na rede.

Comentários em publicações feministas também utilizam termos como “feminista de internet” ou “ativista de Facebook” como um atributo pejorativo, alegando que no universo virtual o movimento perde a força e que as feministas “perdem seu tempo” postando e discutindo virtualmente em vez de fazer “algo concreto” pelo movimento.

As expressões “feminista de internet” e “ativista de Facebook” são utilizadas de modo pejorativo para criticar mulheres que militam virtualmente, por meio de publicações e comentários feministas, mas que não atuam no meio real. A crítica é fundamentada principalmente na ideia de que esse grupo não age de maneira concreta pelo movimento e suas postagens no ambiente virtual não necessariamente melhoram o machismo na vida real das mulheres. No entanto, o jornalismo feito pela ONG Think Olga, analisado neste trabalho, denota a importância da militância virtual feita de maneira responsável, em parceria com a produção jornalística.

Apesar de a militância realmente demandar ações reais, fora das redes sociais e da internet, os fatos ocorridos em 2015 apontados neste trabalho denotam a importância do ciberativismo no movimento como um todo. O aumento das buscas online sobre termos relacionados ao feminismo e as discussões virtuais e reais decorrentes de pautas feministas abordadas na internet, seja por usuários comuns, seja por veículos consolidados, demonstram o crescimento do ciberativismo feminista. A situação do feminismo na internet se manteve em 2016, com outras pautas profundas levantadas e debatidas em rede.

Um exemplo interessante é a matéria “Marcela Temer: bela, recatada e ‘do lar’”, publicada pela Revista Veja em abril de 2016, sobre a então vice primeira-dama. O texto sobre Marcela Temer e sua vida levantou um intenso debate sobre os padrões de comportamento imposto às mulheres. Argumentou-se que Marcela foi colocada como a “mulher ideal” por ser dona-de-casa, bonita, boa esposa e boa mãe. Ao construir um perfil romantizado da esposa do político Michel Temer, o texto foi profundamente criticado e ironizado nas redes sociais. Mulheres postaram fotos ironizando o padrão “bela, recatada e do lar” e fizeram trocadilhos como “bela, recatada e do bar”, para as mulheres que se entretêm em bares e baladas, e “bela, recatada e do *lab*”, para mulheres que trabalham com ciência.

Outra grande pauta feminista, mais trágica do que a anterior, foi o estupro coletivo ocorrido no Rio de Janeiro em maio de 2016, em que 33 homens estupraram uma jovem

de 16 anos. Na internet muitas mulheres publicaram textos e imagens em apoio à vítima e também para acender a discussão sobre a “cultura do estupro”. A reportagem “6 coisas que você precisa entender sobre a cultura do estupro” (MOREIRA, 2016), publicada em junho no site da Revista Galileu, define o termo, que:

[...] foi cunhado na década de 70 por feministas americanas e, de acordo com o Centro das Mulheres da Universidade Marshall, nos Estados Unidos, é utilizado para descrever um ambiente no qual o estupro é predominante e no qual a violência sexual contra as mulheres é normalizada na mídia e na cultura popular. (l. 28 – l. 33)

Em linhas gerais, a expressão se refere a um modo de pensar que enxerga a mulher como objeto sexual e que coloca sobre ela padrões que “justificam”, de acordo com essa lógica, a violência contra a mulher: por exemplo, usar roupas curtas, andar sozinha, ser solteira, ingerir álcool ou outras drogas etc.

Além das redes estimularem militantes a se envolver em temáticas feministas e convidar para debates e eventos, a internet também ajuda a promover o questionamento das relações de gênero e do empoderamento feminino, como é o caso do website Think Olga. Embora muitos acreditem que a luta só se faz presencialmente, com atritos reais, os projetos feministas têm sua relevância em termos de divulgação de conteúdo e reforço do ideal de empoderamento.

#### **2.4 O conceito de empoderamento**

A palavra, tradução da categoria *empowerment*, possui um vasto leque de definições, como afirma Gohn (2004). Dentre suas definições, destacamos aquela que caracteriza-a como “um processo de mobilizações e práticas que objetivam promover e impulsionar grupos e comunidades na melhoria de suas condições de vida, aumentando sua autonomia” (KLEBA e WENDAUSEN, 2009, p. 735).

O conceito de empoderamento é essencial para o estudo das minorias, especialmente quando se aborda a luta e o fortalecimento desse grupo social. Baquero (2006) pontua também que a questão assume significações que indicam o

desenvolvimento de potencialidades e o aumento de informação e percepção, e busca participação real e simbólica, possibilitando a democracia.

O empoderamento surge durante lutas feitas por grupos oprimidos na sociedade. A luta por direitos, feita em diferentes tempos históricos por mulheres, negros e homossexuais, é um exemplo das bases do conceito. Enquanto apenas uma parcela da população tinha direito, por exemplo, ao voto, à privacidade e à liberdade de ir e vir, outra necessitava batalhar para conquistar tais direitos, que lhes eram negados. Neste caso, cada grupo oprimido se empoderou ao longo do enfrentamento à opressão sofrida.

No campo de estudos sobre o feminismo, “empoderar” se refere à igualdade de gênero, de modo a estimular a autonomia das mulheres frente à sociedade patriarcal, na qual vontades e posicionamentos femininos são subjugados, considerados inferiores em relação aos dos homens. O empoderamento feminino pode ocorrer em diversas situações e áreas da vida de uma mulher e se dá gradualmente: em seu trabalho ou ambiente familiar, durante conversas com outras mulheres, após ações de confronto e combate ao machismo etc.

Pode-se dizer que uma das principais finalidades de órgãos voltados às mulheres e de grupos feministas é promover o empoderamento de mulheres de diversas classes, etnias, idades etc. Como exemplo há a ONU Mulheres, uma entidade da ONU criada com o intuito de discutir e desenvolver políticas focadas na vida das mulheres. A organização se caracteriza como a “Entidade das Nações Unidas para a Igualdade de Gênero e o Empoderamento das Mulheres”. Em seu texto de apresentação no site, a ONU Mulheres afirma que “empoderar as mulheres impulsiona economias mais prósperas, estimulando a produtividade e o crescimento”.

Além de organizações e grupos voltados à vida das mulheres, muitos veículos feministas também se propõem a empoderar mulheres no Brasil e no mundo. É o caso, novamente, do Think Olga. Na seção “sobre” do site, as autoras afirmam: “Nossa missão é empoderar mulheres por meio da informação e retratar as ações delas em locais onde a voz dominante não acredita existir nenhuma mulher.”. Semelhante ocorre na página feminista do Facebook “Empodere duas mulheres”: “Eu pediria que pra cada homem que você quer explicar feminismo, troque por duas mulheres. Os efeitos vão ser incríveis e muito mais eficazes”.

O empoderamento feminino é um objetivo consideravelmente comum de grupos, organizações e veículos feministas. Ao reconhecer as mulheres como uma minoria social (não necessariamente em números), o empoderamento torna-se essencial, tendo em vista suas diferentes definições, que se referem às ideias de autonomia, fortalecimento, controle de um grupo sobre questões que o afetam diretamente, etc. Empoderar mulheres é torná-las mais fortes para combater uma sociedade patriarcal e machista.

### 3. O PORTAL JORNALÍSTICO THINK OLGA

#### 3.1. O nome e o projeto

O projeto feminista Olga, mais conhecido como Think Olga, foi criado por Juliana de Faria, jornalista formada pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), em abril de 2013. O projeto pode ser caracterizado como um *think tank*, isto é, uma organização ou instituição que atua em grupos de interesse e produz conhecimento sobre assuntos estratégicos. Os *think tanks* têm o objetivo de influenciar transformações sociais, políticas, econômicas ou científicas, especialmente em assuntos sobre os quais pessoas leigas não encontram dados para análise facilmente. Para isso, essas organizações divulgam conteúdos especializados de suas áreas.

Sendo a Olga uma organização ampla, não apenas um veículo informativo, entende-se que o nome geral do projeto é Olga, mas no site e em outras mídias sociais ele se reconhece e é reconhecido como Think Olga. Ambos os nomes são corretos. O “Think Olga”, nome pelo qual o projeto é mais conhecido, aponta a característica ser um *think tank*: mais que “apenas” um site feminista, uma organização com ações diversas. Além disso, o acréscimo do termo antes de “olga” também transmite a ideia de um “feminismo pensante” ou de “pense como Olga”, sendo Olga a caracterização de uma mulher forte.

Segundo uma resposta feita pelo perfil do site a um comentário no post “A Olga”, que traz informações básicas sobre o projeto, o nome Olga foi escolhido por ser um nome feminino forte. Muitas seguidoras acreditam que há uma referência a Olga Benário, militante comunista que foi enviada ao Brasil pela Alemanha em 1934 para apoiar o Partido Comunista Brasileiro. Após sua morte, em 1942, Olga tornou-se símbolo de força feminina dentro da política. No entanto, não há nenhuma declaração no site que explicita a homenagem.

A iniciativa de Juliana de Faria tem como tema principal o feminismo e o empoderamento das mulheres. É completa no sentido de abordar diversos assuntos que interessam as mulheres, libertando-se de estereótipos fúteis e apresentando alternativas aos poucos modelos de vida que são impostos às mulheres hoje. O site afirma que sua missão é “empoderar mulheres por meio da informação e retratar as ações delas em locais onde a voz dominante não acredita existir nenhuma mulher.”. Com a valorização de ações e projetos feitos por mulheres, a Olga visa mostrar ao seu público tudo que as mulheres são capazes de fazer, ressaltar que quaisquer áreas de trabalhos podem ser ocupadas por mulheres e que muitos dos problemas que as mulheres vivem é fruto do machismo há muito enraizado na sociedade, o qual deve ser exposto, problematizado e combatido.

### **3.1.1. A ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO DIGITAL**

Embora o projeto Olga seja bastante abrangente e contenha materiais interessantes para análises de todo tipo, o foco inicial deste trabalho é analisar a estrutura do site e a arquitetura da informação. Como o site Think Olga direciona as informações a suas leitoras e seus leitores? Quais as estratégias usadas para chamar a atenção do seu público? De que maneira o design e a linguagem do site influenciam na imagem projetada no imaginário de quem acompanha as postagens e segue o veículo nas redes sociais?

É importante compreender que não são apenas as palavras presentes em cada post que alavancam as postagens do Think Olga e não foi apenas por meio delas que o projeto tomou a proporção atual. Para a consolidação de um veículo informativo não basta somente bom conteúdo, a hierarquia da informação e o modo como ela é apresentada são essenciais. Essa hierarquia está diretamente relacionada ao conceito de arquitetura da informação.

O conceito “arquitetura” se refere à arte ou à técnica de projetar uma edificação a fim de abrigar diferentes tipos de atividades humanas. Arquitetar é dispor as partes ou os elementos que compõem os espaços urbanos de maneira que esses espaços fiquem firmes e também agradáveis ao olhar. Observa-se o que é mais importante, o que é base sólida e o que é mais superficial, e faz-se a disposição de cada elemento até que a obra esteja completa. Por um viés mais artístico, a arquitetura também planeja onde posicionar cada característica de uma obra a fim de chamar a atenção de quem a olha.

O mesmo ocorre com a arquitetura da informação, que podemos aplicar à construção de ambientes online, como aplicativos e websites. Enquanto a arquitetura física envolve combinar materiais físicos como madeira, cimento, plástico etc., a arquitetura da informação baseia-se na organização e visualização de imagens, textos e outros elementos virtuais dentro de um website. Organizar um site requer conhecimento teórico de planejamento gráfico e design, caso contrário um website pode conter ótimo conteúdo mas não cativar o usuário. A definição de Straioto (2002) sobre o universo da arquitetura da informação online é bem completa:

A Arquitetura da Informação refere-se ao desenho das informações: como textos, imagens e sons são apresentados na tela do computador, a classificação dessas informações em agrupamentos de acordo com os objetivos do site e das necessidades do usuário, bem como a construção de estrutura de navegação e de

busca de informações, isto é, os caminhos que o usuário poderá percorrer para chegar até a informação. (p. 20)

Seguindo esta ideia, um website conta com uma série de conceitos e detalhes que devem ser seguidos para que o material seja visualmente agradável e apresente fácil compreensão e preservação na memória. Escolher onde fica cada item e como ele aparece é essencial para que o internauta encontre rapidamente o que procura. A isso está atrelada a importância de cada item. Por exemplo, elementos que aparecem primeiro para o leitor (início da tela), logo abaixo do campo de busca, são privilegiados em relação aos que estão fora do primeiro olhar do internauta. Quando é necessário que o internauta utilize o mecanismo de rolagem (“descer” a página pelo mouse ou pelas setas na lateral direita da página) para localizar uma informação, ela demora mais para ser encontrada, o que denota prioridade para o que está no campo superior do site.

A disposição dos elementos sugere determinados caminhos e alguns são feitos com mais frequência porque são sugeridos pela hierarquia das informações. O número de informações dentro de um website e o modo como essas informações estão dispostas definem os caminhos. Se algum elemento aparece primeiro e se há algum tipo de destaque para ele (cores fortes, negrito, molduras), há maiores chances de ele ser “escolhido” pelo usuário – é o primeiro determinante de um caminho. A partir do primeiro clique, o usuário faz sua rota no website de acordo com o que lhe interessa e também com o que lhe é proposto.

Além da localização de cada item, há também o modo como estes itens são utilizados no sites: se conduzem a outro link quando recebem um clique, se abrem um box quando o usuário passa o cursor do mouse por cima etc. Os menus interativos, por exemplo, têm sido frequentemente escolhidos por websites graças à sua praticidade e visual “limpo”. Eles se abrem em outras opções quando o usuário passa o cursor do mouse por cima de cada aba e cada uma pode se abrir em outras opções (preferencialmente que caibam na tela sem necessitar da rolagem) em que o usuário pode clicar, estando essas opções dentro do leque semântico proposto pela palavra ou ícone inicial.

### **3.2. Design e arquitetura**

No caso do website Think Olga, o design e a arquitetura da informação provavelmente foram priorizados durante a elaboração do projeto, visto que é um site intuitivo e agradável de navegar. No geral é um ambiente virtual limpo, com bastante uso

de branco (campos sem nada escrito), que dão leveza à página, mas nem por isso é sóbrio ou sem vida: imagens chamativas e em tamanho grande, unidas a títulos com palavras fortes, dão o tom de um trabalho profissional mas prazeroso e simpático.

A paleta de cores é básica – branco, preto e rosa claro – e confere a identidade da organização. Muitos veículos virtuais feministas utilizam o rosa, mas a maioria faz a combinação entre rosa e outra cor (roxo, azul) para não reforçar o estereótipo de “rosa ser cor de menina”. No caso do Think Olga, o rosa é predominante, mas a combinação com o branco e o preto suaviza o estereótipo de feminilidade exacerbada.

Além disso, outras cores são frequentemente utilizadas em ilustrações e fotografias, que são peça-chave do design do projeto. Tanto no website quanto nas redes sociais do projeto, as ilustrações carregam a marca da Think Olga: o uso de tipografias com efeito “escrito à mão” unidas a uma “marca de tinta aquarela” e à intercalação de cores claras e fortes compõem o planejamento gráfico do projeto, auxiliando na rápida identificação da autoria do conteúdo – uma usuária de redes sociais que segue alguns veículos feministas consegue rapidamente identificar o conteúdo que faz parte da Think Olga.

Alguns exemplos do uso de cores em tons claros e vivos para destacar o conteúdo:

#### 1) Ilustração



Cores na ilustração da matéria "A Importância de educar mulheres financeiramente", publicada em 24/11/16.

#### 2) Fotografia



Inspirações, Reflexões  
Não toleramos assédio: a punição é possível e está acontecendo  
Publicado: 18 de outubro de 2016 by Think Olga

Cores na fotografia da matéria "Não toleramos assédio: a punição é possível e está acontecendo", publicada em 18/10/16.

O menu inicial, ou *homepage*, é simples e objetivo. O logo é o primeiro item a ser visto pelo usuário: a palavra “Olga” escrita na cor rosa em letras maiúsculas e assimétricas, na parte superior central da tela. O “a” de “olga” tem um de seus traços alongado para a direita, assemelhando-se a uma assinatura. Logo abaixo do logo, o menu interativo aparece com as informações mais relevantes do projeto, as opções principais de exploração: A Olga, Artes, Chega de Fiu Fiu, Agenda, Rádio, Seus Direitos e Jornalismo Humanizado.

A Olga ▾ Artes Chega de Fiu Fiu ▾ Agenda Rádio ▾ Seus Direitos Jornalismo Humanizado ▾

Menu inicial do site Think Olga.

As abas que apresentam um indicativo de seta para baixo (A Olga, Chega de Fiu Fiu, Radio e Jornalismo Humanizado) contêm outras opções para a usuária ver ainda nesta página, sem necessitar de outro clique. As abas sem indicativo de seta devem ser clicadas e direcionam para um link interno (dentro do próprio website). Cada uma dessas abas trata de temas específicos.

A aba “A Olga”, que se divide em “Sobre” e “Contato”, é onde estão as informações gerais do projeto. “Sobre” explica o que é o projeto, quando e por quem foi criado, quais os seus objetivos e sua missão; “Contato” mostra o e-mail do projeto. A segunda aba, “Artes” apresenta uma galeria de ilustrações de temática feminista, que carregam características visuais da Olga.

Já a aba “Chega de Fiu Fiu”, que trata sobre a campanha, é a que mais possui opções ocultas, sendo oito no total: “Artes”, “Cartilha”, “Depoimentos”, “Documentário”, “Ebook”, “Mapa”, “FAQ” e “O futuro do movimento anti-assédio no mundo”. Ao clicar nessa aba, o usuário é direcionado a um link interno que explica o que é o Chega de Fiu Fiu: uma campanha lançada em 2013 com o intuito de combater o assédio sexual em espaços públicos, que culminou numa pesquisa com quase 8 mil participantes. A campanha ganhou grande visibilidade e colocou a Think Olga como uma das vozes mais relevantes no combate ao assédio em locais públicos no Brasil.

Nas opções destacadas da aba “Chega de Fiu Fiu”, “Artes” traz desenhos para divulgação da campanha e conscientização sobre o tema. “Cartilha” apresenta informações sobre assédio e que órgãos a mulher assediada pode procurar em sua defesa (Delegacia de Defesa da Mulher, 180 etc). “Depoimentos” expõe relatos de mulheres que foram assediadas na rua e como se sentem com isso, além de um e-mail para o qual mulheres podem mandar seus relatos. “Documentário” apresenta o projeto de um documentário sobre a campanha e o assédio no Brasil.



Menu inicial com opções expostas.

Ainda sobre as opções do “Chega de Fiu Fiu”, “Ebook” traz um livro virtual sobre a campanha e o assédio escrito pela fundadora do Think Olga, Juliana de Faria, e a socióloga Bárbara Castro, o qual está disponível para download em sites de compras online. “Mapa” indica um espaço virtual em que podem ser registrados os locais onde as mulheres sofrem assédio. “FAQ” apresenta respostas às perguntas mais frequentes sobre assédio em espaços públicos. E, por fim, “O futuro do movimento anti-assédio no mundo” traz a conscientização que vem crescendo, a parceria da Think Olga com a ONG norte-americana Hollaback! e um texto sobre a importância de debater esse tema.

Na aba seguinte, “Agenda”, é apresentado um calendário com os eventos de que a Think Olga participará; como ela não abre outras opções, o clique na aba leva ao link interno onde se encontra o calendário. Um clique direto na aba “Rádio” leva ao link interno que apresenta a Radio Think Olga, a qual busca dar visibilidade a músicas feitas por mulheres; essa aba também abre para a opção “Mixtapes”, que apresenta mixtapes (compilações de canções) de vozes femininas e com cunho feminista. A aba “Seus Direitos” possui um link para as usuárias tirarem dúvidas com uma advogada especialista em Direito Digital e outro sobre violência e assédio online, que traz informações sobre como agir em casos de *revenge porn* (divulgação de fotos íntimas como “vingança”), ameaças pelas redes sociais e bullying online em massa.

Por fim, a aba “Jornalismo Humanizado”, direcionada mais especificamente para jornalistas e profissionais da área de comunicação. Ela abre outras duas opções, “Entreviste uma mulher” e “Minimanual do Jornalismo Humanizado”, esta segunda dividindo-se em outras cinco: “Pt. 1: Violência Contra a Mulher”, “Pt. 2: Pessoas com deficiência”, “Pt. 3: Racismo”. E, posteriormente, foram lançadas outras duas partes do Minimanual: “Pt. 4: Estereótipos nocivos” e “Pt. 5: LBGT”. A opção “Entreviste uma mulher” abre para um link interno com um campo de busca, no qual a usuária ou o usuário pode buscar uma fonte mulher, por meio de palavras-chave, que saiba sobre o assunto desejado.



Link que apresenta o contato de profissionais mulheres para serem fonte de matérias jornalísticas.

A opção “Minimanual do Jornalismo Humanizado” apresenta cinco pequenas produções no formato de manual, explicando conceitos e dando dicas, sobre como fazer abordar determinados temas de maneira humanizada. A intenção desse trabalho é evitar termos que reforcem estereótipos negativos de determinados grupos e também ajudar a combater alguns senso comuns presentes em temas específicos.

Em “Pt. 1: Violência Contra a Mulher”, o site oferece para baixar o PDF do minimanual deste tema. Ao longo do manual são descritos exemplos negativos de como tratar o tema “violência contra a mulher” e, na sequência, de que maneiras um jornalista deve abordá-lo de modo a não perpetuar conceitos machistas ou misóginos (de ódio à mulher). O minimanual “Pt. 2: Pessoas com Deficiência” segue o mesmo modelo, mas com a temática de pessoas com deficiência: como se referir a elas sem soar capacitista (adjetivo para quem diminui outras pessoas, preconceituosamente, tratando-as como incapazes) ou insensível. A “Pt. 3: Racismo” também segue o modelo de abordagens negativas seguidas por exemplos positivos, a fim de evitar o racismo (especialmente o velado) e o reforço de estereótipos racistas em conteúdos jornalísticos.

As partes 4 e 5, lançadas depois das três primeiras, abordam respectivamente os estereótipos nocivos e a questão LGBT (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros), e também podem ser baixadas em PDF. A parte 4 destrincha alguns estereótipos comuns na sociedade, como “a mulher como objeto decorativo”, “o jornalismo de celebridades”, “a supervalorização de arquétipos” e “a mulher no mundo dos negócios”. Já a parte 5 traz conceitos iniciais sobre a questão LGBT, a opressão específica com mulheres lésbicas, nomeada lesbofobia (união de machismo e homofobia), a crítica ao termo “gay”, esclarecimentos sobre bissexuais, informações sobre a população trans.

Todas estas abas são colocadas inicialmente no site, abaixo do logo, não por acaso. Elas carregam o que há de principal no projeto, o que deve ser visto primeiro, antes mesmo das matérias. Na sequência, abaixo, há sempre três textos lado a lado; esses textos ocupam essa posição por um tempo determinado e depois dão espaço a outros textos em alta.



Os textos que aparecem inicialmente na homepage são o que o projeto deseja destacar naquele período.

Abaixo dos três textos ressaltados, há a matéria que foi publicada mais recentemente e, abaixo dela, as outras matérias em ordem de publicação. A coluna do lado direito carrega itens variados, entre eles estão:

- o campo de busca;
- os ícones das redes sociais;
- um campo para a(o) usuária(o) escrever seu e-mail e receber notícias;
- um box do Olga Esporte Club, um projeto da Think Olga que visa transformar a relação das mulheres com o esporte;
- um box Manda Prints, link interno para ajudar em denúncias de assédio online;
- um box Olga Mentoring: Escola de líderes, link externo de mentoria de business para mulheres;
- um box Girl Power, que mostra eventos que mulheres coordenarão ou nos quais haverá palestras de mulheres;
- um box Agenda, que direciona para o mesmo link interno descrito na aba “Agenda” do menu inicial;
- um box Ebook, que direciona também para o link do Ebook da aba “Chega de Fiu Fiu”; e
- um box Dicionário Aurélia, que leva a um blog cujo intuito é ser um dicionário ilustrado de mulheres (o nome é uma referência do Dicionário Aurélio, marca famosa de dicionários no Brasil).

Os ícones das redes sociais são referentes, respectivamente, a Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest e RSS, sendo este último não uma rede social, mas um local virtual onde se colocam dialetos XML (Extensible Markup Language, em português “Linguagem Extensível de Marcação”) que apresentam em linguagem de programação o que está no feed do site. Os ícones contêm a marca de aquarela característica da Think Olga e todos os boxes possuem ilustrações, gifs (animações) e/ou cores chamativas e o nome do box dentro ou em cima dele:

VEM COM A GENTE



Ícones das redes sociais utilizadas pelo projeto.



Box do Olga Esporte Clube

OLGA MENTORING:  
ESCOLA DE LÍDERES



Box do Olga Mentoring: Escola de Líderes

Por último, no fim da rolagem da homepage, há as categorias nas quais os textos se encaixam; as tags (etiquetas) utilizadas em cada texto, que direcionam a textos sobre aquele assunto; e outra ilustração para a campanha Chega de Fiu Fiu:



As categorias, por exemplo, ajudam a(o) usuária(o) a encontrar com mais facilidade alguns textos e conteúdos do site.

São 18 categorias no total: Artes, Artigo, Campanha, Chega de Fiu Fiu, Chega de Fiu Fiu – Artes, Destaque, Entrevistas, FAQ Jurídico, Girl Power, Inspirações, Mixtapes, Notícias, Olga, Percepções, Reflexões, Segunda de quadrinhos, Sem Categoria e Seus Direitos. A maioria delas repete algo que também pode ser encontrado no menu inicial,

como é o exemplo de Chega de Fiu Fiu – Artes e Mixtapes. No entanto, isso não é prejudicial, visto que algumas dessas categorias não estavam explícitas no menu inicial. As outras categorias auxiliam na busca de conteúdos específicos, como o FAQ Jurídico.

As tags ajudam a “filtrar” que tipo de assuntos a(o) leitora(o) deseja encontrar: ao escolher, por exemplo, a tag “violência”, o site direcionará a pessoa a um link que concentre as matérias sobre esse assunto. Por fim, a arte da Chega de Fiu Fiu no fim da página direciona ao mesmo link que a aba “Chega de Fiu Fiu” no menu inicial.

## 4. ANÁLISE DO OBJETO

### 4.1. Minimanual de Jornalismo Humanizado

Não somente de veículos tradicionais é feito o jornalismo no Brasil. O site da ONG Think Olga, embora fuja aos padrões clássicos, é um veículo jornalístico que está se consolidando no meio digital segmentado. Seu trabalho no âmbito da difusão de informação difere-se do tradicional: por ser voltado ao público feminino e/ou interessado em feminismo, o jornalismo da Think Olga se apoia basicamente em mulheres. As mulheres são as autoras dos textos, as fontes buscadas e a inspiração para as reflexões propostas. O projeto busca tratar e retratar as mulheres com respeito e a diversidade que exigem e com que não são retratadas na mídia convencional. Para consolidar um jornalismo “anti-preconceitos”, a Think Olga segue uma série de critérios sutis mas essenciais. Esses critérios foram unidos e disponibilizados pela ONG em um minimanual.

A equipe da Think Olga, composta majoritariamente por mulheres feministas, se preocupa com opressões sociais e enxergam-nas como um problema grave que deve ser combatido. A crítica não vai somente ao machismo, mas também a outros tipos de opressão: racismo, homofobia, lesbofobia, transfobia (discriminação específica a pessoas trans), capacitismo (discriminação voltada a pessoas com deficiência) e outras que prejudicam o bem-estar de algumas minorias sociais. A consciência sobre o prejuízo dos tipos variados de opressão uniu o ciberativismo da ONG ao trabalho jornalístico, resultando na criação do Minimanual de Jornalismo Humanizado da Think Olga.

O projeto, com algumas partes lançadas em 2016 e outras em 2017, volta-se “para jornalistas e veículos que desejam limpar sua comunicação de preconceitos”. A ideia parte do princípio que as palavras são importantes para reforçar ou quebrar estereótipos. O projeto, divulgado no site e nas redes sociais do Think Olga, é dividido em cinco partes, com cerca de 14 páginas as três primeiras e cerca de 25 as duas últimas. As partes são divididas por temas: a primeira parte aborda a violência contra a mulher; a segunda, pessoas com deficiência; a terceira, racismo; a quarta, estereótipos nocivos; e a quinta, pessoas LBGT. Todos os volumes estão disponíveis gratuitamente no site da Think Olga para acesso e download em PDF.

Embora haja muito assunto quanto à discriminação de minorias sociais, a escolha destes temas é relevante pela quantidade de brasileiros que se encaixam nos perfis abordados pelos manuais. Segundo a última Pesquisa Nacional de Amostra de Domicílio

(2013), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 51,4% da população brasileira é composta por mulheres. Também segundo dados do IBGE, de 2014, 54% da população é negra e 24% são pessoas com deficiência (visual, auditiva, motora ou mental). Até a finalização deste trabalho, não há dados concretos sobre a população LGBT no Brasil, mas questões relacionadas a esses grupos tem sido cada vez mais debatidas na sociedade e na mídia. Desta forma, o minimanual aborda como tratar respeitosamente todas essas pessoas durante abordagens jornalísticas.

Diferentemente da maioria dos manuais de jornalismo tradicionais, o minimanual de jornalismo humanizado é curto, simples e direto, com linguagem fácil e exemplos didáticos. De maneira sutil e inteligente, o manual aborda a problemática do jornalismo indiferente ao respeito com minorias ou desconhecedor dele. O material contém exemplos de reportagens feitas por alguns veículos brasileiros (G1, Terra, Folha de São Paulo, R7, entre outros) ao longo do manual para usar como objeto, criticando momentos em que os veículos reproduziram machismo, racismo, capacitismo ou quaisquer outros tipos de discriminação.

Dentro de cada uma das partes há uma introdução sobre o assunto tratado (violência contra a mulher, pessoas com deficiência ou racismo) que contém dados e informações importantes para a compreensão do tema. A introdução também apresenta as razões para aquele tema ser escolhido e por que é necessário tratá-lo com atenção e cuidado.

Na sequência, há divisões pertencentes ao universo de cada tema. Há, por exemplo, o tópico “abordagem de estupro” no manual sobre violência contra a mulher e o tópico “chega de ideais eurocêntricos de beleza” no manual sobre racismo. As divisões dentro de cada tema apresentam exemplos de reportagens variadas em que certas ideias, frases ou termos reforçam ideias negativas sobre um grupo ou naturalizam comportamentos nocivos. O trecho problemático é grifado e o manual explica por que aquilo não corresponde a um ideal de jornalismo humanizado e respeitoso. As explicações tentam trazer a visão de quem sofre com o preconceito com o auxílio de estudos, órgãos, pesquisadores e outros profissionais que entendam do assunto. E principalmente, incitam a reflexão sobre o tema e sobre a importância de se utilizar os temas adequados.

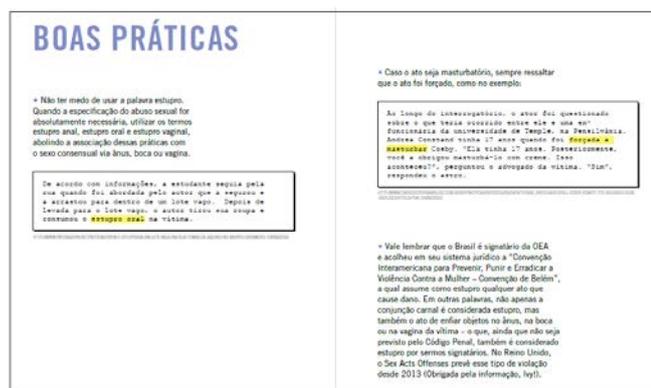


O manual não somente corrige o texto, mas explica onde está o problema.  
 (Minimanual de Jornalismo Humanizado - Pt. 3: Racismo)

Depois das divisões por tema, há o tópico “boas práticas”, que mostra situações em que alguns veículos acertaram na escrita humanizada. Assim como nos exemplos negativos, o manual grifa o trecho em que o veículo abordou de maneira correta o assunto tratado e explica também porque o modo usado é o certo. A maior parte dos exemplos de boas práticas é referente ao uso de termos que assustam ou podem causar desconforto pelo peso atribuído a eles, como feminicídio e estupro. Embora os termos sejam evitados por serem considerados “exagerados” ou “pouco claros”, o manual reforça a importância de se nomear atos com as palavras que explicitamente significam aquilo.

É importante ressaltar que exemplificar a abordagem correta de um assunto, especialmente ao se tratar de minorias sociais, não significa exaltar, elogiar ou romantizar as minorias, mas sim tratá-las de maneira humana e respeitosa. O cuidado proposto pelo manual não é nenhum privilégio ou “carinho”. A escolha da abordagem correta é uma das maneiras de, gradualmente, reparar as injustiças sociais que existem no Brasil. E isso se faz através da conscientização de que mulheres, pessoas negras, pessoas com deficiência e outras minorias sociais são pessoas e merecem respeito.

O tópico “boas práticas” é essencial no trabalho proposto pela Think Olga, pois é nele que o objetivo do trabalho se mostra cumprido e é também ele que ilustra o que realmente deve ser feito por todos os veículos ao tratar de temas delicados como violência doméstica, racismo, capacitismo e outros. Uma crítica frequente aos movimentos sociais, como o feminismo e o movimento negro, é a “falta de didática” e a condenação de uma determinada postura sem fornecer o “ideal correto” de postura. Neste aspecto, o minimanual é completo: mostra o problema e também como corrigi-lo.



## Boas práticas do Minimanual de Jornalismo Humanizado - Pt.1: Violência contra a mulher

O fato de o minimanual ter sido feito por e para jornalistas fica claro também ao se notar o trabalho jornalístico dentro do próprio manual. O uso de pesquisas e outras informações vindas de fontes oficiais, como institutos de pesquisa e artigos da constituição, bem como entrevistas e apoio de estudiosos dos temas mostram o compromisso com a apuração de dados. Ao evitar termos complexos e jargões, e explicá-los quando o uso é inevitável, o manual também denota o seu compromisso com uma comunicação democrática.

Se no passado o jornalismo era dominado por um grupo social específico (branco, masculino, heterossexual e de classe média/alta), hoje a comunicação e a informação transmitida por outros perfis tem ganhado espaço. Veículos alternativos, mídias radicais e as redes sociais, embora estas não sejam jornalísticas, vêm compondo um espaço importante na informação. E uma das maneiras mais eficazes de combater o preconceito é pela mídia, que idealmente deve ser humana, cidadã, inclusiva e limpa. O jornalismo, em seu alcance e importância social, tem papel importantíssimo na luta a favor de um mundo menos desigual.

### 4.2. A prática do jornalismo humanizado e os gêneros jornalísticos na Think Olga

Desde 2013, o site da Think Olga publica textos com viés jornalístico, ainda que sem seguir necessariamente os moldes do jornalismo clássico. São artigos, reportagens, críticas e entrevistas, elaborados através de um olhar feminista e ativista, que progrediram e hoje compõem um site completo com notícias e análises variadas. Os textos, sobre

sociedade, política, relacionamento, educação, tecnologia e outros temas, focam em mulheres e contêm viés feminista, de crítica e contestação. A maioria dos textos é de autoria feminina, assim como as fontes escolhidas para as entrevistas. O jornalismo da Think Olga se mostra comprometido com a luta das mulheres e com tornar o mundo um lugar mais acolhedor para elas.

Uma das ações que mostram esse comprometimento é a escrita humanizada, que segue o manual que a própria equipe da Think Olga criou. O cuidado com as palavras, a escolha de certos termos e a negação de outros é uma das características do veículo, que visa a inclusão e o respeito. Algumas ideias também são deixadas para trás a fim de construir uma sociedade com menos discriminação. Isso pode ser observado em diversos materiais jornalísticos do site, tanto em suas temáticas quanto em sua forma de abordagem.

Conforme já mencionado, o jornalismo proposto pela Think Olga difere-se do modelo clássico seguido por veículos tradicionais. O lead, tão enaltecido no jornalismo *hard news*, raramente aparece nos textos da Olga. A maioria das publicações são de pautas frias e, mesmo quando quentes, raramente seguem o modelo comum de notícia. São acompanhadas de análises mais aprofundadas, mas nas quais a objetividade não é essencial. O jornalismo da Think Olga, além de humanizado (e também por isso), é fundamentalmente opinativo.

Pelo fato de as matérias serem intrinsecamente ligadas a questões sociais e ao feminismo, a objetividade e a imparcialidade não têm espaço. São diversos artigos de opinião, análises e reflexões nas quais a opinião está explícita ou nas entrelinhas, mas não torna os textos menos sérios e respeitáveis. E mesmo as reportagens, com dados, fontes e outros elementos essencialmente jornalísticos, têm opiniões claras permeando os dados e apresentando pontos de vista específicos. Tanto o aspecto humanizado quanto o opinativo no jornalismo da Olga podem ser observados na análise a seguir.

### **4.3. As reportagens sobre violência contra a mulher**

O jornalismo da Think Olga enxerga como essencial a discussão de temas sociais ligados à mulher e ao universo feminino como um todo, o que inclui todos os tipos de violência sofridos pelas mulheres: violência física, psicológica, sexual, virtual e simbólica. Grandes casos midiáticos, como o caso Eloá, por exemplo, são analisados não

na perspectiva da notícia simplesmente, mas do modelo estrutural de sociedade em que um caso dessa dimensão acontece.

Nessas matérias, é possível identificar, além da crítica aos problemas sociais decorrentes do machismo e do sexismo, o cuidado com a escolha de palavras e termos, a fim de diminuir a repetição de estereótipos e de tratar o problema com sua dimensão exata, sem diminuí-lo, como geralmente a grande mídia faz em nome da imparcialidade. É comum na cobertura de casos em que há violência contra a mulher que o/a jornalista opte por dizer “suposto estupro”, mesmo quando o crime já foi comprovado, ou “relações íntimas” para se referir a estupro ou outras violências sexuais; isso é feito para evitar uma criminalização equivocada, mas acaba por descreditar a palavra da vítima e, possivelmente, por culpá-la pelo crime. Essa prática é criticada na primeira parte do minimanual, referente à violência contra a mulher.

Para o estudo, inicialmente foram buscadas todas as matérias que se relacionam com algum tipo de violência contra a mulher (física, psicológica, virtual etc). Foram encontrados vinte e três textos divididos em alguns gêneros semelhantes entre si. São eles:

**Quadro 1: Textos sobre violência contra a mulher**

<b>Título do texto</b>	<b>Data</b>	<b>Gênero</b>	<b>Link</b>
“Relacionamento abusivo e televisionado”	12/04/17	<b>Reportagem</b>	<a href="http://thinkolga.com/2017/04/12/relacionamento-abusivo-e-televisionado/">http://thinkolga.com/2017/04/12/relacionamento-abusivo-e-televisionado/</a>
“Quando o assédio é somado ao racismo”	04/04/17	Artigo	<a href="http://thinkolga.com/2017/04/04/quando-o-assedio-e-somado-ao-racismo/">http://thinkolga.com/2017/04/04/quando-o-assedio-e-somado-ao-racismo/</a>
“Por que a aprovação da PL de Escuta Protegida é tão importante – e quais mudanças ele propõe”	24/02/17	Entrevista	<a href="http://thinkolga.com/2017/02/24/por-que-aprovacao-do-pl-de-escuta-prottegida-e-tao-importante-e-quais-mudancas-ele-propoe/">http://thinkolga.com/2017/02/24/por-que-aprovacao-do-pl-de-escuta-prottegida-e-tao-importante-e-quais-mudancas-ele-propoe/</a>
“Chamam as mulheres de loucas, mas já tentou rejeitar um homem?”	20/02/17	<b>Reportagem</b>	<a href="http://thinkolga.com/2017/02/20/chamam-as-mulheres-de-loucas-mas-ja-tentou-rejeitar-um-homem/">http://thinkolga.com/2017/02/20/chamam-as-mulheres-de-loucas-mas-ja-tentou-rejeitar-um-homem/</a>
“Terrorismo misógino”	03/01/17	Artigo	<a href="http://thinkolga.com/2017/01/03/terrorismo-misogino/">http://thinkolga.com/2017/01/03/terrorismo-misogino/</a>
“Cultura do assédio: por que devemos registrar a ‘cantada de rua’ na delegacia”	17/11/16	<b>Reportagem</b>	<a href="http://thinkolga.com/2016/11/17/combate-cultura-do-assedio-por-que-devemos-registrar-cantada-de-rua-na-delegacia/">http://thinkolga.com/2016/11/17/combate-cultura-do-assedio-por-que-devemos-registrar-cantada-de-rua-na-delegacia/</a>
”Quando a violência contra a mulher vira espetáculo na mídia: o que aprendemos com o caso Eloá”	04/10/16	Entrevista	<a href="http://thinkolga.com/2016/10/04/quando-violencia-contra-mulher-vira-espetaculo-na-midia-o-que-aprendemos-com-o-caso-elo/">http://thinkolga.com/2016/10/04/quando-violencia-contra-mulher-vira-espetaculo-na-midia-o-que-aprendemos-com-o-caso-elo/</a>
“Mulheres de impacto: unidas contra a violência doméstica”	23/08/16	<b>Reportagem</b>	<a href="http://thinkolga.com/2016/08/23/mulheres-de-impacto-solidariedade-entre-mulheres-com-inovacao/">http://thinkolga.com/2016/08/23/mulheres-de-impacto-solidariedade-entre-mulheres-com-inovacao/</a>
“Dez anos da Lei Maria da Penha depois, para onde vamos?”	12/08/16	<b>Reportagem</b>	<a href="http://thinkolga.com/2016/08/12/dez-anos-da-lei-maria-da-penha-depois-para-onde-vamos/">http://thinkolga.com/2016/08/12/dez-anos-da-lei-maria-da-penha-depois-para-onde-vamos/</a>
“Uma calamidade silenciosa”	18/06/16	<b>Reportagem</b>	<a href="http://thinkolga.com/2016/06/28/uma-calamidade-silenciosa/">http://thinkolga.com/2016/06/28/uma-calamidade-silenciosa/</a>
“As mulheres com deficiência, o silêncio e a violência”	19/02/16	Artigo	<a href="http://thinkolga.com/2016/02/19/as-mulheres-com-deficiencia-o-silencio-e-a-violencia/">http://thinkolga.com/2016/02/19/as-mulheres-com-deficiencia-o-silencio-e-a-violencia/</a>
“73% das mulheres que estão conectadas já sofreram violência online”	15/10/15	<b>Reportagem</b>	<a href="http://thinkolga.com/2015/09/25/73-das-mulheres-que-estao-conectadas-ja-sofreram-violencia-online/">http://thinkolga.com/2015/09/25/73-das-mulheres-que-estao-conectadas-ja-sofreram-violencia-online/</a>
“Sem consentimento? Sem sexo”	25/01/15	<b>Reportagem</b>	<a href="http://thinkolga.com/2015/01/21/sem-consentimento-sem-sexo/">http://thinkolga.com/2015/01/21/sem-consentimento-sem-sexo/</a>
“As vezes em que a Copa foi cruel com elas”	27/06/14	Artigo	<a href="http://thinkolga.com/2014/06/27/copa-foi-cruel-mulheres/">http://thinkolga.com/2014/06/27/copa-foi-cruel-mulheres/</a>
“FAQ Jurídico: violência virtual”	01/04/14	Texto informativo de FAQ	<a href="http://thinkolga.com/2014/04/01/f-a-q-juridico-violencia-virtual/">http://thinkolga.com/2014/04/01/f-a-q-juridico-violencia-virtual/</a>
“Eles não nos querem aqui”	14/08/14	<b>Reportagem</b>	<a href="http://thinkolga.com/2014/08/07/eles-nao-nos-querem-aqui/">http://thinkolga.com/2014/08/07/eles-nao-nos-querem-aqui/</a>
“No carnaval, assédio não pode ser fantasia”	27/02/14	Artigo	<a href="http://thinkolga.com/2014/02/27/no-carnaval-assedio-nao-pode-ser-fantasia/">http://thinkolga.com/2014/02/27/no-carnaval-assedio-nao-pode-ser-fantasia/</a>
“O retrato da violência nas buscas online”	19/02/14	<b>Reportagem</b>	<a href="http://thinkolga.com/2014/02/19/violencia-buscas-online/">http://thinkolga.com/2014/02/19/violencia-buscas-online/</a>
“A internet não gosta das mulheres”	23/01/14	Entrevista	<a href="http://thinkolga.com/2014/01/23/a-internet-nao-gosta-das-mulheres/">http://thinkolga.com/2014/01/23/a-internet-nao-gosta-das-mulheres/</a>
“No Rio, abuso sexual e de autoridade”	08/10/13	Notícia	<a href="http://thinkolga.com/2013/10/08/no-rio-abuso-sexual-e-de-autoridade/">http://thinkolga.com/2013/10/08/no-rio-abuso-sexual-e-de-autoridade/</a>
“Precisamos falar sobre estupro”	02/08/13	<b>Reportagem</b>	<a href="http://thinkolga.com/2013/08/02/precisamos-falar-sobre-estupro/">http://thinkolga.com/2013/08/02/precisamos-falar-sobre-estupro/</a>
“Não me chame de gostosa”	22/07/13	Entrevista	<a href="http://thinkolga.com/2013/07/22/marina-santa-helena/">http://thinkolga.com/2013/07/22/marina-santa-helena/</a>
“Você não está sozinha”	14/05/13	Artigo	<a href="http://thinkolga.com/2013/05/14/voce-nao-esta-sozinha/">http://thinkolga.com/2013/05/14/voce-nao-esta-sozinha/</a>

As matérias podem ser divididas entre as seguintes classificações: onze (11) reportagens, seis (6) artigos (a maioria com dados), quatro (4) entrevistas, uma (1) notícia e um (1) texto informacional de FAQ (sigla para *Frequently Asked Questions*, ou “Perguntas Mais Frequentes”). Foram escolhidos para a análise apenas os textos que se encaixam no gênero “reportagem”. O recorte escolhido para análise contempla o período que vai desde o início do surgimento do site, em abril de 2013, até abril de 2017, totalizando quatro anos de atividade do portal. Do ponto de vista metodológico, este estudo leva em conta a temática, o gênero, os critérios de noticiabilidade, a linguagem e a coerência em relação ao que o Minimanual de Jornalismo Humanizado propõe para a cobertura jornalística. A tabela abaixo inclui as reportagens que serão analisadas:

### Quadro 2: Reportagens sobre violência contra a mulher

Título da reportagem	Data	Gênero	Link
“Relacionamento abusivo e televisionado”	12/04/17	Reportagem	<a href="http://thinkolga.com/2017/04/12/relacionamento-abusivo-e-televisionado/">http://thinkolga.com/2017/04/12/relacionamento-abusivo-e-televisionado/</a>
“Chamam as mulheres de loucas, mas já tentou rejeitar um homem?”	20/02/17	Reportagem	<a href="http://thinkolga.com/2017/02/20/chamam-as-mulheres-de-loucas-mas-ja-tentou-rejeitar-um-homem/">http://thinkolga.com/2017/02/20/chamam-as-mulheres-de-loucas-mas-ja-tentou-rejeitar-um-homem/</a>
“Combate à cultura do assédio: por que devemos registrar a ‘cantada’ de rua na delegacia”	17/11/16	Reportagem	<a href="http://thinkolga.com/2016/11/17/combate-cultura-do-assedio-por-que-devemos-registrar-cantada-de-rua-na-delegacia/">http://thinkolga.com/2016/11/17/combate-cultura-do-assedio-por-que-devemos-registrar-cantada-de-rua-na-delegacia/</a>
“Mulheres de impacto: unidas contra a violência doméstica”	23/08/16	Reportagem	<a href="http://thinkolga.com/2016/08/23/mulheres-de-impacto-solidariedade-entre-mulheres-com-inovacao/">http://thinkolga.com/2016/08/23/mulheres-de-impacto-solidariedade-entre-mulheres-com-inovacao/</a>
“Dez anos da Lei Maria da Penha depois, para onde vamos?”	12/08/16	Reportagem	<a href="http://thinkolga.com/2016/08/12/dez-anos-da-lei-maria-da-penha-depois-para-onde-vamos/">http://thinkolga.com/2016/08/12/dez-anos-da-lei-maria-da-penha-depois-para-onde-vamos/</a>
“Uma calamidade silenciosa”	18/06/16	Reportagem	<a href="http://thinkolga.com/2016/06/28/uma-calamidade-silenciosa/">http://thinkolga.com/2016/06/28/uma-calamidade-silenciosa/</a>
“73% das mulheres que estão conectadas já sofreram violência online”	15/10/15	Reportagem	<a href="http://thinkolga.com/2015/09/25/73-das-mulheres-que-estao-conectadas-ja-sofreram-violencia-online/">http://thinkolga.com/2015/09/25/73-das-mulheres-que-estao-conectadas-ja-sofreram-violencia-online/</a>
“Sem consentimento? Sem sexo”	25/01/15	Reportagem	<a href="http://thinkolga.com/2015/01/21/sem-consentimento-sem-sexo/">http://thinkolga.com/2015/01/21/sem-consentimento-sem-sexo/</a>
“Eles não nos querem aqui”	14/08/14	Reportagem	<a href="http://thinkolga.com/2014/08/07/eles-nao-nos-querem-aqui/">http://thinkolga.com/2014/08/07/eles-nao-nos-querem-aqui/</a>
“O retrato da violência nas buscas online”	19/02/14	Reportagem	<a href="http://thinkolga.com/2014/02/19/violencia-buscas-online/">http://thinkolga.com/2014/02/19/violencia-buscas-online/</a>
“Precisamos falar sobre estupro”	02/08/13	Reportagem	<a href="http://thinkolga.com/2013/08/02/precisamos-falar-sobre-estupro/">http://thinkolga.com/2013/08/02/precisamos-falar-sobre-estupro/</a>

A primeira reportagem, “**Relacionamento abusivo e televisionado**”, trabalha a temática de relações abusivas entre casais heterossexuais, utilizando como gancho a relação entre dois participantes do reality show Big Brother Brasil em sua edição mais recente. Emily Araújo e Marcos Harter se envolveram durante o programa e, ao longo da

temporada, o público notou comportamentos abusivos de Marcos em relação a Emily. Após uma considerável pressão pública a favor da investigação do caso e da expulsão de Marcos, o participante foi removido do programa e foram tomadas algumas providências formais de investigação.

O texto é assinado pelo codinome Think Olga, sendo portanto impossível especificar qual das colaboradoras do site é a autora. Nele, o assunto é retratado através de uma perspectiva opinativa, mas simultaneamente apresenta características jornalísticas, como o uso de dados e a construção do texto argumentativo. A opinião no texto pode ser identificada em trechos como “Por isso é tão importante que Emily tenha podido contar com um público que meteu a colher [...]”, “com o apoio de Vivian Amorim, que de forma madura e sensata, está ajudando Emily [...]” e “Não somos desesperançosas quanto à punição dos agressores.”. Há um posicionamento claro quanto ao que se aborda no texto, uma visão crítica ao tipo de relacionamento pontuado na matéria.

Ao optar pela expressão “público que meteu a colher”, a autora faz uma alusão ao dito popular “em briga de marido e mulher não se mete a colher”, o que enfatiza a intervenção. Se neste trecho a autora escrevesse, por exemplo, “contar com um público que condenou a relação”, a crítica ao relacionamento abusivo não seria tão enfática; a alusão ao ditado dá força à crítica da autora.

As adjetivações em “de forma madura e sensata” denotam também a opinião da autora a respeito não somente das ações da participante Vivian mas também do que, para ela, significam os termos “maturidade” e “sensatez”. No mesmo parágrafo deste trecho, a autora coloca uma frase dita por Vivian a Emily: “Não precisa ter intenção de machucar. Agressão é agressão”. De acordo com a construção do texto, essa frase ilustra o que é se posicionar de maneira madura e sensata.

O trecho “não somos desesperançosas quanto à punição dos agressores” denota dois pontos relevantes sobre a opinião: a) o uso da conjugação “somos”, que cria um grupo, composto provavelmente pelas mulheres da Think Olga, já que na frase seguinte há um hiperlink para outra matéria do veículo; b) a opção pela palavra “desesperançosas” diz respeito à uma expectativa clara da autora, de que é necessária uma punição, e à expectativa que os leitores da Think Olga têm quanto ao posicionamento do veículo.

A reportagem é coerente em relação ao que é proposto pelo manual. Em nenhum momento a autora se refere a Marcos como “namorado” ou outro termo que romantize o

participante ou atenuar suas agressões a Emily – Marcos é mencionado pelo nome ou pelo termo “agressor”. Não há tentativas de justificar as agressões sofridas nem de culpar Emily pela situação. A escrita foge dos estereótipos de que, de alguma forma, “a vítima motivou a reação dele”.

No 6º parágrafo, há um exemplo de como o texto segue o que é proposto no minimanual de jornalismo humanizado. A autora critica o posicionamento da emissora quando diz que, neste caso, a Globo agiu de modo diferente do passado, quando houve uma situação parecida, “porém ainda considera ‘supostas’ as agressões que foram registradas por câmeras”. Há uma crítica coerente ao manual: ao tratar como “supostas” as agressões, a emissora suaviza o ocorrido, questiona a agressão sofrida pela vítima e, indiretamente, se posiciona ao lado do agressor. A problematização desse posicionamento denota uma preocupação com o jornalismo humanizado.

Ainda, há elementos jornalísticos interessantes no texto. O uso do infográfico sobre violência de gênero, traduzido da Amnistia Internacional Madrid, ilustra de forma didática alguns problemas sofridos pelas mulheres em decorrência de seu gênero. A construção textual é bastante jornalística, com contextualização, exemplos e argumentos em favor de uma ideia. Falta, contudo, o uso de fontes: psicólogos, assistentes sociais e/ou mulheres que viveram relacionamentos abusivos.

A segunda reportagem, “**Chamam as mulheres de loucas, mas já tentou rejeitar um homem?**”, desconstrói alguns estereótipos de gênero e trabalha as ameaças sofridas por mulheres, feitas por homens com os quais elas terminaram um relacionamento ou não quiseram se relacionar. De maneira mais impessoal em relação à reportagem anterior, o texto se encaixa mais no padrão tradicional de jornalismo, buscando a objetividade. A autoria é de Luíse Bello, colaboradora da Think Olga, que também assina outras matérias analisadas posteriormente neste trabalho.

Embora este texto seja mais objetivo e formal, pode-se observar a opinião da autora nas entrelinhas do texto, desde a escolha da pauta até os termos e expressões utilizados na argumentação. O trecho “[...] as histórias de homens que passaram a perseguir, ameaçar e perturbar a vida de parceiras que os rejeitaram são a prova de que essa fama é, pra dizer o mínimo, injusta” denota a opinião da autora quando à fama de que “mulheres são emocionalmente descontroladas”. A expressão “no mínimo” e o

adjetivo “injusta” implicam uma subjetividade ao tema. A afirmação sobre o descontrole emocional das mulheres foi feita sem aspas, o que confere à frase a opinião da autora.

Outro exemplo de opinião implícita no texto é o trecho “[...] esses espaços estão repletos de pessoas que acreditam na velha, desgastada e violenta ideia de que mulheres não têm o direito de dizer ‘não’.”. Todos os adjetivos conferem uma opinião, mas em especial o termo “desgastada” emplaca um juízo negativo feito por Luíse Bello quanto à ideia.

Em termos jornalísticos, a reportagem apresenta dados relevantes sobre violência contra a mulher obtidos no Mapa da Violência 2015 e no Balanço 2014 do Ligue 180 – Central de Atendimento à Mulher. Isto está apresentado nos trechos “O Brasil é o quinto país com maior taxa de feminicídios de acordo com o Mapa da Violência 2015: Homicídios de Mulheres no Brasil. O estudo também revela que 33,2% dessas mortes são cometidas por parceiros ou ex-parceiros e que 55,3% desses crimes foram cometidos no ambiente doméstico” e “[...] o Balanço 2014 do Ligue 180 – Central de Atendimento à Mulher aponta que mais de 80% dos casos de agressão reportados têm homens (com quem as vítimas têm ou tiveram algum vínculo afetivo) como algozes.”.

A autora pontua também um artigo da lei: “O Brasil considera a prática de *stalking*, que é o termo em inglês para a perseguição insistente de uma pessoa, como uma contravenção penal, nos termos do artigo 65, da Lei de Contravenções Penais, Decreto-lei nº 3.688/41, ex vi: Art 65, que afirma: ‘Molestar alguém [...]’. Há, ainda, o depoimento de duas mulheres – a publicitária Thais Padilha e uma jovem não identificada, nomeada D. Ambas cederam entrevistas e personificam a matéria.

Quanto ao minimanual de jornalismo humanizado, a matéria também está de acordo. No trecho “É nesse momento que comportamentos abusivos, já presentes ou não [...]”, o termo “abusivo” faz diferença ao caracterizar determinadas atitudes; se Luíse Bello tentasse abordar de maneira mais “sutil”, empregando termos como “comportamentos exagerados”, poderia amenizar a gravidade do problema, o que vai contra a proposta do manual. O uso de dados, mencionado anteriormente, é encorajado pelo manual, para que leitoras tenham mais informações sobre o tema.

O manual sugere também a divulgação de informações de denúncia, o que é feito na reportagem ao mencionar o Ligue 180 – Central de Atendimento à Mulher e, no final do texto, a campanha “Manda Prints”, da Think Olga, que atenta à importância de

denunciar casos de violência online. A menção à campanha está no trecho “PS: Nossa campanha Manda Prints foi criada para educar mulheres vítimas de violência online sobre as maneiras mais seguras e eficazes de denunciar as agressões que sofrem nesses ambientes.”. Na sequência, há um hiperlink para a página da campanha. Novamente há, nesses exemplos, a utilização de critérios de construção inovadores, ilustrados pelo que o manual sugere.

A terceira reportagem, uma das mais reconhecidas da Think Olga, é **“Combate à cultura do assédio: por que devemos registrar a ‘cantada’ de rua na delegacia”**. Seu reconhecimento se deu pela referência à enorme campanha “Chega de Fiu Fiu”, criada pela própria Think Olga. A matéria aborda, em linhas gerais, o assédio moral e sexual sofrido pelas mulheres e a importância de denunciar os casos mesmo quando parecem banais. O texto é bastante completo e jornalístico, semelhante ao anterior, mas sem omitir opiniões em relação ao tema.

O texto é assinado por “Think Olga” e deixa alguns posicionamentos claros, como no trecho: “A questão, obviamente, era sobre homens se acharem no direito de invadir o espaço pessoal [...]”. O advérbio “obviamente” dá um tom opinativo, em que a autora considera evidente uma questão. A situação do texto é um homem que assediou uma mulher no elevador do prédio em que ela morava e ela entrou com uma ação na justiça contra ele; a preocupação da vítima era que o assediador pensasse que a ação fora por ela ter ficado brava de ter sido confundida com uma prostituta. Dito isto, o que a autora afirma como óbvio é que a questão não era ser confundida com uma prostituta, mas sim ter seu espaço invadido. De qualquer forma, para alguns isso pode não ser óbvio, então o uso do termo “obviamente” transmite a visão da autora.

A opinião também aparece em outros trechos, mesmo informativos, como “Embora não seja obrigatório estar acompanhada de advogada, aconselhamos fortemente, pois sabemos que o ambiente de delegacia tende a ser altamente revitimizador”. O uso da 1ª pessoa do plural em “aconselhamos” e “sabemos”, referente à equipe da Think Olga, a expressão “aconselhamos fortemente” exprime um posicionamento claro da equipe e um conselho sobre o que a leitora deve fazer. O posicionamento da equipe também aparece no trecho “E nós da Think Olga ficamos muito felizes com o reconhecimento!”, sobre a sugestão de doar um valor para a Campanha como punição para o assediador.

O viés informativo vem em outras passagens, embora sempre intercalado com frases opinativas. A reportagem conta a história de uma personagem, nomeada ficticiamente como Fernanda; o recurso de ter um personagem em matérias jornalísticas tem sido bastante utilizado nos últimos anos. Há também menção a artigos da Constituição, referentes aos níveis de assédio, e entrevistas com as advogadas Ana Paula Braga e Marina Ruzzi sobre como proceder em casos de assédio.

Em relação à escrita humanizada, a matéria mostra a preocupação com utilizar os termos exatos em relação a cada problemática apontada: o uso de termos como “assédio”, “assediada”, “agressor”, “assediador” são escolhidos para dar o tom exato ao problema – não foram “cantadas” ou “elogios”, mas sim invasão de espaço e desrespeito. Isto está presente em trechos como: “O agressor aceitou a proposta e assinou um termo se comprometendo a não cometer assédio mais uma vez, caso contrário, será aberto um processo contra ele”.

A quarta matéria analisada é **“Mulheres de impacto: unidas contra a violência doméstica”**, assinada pela jornalista Gabriela Loureiro. O texto retrata a criação de um aplicativo, chamado Mete a Colher, que reúne mulheres voluntárias a ajudar mulheres vítimas de violência doméstica e/ou que estejam em um relacionamento abusivo. O aplicativo coloca essas mulheres em contato e permite que as vítimas desabafem e procurem ajuda para sair dos relacionamentos. A reportagem conta também que as conversas são criptografadas e o cadastro só é permitido a mulheres.

Por se tratar de uma matéria informativa sobre o aplicativo e a ideia de ajudar mulheres em situação de risco, não foram encontradas frases que deixem, explícita ou implicitamente, a opinião da autora. A reportagem possui dados e informações sobre a violência contra a mulher no Brasil e também sobre o funcionamento do aplicativo, o que a torna bastante completa no aspecto jornalístico.

Pode-se inferir que um posicionamento da autora aparece na colocação dos dados. Gabriela Loureiro utiliza os números de violência contra a mulher de maneira a defender uma ideia clara: “Por um lado, a violência doméstica é um problema endêmico no Brasil, onde 19% da população feminina com 16 anos ou mais já sofreu alguma agressão, sendo que 31% dessas mulheres são obrigadas a continuar convivendo com o agressor, segundo uma pesquisa do Senado Federal” e “Por outro, denunciar o agressor não é fácil quando a violência parte de alguém com quem a vítima mantém relações íntimas”.

Embora os dados sejam objetivos em relação aos acontecimentos, a construção textual (“problema endêmico”) da autora reafirma as informações que os dados trazem. Além do uso de dados, as entrevistas com a desenvolvedora Lhais Rodrigues e a designer Aline Silveira dão um tom informativo e jornalístico, com explicações a mais do que já havia no texto.

A escrita humanizada aparece em alguns trechos, de acordo com o que propõe o manual. No segundo trecho destacado no parágrafo acima, quando a autora opta por “relações íntimas”, o valor afetivo das relações é diminuído em relação ao termo “relações amorosas”, por exemplo. Relações íntimas não necessariamente pressupõe que haja envolvimento amoroso ou afetivo. Isso é pontuado na parte 1 do Minimanual de Jornalismo Humanizado, no tópico “Não romantizar o ato”. Também o uso da expressão “relacionamento abusivo”, que é relativamente recente, retrata o cuidado com uma situação delicada, pois não se trata de uma relação comum, mas sim um cenário em que uma das partes sofre sistematicamente, com agressões psicológicas ou físicas.

A matéria **“Dez anos da Lei Maria da Penha depois: para onde vamos?”**, quinto texto analisado, trata do aspecto jurídico no tema da violência contra a mulher. A reportagem mostra que o problema não foi resolvido apenas com a criação da lei e que ainda é necessário pressão para que a lei seja implementada completamente. A autora Gabriela Loureiro aborda também outras leis e projetos em andamento referentes à violência contra a mulher, apontando quais são positivas e quais são negativas em relação ao tema.

A opinião da autora aparece em trechos como “[...] o aniversário de uma década de existência da Lei Maria da Penha merece comemoração e também um olhar apurado e crítico para garantir que o Brasil continue no caminho certo.” e “[...] principais projetos de lei, políticas públicas e leis voltados ao combate à violência contra a mulher que merecem a atenção das mulheres, para o bem e para o mal.”. Tanto a frase “continue no caminho certo” quanto “para o bem e para o mal” denotam a opinião da autora sobre o que é certo, bom ou ruim em relação à violência contra a mulher. Embora as colocações da autora sigam o que é proposto como correto pelos Direitos Humanos, não deixam de transparecer a opinião dela.

No aspecto informativo, o texto utiliza dados institucionais e fontes como Leila Linhares e Aline Yamamoto, uma ligada à ONG CEPIA (Cidadania, Estudo, Pesquisa,

Informação e Ação) e outra à Secretaria de Políticas para as Mulheres da Presidência da República. A entrevista com fontes traz o viés informativo e acrescenta pontos importantes à reportagem.

Além da própria temática e do viés crítico à Lei Maria da Penha e às demais leis relacionadas ao assunto, a escrita humanizada caracteriza uma preocupação social com o problema da violência doméstica no Brasil. Ao tratar a Lei do Feminicídio, a autora explica o que é feminicídio e a importância de especificar este tipo de assassinato. É necessário nomear “feminicídio” os casos de assassinato de mulheres por causa do gênero, já que a causa do homicídio é exclusivamente o fato de a vítima ser mulher. Tratar apenas como homicídio é ignorar a verdadeira causa e ignorar o problema grave que é o assassinato de mulheres.

Desta forma, a autora segue o jornalismo humanizado em sua reportagem. Outro exemplo positivo da Think Olga nessa matéria é o uso da expressão “estupro coletivo” para retratar o caso de uma jovem que foi estuprada por 33 homens no Rio de Janeiro. O Minimanual ressalta no tópico “estupro não é sexo” a importância de nomear um ato sexual forçado como “estupro”, o que a autora o faz corretamente no trecho “Depois do caso de estupro coletivo de uma jovem no Rio de Janeiro este ano, o texto foi rapidamente aprovado [...]”.

A sexta reportagem analisada para este trabalho é “**Uma calamidade silenciosa**”, texto que retrata a situação do estupro no Brasil. Assinada por Luíse Bello, a matéria é dividida entre os intertítulos “Na cultura”, “Na sociedade”, “No mercado de trabalho” e “No estado”. A autora detalha características e situações que ajudam a compor o que nomeia de “cultura do estupro”, um termo recente e bastante utilizado pelo movimento feminista para tratar de uma série de fatos sociais que colocam a mulher em posição de vulnerabilidade e reforçam-na ao longo da vida.

O texto contém trechos com opinião da autora, como “mas nos orgulhamos infinitamente de ter iniciado essa conversa com séculos de atraso”; a utilização da 3ª pessoa em “nos orgulhamos” denota a existência de um grupo, a Think Olga, e simultaneamente mostra um sentimento desse grupo em relação a algo – no caso, uma relação de orgulho pela participação em um debate. A expressão “séculos de atraso” também explicita a opinião da autora em relação a um tema, o qual ela aparentemente coloca como urgente.

O posicionamento de Luíse Bello aparece em outro momento, no trecho “A lei que dispõe sobre o crime de assédio sexual é insuficiente para proteger as vítimas, especialmente as mulheres. Ela diz: ‘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’ e determina pena de 1 a 2 anos. Só isso. Apenas isso.”. O comentário final dela sobre a punição dada (“Só isso. Apenas isso.”) confere ao texto indignação e dramaticidade em relação à lei.

Ao mesmo tempo, há uma quantidade considerável de dados e informações no texto, o que reforça a ideia de que os textos da Think Olga podem ser reportagens opinativas. Bello frequentemente utiliza pesquisas de fontes variadas e contextualiza o assunto com muitos acontecimentos do Brasil e do mundo. Os trechos “Segundo estudo realizado pela Child Fund Alliance, as perdas econômicas globais causadas pela violência contra crianças chegam a 21 trilhões de reais.” e “Segundo pesquisa realizada pelo Coletivo das Mulheres do Sindicato dos Jornalistas do Distrito Federal (SJPDF), 77,9% das jornalistas ter sofrido algum tipo de perseguição por parte de colegas ou chefes diretos e 70% já sofreu assédio moral ou sexual.” Mostram o uso de dados confiáveis, o que torna o jornalismo mais limpo.

Os trechos “Quando a estagiária de jornalismo do iG denunciou o assédio que sofreu ao entrevistar o cantor Biel, inicialmente o portal mostrou ao seu lado, publicando sua história e afirmando que estaria ao seu lado.” e “Laura Hilgers acompanhou o doloroso processo que sua filha Willow viveu após ter sido estuprada por um colega de faculdade.”, nos quais a autora desenvolve histórias reais, ajudam a ilustrar a argumentação que Bello constrói durante a reportagem.

Ainda, em relação ao que é proposto no Minimanual de jornalismo humanizado, a autora segue as recomendações de uma escrita cuidadosa para não reforçar preconceitos e senso comum. O uso dos termos “assédio”, “violência”, “abuso”, “vítima” para dimensionar corretamente as situações citadas pela autora, como em “Ainda que o estupro seja tão prevalente na mídia e em número de casos, as vítimas que assim se assumem frequentemente são socialmente isoladas.”. Todos os crimes de gênero abordados – feminicídio, estupro, violência contra a mulher – são assim tratados, com a sobriedade necessária.

A reportagem **“73% das mulheres que estão conectadas já sofreram violência online”**, sétima reportagem analisada, trata dos insultos e críticas de gênero que as mulheres enfrentam na internet. O texto utiliza como base um levantamento sobre violência cibernética feito pela Comissão de Banda Larga da ONU. A matéria foi resultado de uma parceria entre a Think Olga e a Rádio ONU em Português, visando divulgar conteúdos relacionados a gênero. O texto oferece um hiperlink que direciona ao site da ONU, no qual se pode ouvir a matéria da Rádio ONU.

Este texto, assinado por Think Olga, é bastante informativo e pouco impactante, não apresenta a opinião presente em adjetivos ou expressões impactantes. É fundamentado basicamente em dados obtidos do levantamento feito pela ONU nas citações de fontes oficiais como Nadine Gasman, então representante da ONU Mulheres no Brasil, e Helen Clark, administradora do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). A escrita é bastante objetiva e pouco se observa sobre a opinião da autora sobre o assunto; pode-se inferir, apenas, que a própria seleção da pauta já mostra um posicionamento ideológico preocupado com a violência online que as mulheres vivenciam.

Novamente, a escrita humanizada e a preocupação com informações didáticas e acessíveis são coerentes com o Minimanual e tornam o texto humanizado. As nomeações “violência online” e “violência cibernética”, termos específicos e atuais, denotam a preocupação em tratar a questão como um crime, particularmente crime de gênero que ocorre em um ambiente singular, com pouca ou nenhuma regulamentação. Essa menção ocorre, por exemplo, na passagem “O relatório do grupo de trabalho da ONU alerta para a necessidade de mais investimentos para prevenir a violência cibernética. Esse dinheiro deve ser usado para sensibilizar o público, implementar técnicas de segurança e deter criminosos por meio de medidas legais e regulatórias.”

A fala de Nadine Gasman, fonte entrevistada, é bastante esclarecedora em relação à violência online. A explicação se encaixa na descrição “Aproveitar o espaço para trazer mais informações sobre violência contra a mulher”, presente na parte 1 do Minimanual de Jornalismo Humanizado. Nadine exemplifica a violência online no trecho: “Essa violência na internet pode ser a humilhação, a ofensa, a ameaça online, a publicação de mensagens e imagens íntimas, a invasão da privacidade, o preconceito, a intolerância na rede. Isso nos preocupa muito, porque a internet é parte de nossa realidade dia a dia. E mesmo que seja virtual, que não pareça ser real, é parte de nossa realidade.”

Na sequência, a reportagem “**Sem consentimento? Sem sexo**”, oitava estudada, segue o caminho contrário da anterior. Também assinada por Think Olga, a matéria apresenta um número muito maior de trechos com opiniões e intenções subjetivas, além de uma escrita um pouco mais informal. É um texto informativo, porém com características que fogem à objetividade e neutralidade características do jornalismo da grande mídia.

A linguagem de certo modo se assemelha à dos textos de blogs não jornalísticos, com traços de coloquialidade: “A fronteira entre estupro e sexo ainda está embaçada na cabeça de muita gente.”, “Pra se ter uma ideia [...]”, “[...] ou seja, VOCÊ quer mesmo que isso aconteça” etc. Esses trechos denotam um linguajar pouco comum em textos jornalísticos, o qual se parece mais com uma conversa. Há opinião expressa em algumas frases do texto, como “Sexo é pra ser divertido e empoderador”.

A autora lista seis mitos (ideias do senso comum) relacionados à violência sexual e argumenta, logo abaixo de cada afirmação, porque aquilo se configura como um mito. A linguagem apresentada nesse momento do texto apresenta algumas opiniões, aparentemente para ser irônica e mais didática: ela utiliza termos comumente usados em argumentações sobre a violência sexual, como “tarados malucos”, em “Mito 1 – Estupro só acontece em vielas escuras e são cometidos por tarados malucos que vivem atrás de moitas”, e “bestas selvagens” em “Os homens (que geralmente são os aqueles percebidos como perpetradores desse tipo de violência) não são bestas selvagens [...]”.

Há poucos elementos informativos no texto; não há entrevistas com fontes, oficiais ou oficiosas, nem dados de pesquisas. A autora menciona um projeto e um exemplo real, ambos relacionados a violência sexual. Embora seja didática e traga argumentos consistentes em relação a estupro e sexo, a matéria apresenta desfalque em dados e citações que deem ênfase ao que se defende.

O jornalismo humanizado, no entanto, está bem representado nesta reportagem. Não há romantização de atos sexuais sem consentimento nem julgamento das vítimas. A desconstrução dos mitos em torno da violência sexual compõe um cenário de jornalismo humanizado, que visa fugir de estereótipos que a mídia reforça em coberturas sobre o tema (por exemplo, que a vítima tem um perfil “mais propício”, porque apresenta determinado comportamento). Em seguida, há um trecho da reportagem no qual a autora faz um “passo a passo” de como consentir e obter consentimento, que é colocado em

tópicos. Pode-se afirmar que essa preocupação didática em informar o que é consentimento ajuda a fundamentar um jornalismo humanizado.

A nona reportagem analisada foi **“Eles não nos querem aqui”**, assinado por Think Olga. Aborda de modo amplo a violência cibernética sofrida pelas mulheres, nas redes sociais, em jogos online e outros espaços virtuais em que se posicionem. A autora deixa algumas opiniões implícitas na construção do texto, como “Qualquer exposição na net pode resultar em xingamentos, críticas tresloucadas à aparência [...]” e “O Twitter também é tão leviano quando se trata dessas questões [...]”. Os adjetivos “tresloucadas” e “leviano” indicam, respectivamente, a indignação da autora quanto à natureza das críticas e quanto ao posicionamento da rede social Twitter.

Em relação a dados e citações informativas, o texto é relativamente completo. Há a entrevista com a fonte oficiosa Marta Trzcinska, advogada especialista em direitos das mulheres e o uso de dados retirados de pesquisas, como em “Em 2006, pesquisadores da Universidade de Maryland criaram vários perfis falsos em salas de bate-papo. Usuários com nomes femininos receberam, em média, 100 mensagens violentas e de cunho sexual por dia. Usuários com nomes masculinos, apenas 3,7.”. Ainda, há a ilustração feita com exemplos reais, como no trecho “Lauren Mayberry, da banda escocesa Chvrches, escreveu um depoimento para o The Guardian sobre a ocasião quando, pela página oficial da banda, tentou abordar o assunto das mensagens sexistas e inconvenientes direcionadas a ela.”.

O jornalismo humanizado fica evidente, como na maioria dos textos, na escolha dos termos e expressões para dispor uma ideia. Por exemplo, o trecho “Não é clara, por exemplo, a estratégia de combate à misoginia do Facebook, plataforma que agrega muitas páginas sexistas e até mesmo criminosas”: as palavras “misoginia” e “sexista” são bastante específicas em relação ao seu significado, e a opção por elas denota a preocupação em não deixar ambíguo ou brando o significado desses problemas. Ainda, o trecho “saiba como agir se você for vítima de violência online”, que direciona para um link do próprio site (o texto FAQ Jurídico: violência online), encaixa-se no tópico final do Minimanual de Jornalismo Humanizado, em que é proposto “aproveitar o espaço para trazer mais informações sobre a violência contra a mulher”.

Em seguida, a décima reportagem, **“O retrato da violência nas buscas online”**, trabalha a temática do interesse do público pela violência, especialmente a voltada ao sexo feminino. Escrita em 1ª pessoa e assinada por Think Olga, a reportagem conta a

surpresa da autora ao encontrar termos de busca relacionados a crimes, como estupro e assédio, enquanto checava as estatísticas do site da Olga. Como o título sugere, é um retrato, com características simples e mais “estático”, com pouco aprofundamento. É um texto mais curto, de pouco desenvolvimento e sem intertítulos. Também possui traços mais delineados de opinião por ser escrito em 1ª pessoa.

Esses traços podem ser percebidos em trechos como “E qual não foi a minha infeliz surpresa quando notei [...]”, “De lá para cá, fui colecionando as barbaridades que ali apareciam [...]”. O adjetivo “infeliz” antes de surpresa denota de maneira específica o que ela sente em relação às buscas virtuais que ilustrem alguns crimes. Poderia parecer óbvio que ela sentiria algo negativo em relação a buscas como “pior estupro visto”, frase citada na reportagem; no entanto, se há pessoas que buscam tal tipo de conteúdo na internet, o fato de ela expressar sua surpresa como “infeliz” torna-a diferente dos usuários das buscas e, portanto, mostra uma opinião própria.

O adjetivo “barbaridades” também funciona de forma análoga no texto: de maneira “neutra”, a autora poderia ter optado pelos termos “acontecimentos”, “ocorridos”, “termos de busca” e outros sinônimos genéricos que simbolizassem as frases buscadas na internet. No entanto, a autora optou não por neutralizar ou atenuar o significado do que foi encontrado por ela nas estatísticas do site, mas sim dar ênfase aos termos de busca como algo negativo e cruel.

Há traços jornalísticos no texto, embora poucos em relação a outros textos já analisados. A autora menciona um projeto nomeado Women Under Siege (“Mulheres que abaixam o cerco”, em tradução livre), que combate o estupro em zonas de conflito e, além de mencioná-lo, usa sua diretora Lauren Wolfe como fonte em um parágrafo. No entanto, parece que os dizeres de Lauren foram tirados de outro lugar, e não foram cedidos diretamente à Think Olga, pois ao fim do parágrafo a fonte é mencionada da seguinte forma: “[...] mal se contém’, escreveu Lauren Wolfe, diretora do Women Under Siege. Não é dito onde ela escreveu ou para quem cedeu a entrevista.

Ainda, o jornalismo humanizado é bastante evidente nesta reportagem. Como em quase todas as reportagens analisadas anteriormente, a escolha por termos exatos, que não atenuem ou diminuam crimes já concretos e com as práticas claras, é uma opção editorial humanizada: “assédio”, “estupro”, “pedofilia”, “agressão”, entre outros. Logo no início do texto, abaixo do título e das informações gerais (seção, data e autora), há entre chaves

o aviso “ATENÇÃO: Post com linguagem explícita de violência”. Embora pareça preciosismo, este aviso explicita a preocupação do veículo com o conforto e bem-estar das leitoras, mesmo quando vai tratar de um assunto delicado.

Leitoras que já foram vítimas de alguma das violências mencionadas durante a reportagem (estupro, assédio, pedofilia) poderiam se sentir mal ou ter gatilhos psicológicos ativados ao ler os trechos de busca, que são escritos de maneira explícita e bastante ofensiva, como “contos humilhantes de estupro”, “minha mulher me deu de presente sua irma novinha para mim comer na frente dela” e “passando a mão na buceta da safada dentro de ônibus”. Desta forma, ao avisar logo de início que a reportagem mostra esse tipo de conteúdo, fica clara uma preocupação em fazer um jornalismo que não desconsidera fatores psicológicos da leitora ou do leitor.

A autora também explica de modo crítico o termo “novinhas”, bastante utilizado nas buscas: “Há ainda citações de pedofilia: as “novinhas” com que fantasiam são, na verdade, crianças de 10, 11 anos”. A crítica feita pela autora possui grande função social, pois alerta contra o abuso infantil e pode, mesmo que indiretamente, estimular uma reflexão na leitora ou leitor do site. Isso está encaixado dentro do que propõe o jornalismo humanizado da Think Olga. Conforme consta na Parte I do Minimanual de Jornalismo Humanizado (OLGA, 2016), o jornalismo deve se atentar ao que afirma, pois:

“O papel dos veículos de comunicação é fundamental na construção da cultura de um país. O jornalismo, em especial, por sua posição de confiança e virtude informativa, é capaz de legitimar discursos e práticas concomitantemente à transmissão de notícias. É por essa capacidade que salientamos a importância de um jornalismo livre de preconceitos, ainda que aqueles que estão por trás dos furos não o sejam.” (p. 5)

A décima primeira e última reportagem analisada é “**Precisamos falar sobre estupro**”, assinada por Think Olga e voltada para a temática da violência sexual. O viés do texto é em maior parte político, trazendo projetos de leis e acontecimentos da política nacional relativos ao tema. A autora inicia o texto com a aprovação da lei que obriga os hospitais do SUS a prestar atendimento às vítimas de violência sexual, acontecimento feito pela ex-presidenta Dilma Rousseff em 1º de Agosto de 2013. Em seguida, apresenta e critica comentários feitos pela Bancada Evangélica sobre a aprovação da lei. Por fim, compartilha um relato de violência sexual vivida por Bruna, uma das leitoras que

compartilhou relatos do tipo na campanha Chega de Fiu Fiu, promovida pela ONG Think Olga.

O texto é bastante opinativo em relação ao que a justiça brasileira proporciona às vítimas de estupro e outros tipos de violência de gênero. Junto à opinião, há trechos com linguagem coloquial, semelhante a uma conversa. Essas características ficam claras em trechos como “Liderados por Marcos Infeliciano [...]”, em trocadilho com o nome do deputado federal Marcos Feliciano; “Despreparados que são, [...]”, referindo-se à Bancada Evangélica da Câmara dos Deputados; e em “o Padre Joãozinho escreveu no Twitter que estupro era relativo. “Onde está a definição de estupro?”, disse. AQUI, seu Padre, veja se está bom para você [...]”, em que ela na sequência mostra a definição de estupro para a Constituição.

No primeiro trecho, a autora explicita sua opinião em relação ao pastor e deputado, que é negativa. No segundo trecho, deixa claro seu pensamento em relação à atuação profissional do Congresso Nacional brasileiro, em especial para tratar de crimes de gênero. Por fim, no terceiro trecho, a autora direciona, em sentido figurado, o discurso para o Padre de modo a mostrar para as leitoras que a dúvida dele é infundada, que já que na Constituição Brasileira há a definição de estupro. A autora constrói o trecho chamando-o de “seu Padre” e utilizando caixa alta em “AQUI”, o que propõe certa impaciência, e mostrando “vingança” no trecho “veja se está bom para você”.

Em outra passagem, “Infeliciano entulhou seu Twitter com desinformações”, é bastante clara a ideia transmitida pela autora, de que as informações que o deputado postar na verdade não são informativas e que se assemelham a lixo ou entulho, pelo uso do verbo “entulhar”. Ainda, no fragmento “uma história que foi além do terrível ‘ô, gostosa””, o advérbio “terrível” dá o peso da opinião da autora sobre casos de assédio.

Em relação à informação jornalística, o texto é consideravelmente fraco. Não apresenta entrevistas com fontes, oficiais ou oficiosas, nem muitos dados de pesquisas e levantamentos. A autora utiliza o lead clássico (modelo que responde às questões “o que”, “quem”, “quando”, “onde”, “como” e “por que”) no início do texto para abordar a aprovação da lei nº 12.845. É importante ressaltar que esse recurso básico do jornalismo aparece em poucos textos da Think Olga. Além disso, em outro momento do texto, a autora coloca a definição do crime de estupro e suas possíveis punições a fim de ilustrar o que é estupro e como deve ser tratado pela sociedade.

Em relação ao jornalismo humanizado, o texto segue bom número de recomendações. Os termos e expressões “violência sexual”, “assédio sexual” e “estupro” são bastante específicos e a autora não demonstra medo ou insegurança ou utilizar tais termos. A presença da definição do que é estupro segundo a Constituição e a menção à campanha Chega de Fiu Fiu, contra o assédio, também ajudam a conscientizar as leitoras sobre o tema. Há, ainda, uma observação relativa à construção textual. O relato do caso sofrido por Bruna, leitora que publicou uma situação de violência sexual, quebra o ritmo de leitura. O relato poderia ter permeado o texto, de modo que Bruna se tornasse uma personagem ilustrativa para os argumentos; mas com as partes delimitadas – primeiro o texto com as informações e depois o relato pessoal sobre o ocorrido.

Para visualizar melhor a relação entre as reportagens do veículo, são apresentadas duas tabelas, uma relativa ao uso de fontes jornalísticas e outra relativa ao tipo de narração usada na reportagem.

### Quadro 3: A relação entre as reportagens, fontes e dados

Título	Data	Com fontes	Sem fontes	Especialista	Não Especialista	Com dados	Sem dados
“Relacionamento abusivo e televisionado”	12/04/17		X				X
“Chamam as mulheres de loucas, mas já tentou rejeitar um homem?”	20/02/17	X			X	X	
“Combate à cultura do assédio: por que devemos registrar a ‘cantada’ de rua na delegacia”	17/11/16	X		X			X
“Mulheres de impacto: unidas contra a violência doméstica”	23/08/16	X		X		X	
“Dez anos da Lei Maria da Penha depois, para onde vamos?”	12/08/16	X		X		X	
“Uma calamidade silenciosa”	18/06/16		X			X	
“73% das mulheres que estão conectadas já sofreram violência online”	15/10/15	X		X		X	
“Sem consentimento? Sem sexo”	25/01/15		X				X
“Eles não nos querem aqui”	14/08/14	X		X		X	
“O retrato da violência nas buscas online”	19/02/14	X		X			X
“Precisamos falar sobre estupro”	02/08/13	X			X		X

#### Quadro 4: A narrativa das reportagens

Título	Data	Narração em 1ª pessoa	Narração em 3ª pessoa	Ambas	Presença de opinião editorializada
“Relacionamento abusivo e televisionado”	12/04/17		X		X
“Chamam as mulheres de loucas, mas já tentou rejeitar um homem?”	20/02/17			X	X
“Combate à cultura do assédio: por que devemos registrar a ‘cantada’ de rua na delegacia”	17/11/16		X		X
“Mulheres de impacto: unidas contra a violência doméstica”	23/08/16		X		
“Dez anos da Lei Maria da Penha depois, para onde vamos?”	12/08/16		X		
“Uma calamidade silenciosa”	18/06/16			X	X
“73% das mulheres que estão conectadas já sofreram violência online”	15/10/15		X		
“Sem consentimento? Sem sexo”	25/01/15		X		
“Eles não nos querem aqui”	14/08/14		X		X
“O retrato da violência nas buscas online”	19/02/14	X			X
“Precisamos falar sobre estupro”	02/08/13		X		X

Finda a análise das reportagens, podem ser observados alguns padrões no jornalismo feito pela Think Olga. O uso das fontes que o veículo faz segue o modelo da grande mídia. A maioria das reportagens (72,7%, ou oito de onze) tem uso de fontes; 54,5% das reportagens (seis de onze) têm fontes especializadas e 18,1% (duas de onze), fontes não especializadas. Quanto ao uso de dados (números, pesquisas), 54,5% dos textos (seis de onze) apresentam números para ilustrar os temas trabalhados, o que também corresponde a um padrão não muito distante do utilizado pela mídia tradicional.

Tanto o uso de fontes, especialistas principalmente, quanto o uso de dados decorrentes de pesquisas são elementos tradicionalmente jornalísticos, porque ajudam a dar credibilidade aos conteúdos divulgados em uma reportagem. Alsina (2009) afirma que as fontes são essenciais no processo produtivo da notícia e no estudo do jornalismo profissional; a ligação entre o acontecimento, a fonte e a notícia é fundamental para a construção da realidade jornalística.

A partir disso, infere-se que há uma preocupação com o modelo jornalístico e com a credibilidade que o veículo deseja passar a suas leitoras e seus leitores. As fontes servem para, além de informar, fortalecer os argumentos pontuados durante um texto, o que acontece em várias reportagens da Think Olga. O uso de dados também fortalece os argumentos e mostra o comprometimento do veículo com universidades, instituições de pesquisa, ONGs e projetos, que são entidades com bastante reconhecimento seu trabalho.

Quanto à narrativa, o jornalismo feito pela Think Olga se desvencilha um pouco do modelo tradicional, que será abordado mais adiante. A maioria das reportagens (72,7%, ou oito de onze) é escrita em 3ª pessoa, como convém ao jornalismo; a opção por esse tipo de narrativa demonstra preocupação com uma linguagem objetiva, com a objetividade. Das onze reportagens analisadas, apenas uma é escrita inteiramente em 1ª pessoa (9%) e duas (18,1%) aparecem os dois tipos de narrativa (1ª e 3ª pessoa). No entanto, apesar do número de reportagens em 3ª pessoa, a opinião não deixa de estar presente: sete das onze reportagens analisadas (63,6%) apresentam opinião editorializada, isto é, um “comentário do veículo” sobre algo trabalhado durante o texto.

A maneira com que são escritas as matérias propõe um jornalismo de certa forma inovador. Nos últimos anos, o jornalismo digital gradualmente abriu espaço para novas linguagens e gêneros, especialmente quando se trata de públicos mais específicos. O modelo clássico do jornalismo impresso, que tem como fundamentos o *lead* ou lide, a objetividade e a imparcialidade, já não é completamente hegemônico, embora ainda componha a maior parte das produções jornalísticas escritas também no ambiente digital.

Dentre os elementos que compõem o jornalismo tradicional destaca-se o paradigma entre opinião e informação. Em linhas gerais, a divisão entre o que se classifica como opinativo ou informativo baseia a escolha de linguagem que será usada em um texto. Até então, quando quer se enfatizar a opinião, é plausível adicionar ao texto adjetivos, locuções adjetivas e outras palavras que denotam juízos de valor; para textos informativos, a linguagem deve ser neutra, sem juízos de valor e sem qualquer resquício de opinião.

No entanto, é necessário considerar que mesmo uma linguagem supostamente neutra carrega ideias específicas. Eventualmente, duas palavras que parecem neutras, ao serem combinadas, podem trazer uma ideia opinativa nas entrelinhas. Desta forma, a

separação inflexível de textos jornalísticos em opinativos ou informativos é bastante controversa. Chaparro (2008) aborda o paradigma com uma visão crítica:

O paradigma Opinião x Informação tem condicionado e balizado, há décadas, a discussão sobre gêneros jornalísticos, impondo-se como critério classificatório e modelo de análise para a maioria dos autores que tratam do assunto. A conservação dessa matriz regulador esparrama efeitos que superficializam o ensino e a discussão do jornalismo, e tornam cínica sua prática profissional.

Trata-se de um falso paradigma, porque o jornalismo não se divide, mas constrói-se com informações e opiniões. Além de falso, está enrugado pela velhice. (p. 146)

Essa divisão tem sido deixada de lado por alguns veículos atuais, especialmente os segmentados e com conteúdo específico, como no caso da Think Olga, que trabalha a informação e a opinião ao mesmo tempo, entrelaçando-as. Aparecem durante os textos termos e expressões que denotam opinião sobre um determinado tema, como foi abordado durante as análises. Como a maioria dos textos é assinada por “Think Olga”, omitindo o nome da autora, os pequenos trechos que apresentam subjetividade acabam atribuídos ao veículo como um todo, isto é, ele se “responsabiliza” por tudo que é colocado na reportagem, opinião ou não.

Já a opinião editorializada, mais especificamente, foi demonstrada de diferentes maneiras em cada texto, algumas implicitamente e outras de modo explícito. O uso da 1ª pessoa do plural (nós) para comentar algo relacionado ao texto (“acreditamos”, “aconselhamos”, “vimos” etc) posiciona a opinião do veículo e discretamente deixa o leitor a par do que é a sua linha editorial. Mas há também demonstrações claras da opinião do veículo, como em “E nós da Think Olga ficamos muito felizes com o reconhecimento!”, presente na terceira reportagem analisada.

O aspecto relevante da presença de opinião editorializada nos textos da Think Olga é a personificação do veículo. Nesse âmbito, a Think Olga se posiciona de maneira contrária à maioria dos veículos da mídia tradicional, os quais não costumam apresentar posicionamentos do jornal durante as matérias, mas sim apenas na seção “editorial” de cada edição. Dessa forma, a Think Olga coloca o seu portal jornalístico como um ser agente, real, que tem opiniões sobre os temas de que trata e não as esconde de seu público.

Unindo todos os pontos da análise, conclui-se que a Think Olga propõe uma narrativa jornalística que não dispensa a opinião na construção do texto, seja essa opinião editorializada ou não, explícita ou não. Há de se considerar o fato de que o veículo reflete as opiniões da ONG Think Olga como um todo, assim como é descrito na seção “Sobre” do site: “A OLGA é uma ONG feminista criada em abril de 2013”. Há de se considerar também que quem fundou tanto a ONG quanto o site foi Juliana de Faria, jornalista formada pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP); sua formação possivelmente induziu a criação de um site que segue algumas características essencialmente jornalísticas.

O projeto une, então, questões sociais relacionadas ao movimento feminista (representação e empoderamento femininos, assédio, violência contra a mulher, pedofilia, aborto, entre outros) ao trabalho jornalístico (apuração, entrevistas, dados, visão crítica). Sendo o feminismo um movimento social e ideológico, utilizar um posicionamento objetivo, imparcial e neutro para abordá-lo foge um pouco do caráter combativo desse tipo de movimento, que preza por reflexão e mudanças.

Ao recusar a narrativa objetiva, a Think Olga recusa também o valor-notícia da simplicidade como forma de se contrapor às abordagens tradicionais dos fatos. Para o veículo, a narração do fato não pode prescindir da opinião e isso significa investir na complexidade e não na simplicidade. A proposta do Minimanual de Jornalismo Humanizado em suas três partes aposta, por fim, em trabalhar a complexidade de cada um dos temas (violência contra a mulher, pessoas com deficiência e racismo) a fim de abordá-los de maneira completa, sem reducionismos e estereótipos que frequentemente aparecem na grande mídia.

Ainda, há um outro ponto relevante sobre esse jornalismo proposto, que são os critérios de noticiabilidade. No jornalismo de modo geral, há dois tipos de critérios: os de seleção, que auxiliam na escolha do que é notícia ou não; e os de construção, que propõem como a notícia deve ser estruturada. Dentro do Minimanual de Jornalismo Humanizado houve a criação de critérios de construção. O que é proposto nas três partes do minimanual são critérios de como construir a notícia de modo que ela não seja desumana, desrespeitosa e/ou preconceituosa.

Para a Think Olga, o jornalismo humanizado é um critério de construção essencial, não apenas para os textos feitos pela equipe da ONG, mas para todo o jornalismo escrito,

para jornalistas e veículos que desejam limpar sua comunicação de preconceitos. Cria-se, por fim, uma nova teoria do jornalismo, que deve levar como base a escrita humanizada e livre de discriminação.

O modelo é de fato seguido pelo veículo, mesmo com as mudanças no texto conforme o passar do tempo – os mais recentes, de modo geral, são mais informativos e têm linguagem mais formal do que os mais antigos – algumas características se mantêm, como a abordagem que visa quebrar visões preconceituosas sobre casos de assédio, violência, estupro e feminicídio. Ao buscar o site da Think Olga em mecanismos de busca (Google, Yahoo etc), o resultado é “Think Olga – Empoderamento feminino por meio de informação”, o que resume a análise feita acima.

Por fim, esse é o significado da narrativa jornalística opinativa do textos da Think Olga: promover a reflexão, o empoderamento e as mudanças que o movimento feminista propõe, fazê-lo com o método informativo e instrutivo do jornalismo mas propondo uma abordagem mais humana e preocupada com as questões sociais.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

No decorrer desta pesquisa, para análise buscou-se aplicar ao ciberjornalismo praticado pelo portal Think Olga os referenciais teóricos de autores como Manuel Castells, Raquel Recuero, Rute Baquero e Manuel Carlos Chaparro, dentre outros. Partimos do estudo sobre o ciberativismo e sua importância para os movimentos sociais, especificamente para o movimento feminista. Considerando o portal Think Olga como um site jornalístico feminista, esta pesquisa uniu a relação entre os movimentos sociais na internet e o jornalismo atual. Com isso, acreditamos que os objetivos traçados no trabalho, relacionados às publicações do site e a seu modelo de comunicação, foram alcançados.

Ao longo do trabalho, por meio de exemplos e análise de conceitos, foram verificadas as estratégias de militância dos movimentos sociais dentro do espaço virtual e foi comprovada a ideia de empoderamento por meio da informação, promovida pelo site da ONG Think Olga. Esta pesquisa sugere, portanto, que existe um novo viés de atuação dos movimentos sociais por meio do uso responsável e crítico dos aparatos jornalísticos (reportagens com fontes, dados, entrevistas, apuração etc).

Quanto à hipótese, pode-se dizer que o jornalismo praticado pela equipe da Think Olga, por suas características opinativas e humanizadas, tem mais chance de gerar algum impacto real (fora do ambiente virtual) positivo em relação a questões femininas na vida das mulheres quando comparado ao jornalismo tradicional e sua proposta supostamente imparcial, objetiva e tecnicista. Isto porque as reportagens publicadas no website Think Olga, especificamente as que retratam os vários tipos de violência contra a mulher, buscam mais enfaticamente promover a empatia em leitoras e leitores pela angulação das pautas, isto é, o ponto de vista a partir do qual um determinado tema será retratado e pelo modo como essa angulação é feita ao longo das matérias.

Buscamos demonstrar que a linguagem, os exemplos e a construção da informação no portal, ao buscar desconstruir estereótipos negativos, estão mais próximos de promover reflexões e críticas nos pensamentos dessas mulheres – levando ao empoderamento feminino – do que o jornalismo da grande mídia. Este modelo, que impõe a separação entre informação e opinião e que defende uma cobertura neutra dos fatos, entra em conflito com o paradigma de um jornalismo humanizado, como o praticado pelo site Think Olga, podendo reforçar ideias nocivas à imagem de minorias sociais e

contribuir com a perpetuação de opressões sociais já existentes (machismo, racismo, LGBTfobia, discriminação a pessoas com deficiência etc).

A metodologia utilizada foi a pesquisa exploratória bibliográfica e a análise do material jornalístico publicado pelo site, em cotejo com o Minimanual de Jornalismo Humanizado, que propõe uma nova prática jornalística que contribua para o empoderamento e o consequente impacto na vida real das mulheres. Evidente que esta última dimensão requereria uma investigação de natureza receptiva, o que não estava nos propósitos desta pesquisa, muito embora aponte para desdobramentos futuros.

Deste modo, cumpridos os objetivos traçados, acreditamos que a pesquisa pode ser continuada posteriormente em outra etapa, respondendo, assim, às questões que neste estudo eventualmente tenham ficado em aberto. Como trabalho de conclusão de curso, abrem-se desta forma novas perspectivas para o estudo das práticas jornalísticas na contemporaneidade.

## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALSINA, M. R. *A Construção da Notícia*. In: Coleção Clássicos da Comunicação Social. Editora Vozes, 2009.

BAQUERO, R. *Empoderamento: questões conceituais e metodológicas*. Redes, Santa Cruz do Sul, v. 11, n. 2, p. 77-93, maio-ago. 2006.

CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede – a Era da Informação: economia, sociedade e cultura*. 8. ed. Traduzido por Klauss Brandini Gerhardt e Roneide Vanancio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, M. *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet*. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2012.

CHAPARRO, M. C. *Sotaques d'aquém e d'além mar: travessias para uma nova teoria de gêneros jornalísticos*. São Paulo: Editora Summus, 2008.

GOHN, M. G. *Empoderamento e participação da comunidade em políticas sociais*. In: Saúde e Sociedade v.13, n.2, p.20-31, maio-ago 2004.

KLEBA, M.; E., WENDHAUSEN, Á. *Empoderamento: processo de fortalecimento dos sujeitos nos espaços de participação social e democratização política*. Saúde e Sociedade, Rio de Janeiro, v.18, n.4, p. 733-743, 2009.

OLGA, T. *Minimanual de Jornalismo Humanizado – Parte 1: Violência contra a mulher*. 2016. Disponível em <<http://thinkolga.com/minimanual-do-jornalismo-humanizado/pt-1-violencia-contra-mulher/>>. Acesso em 13 fev 2016.

PRIMO, A. *Interação Mediada por Computador: A comunicação e a educação a distância segundo uma perspectiva sistêmico-relacional*. Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Informática na Educação. 2003.

RECUERO, R. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Editoria Sulina, 2009.

SANTOS, F. J. A. *O ciberativismo como ferramenta de grandes mobilizações humanas: das revoltas no Oriente Médio às ações pacíficas do Greenpeace no Brasil*. In: Revista Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação, 2011. Disponível em <[http://www.usp.br/anagrama/AnheSantos\\_ciberativismo.pdf](http://www.usp.br/anagrama/AnheSantos_ciberativismo.pdf)>. Acesso em 18 jan. 2017.

STRAIOTO, F. *A arquitetura da informação para a World Wide Web: um estudo exploratório*. 2002. 120 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, Marília.

VENTURA, M. S.; RODRIGUES, L M. *Feminismo e a formação da rede on-line: a questão do aborto no Blogueiras Feministas em tempos de eleições presidenciais*. Âncora - Revista Latino-americana de Jornalismo, v. 2, p. 100-114, 2015.

## 7. OBRAS CONSULTADAS

BERNARDES, M. *Uma reflexão inicial sobre feminismo na internet: gênero e corpo*. 2014. Trabalho apresentado no 4º Encontro de GTs- Comunicon, realizado nos dias 08, 09 e 10 de outubro de 2014.

BRUNO, F. *Dispositivos de vigilância no ciberespaço: duplos digitais e identidades simuladas*. Revista Fronteiras. Estudos Midiáticos. Vol. VIII, n. 2, p. 152-159, mai/ago 2006. Disponível em:

<<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/fronteiras/article/view/3147/2957>>.

Acesso em: 27 abr. 2016.

ESCOSTEGUY, Ana C. D.; MESSA, M. R. *Os estudos de gênero na pesquisa em comunicação no Brasil*. Contemporânea, 2006. Vol.4. n. 2. p.65-82.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

GOFFMAN, E. *A Representação do Eu na Vida Cotidiana*. Petrópolis: Ed. Vozes, 1975.

HAJE, L P. *Esferas públicas feministas na internet*. Brasília: Logos 19: Sexo, gênero e mídia, 2003.

LIMA, Q. S. *Blogueiras feministas e o discurso de divulgação do feminismo no ciberespaço*. In: Seminário de estudos em análise do discurso, 6., 2013, Rio Grande do Sul. Estudos em Análise do Discurso. Rio Grande do Sul: Instituto de Letras, 2013.

Disponível em:

<<http://anaisdosead.com.br/6SEAD/SIMPOSIOS/BlogueirasFeministasEODiscurso.pdf>

>. Acesso em: 27 abr. 2016.

MACEDO, F. L. O. *Arquitetura da informação: aspectos epistemológicos, científicos e práticos*. Dissertação apresentada ao Departamento de Ciência da Informação e Documentação da Universidade de Brasília como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre. 2005.

MALINI, F. ANTOUN, H. *@ Internet e # Rua. Ciberativismo e mobilização nas redes sociais*. Porto Alegre: Sulina, 2012.

MORAES, M. L. Q. *Feminismo e Política: dos anos 60 aos nossos dias*. Revista de estudos de Sociologia do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Faculdade de Ciências e Letras de Araraquara, da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita

Filho”. V. 17, n. 32, p. 107 – 121, 2012. Disponível em <<http://seer.fclar.unesp.br/estudos/article/view/4930/4119>>. Acesso em 25 fev 2018.

OLGA, T. *Minimanual de Jornalismo Humanizado – Parte 2: Pessoas com deficiência*. Disponível em <<http://thinkolga.com/minimanual-do-jornalismo-humanizado/pt-2-pessoas-com-deficiencia/>>. Acesso em 13 fev 2016

OLGA, T. *Minimanual de Jornalismo Humanizado – Parte 3: Racismo*. Disponível em <<http://thinkolga.com/pt-3-racismo/>>. Acesso em 13 fev 2016.

OLGA, T. *Minimanual de Jornalismo Humanizado – Parte 4: Estereótipos nocivos*. Disponível em <<http://thinkolga.com/minimanual-do-jornalismo-humanizado/pt-4-estereotipos-nocivos/>>. Acesso em 12 jun 2016.

OLGA, T. *Minimanual de Jornalismo Humanizado – Parte 5: LGBT*. Disponível em <<http://thinkolga.com/minimanual-do-jornalismo-humanizado/pt-5-lgbt/>>. Acesso em 12 jun 2016.

RODRIGUES, L. M.; LUVIZOTTO, C. K. *Feminismo na internet: o caso do coletivo Marcha das Vadias e sua página no Facebook*. Colloquium Humanarum, vol. 11, n. Especial, Jul-Dez, p. 367-375. 2015.

SCHMITZ, A. A. *Classificação das fontes de notícias*. In: Fontes de notícias: ações e estratégias das fontes no jornalismo”. Florianópolis: Editora Combook, 2011.

TRAQUINA, N. *Teorias do jornalismo: Por que as notícias são como são*. v. 1. Florianópolis: Insular, 2005

VASCONCELOS, E. M. *O poder que brota da dor e da opressão: empowerment, sua história, teorias e estratégias*. São Paulo: Paulus, 2003.

VIEIRA, Vera de Fátima. *Comunicação e feminismo: as possibilidades na era digital*. Tese de Doutorado. Escola de Comunicação e Artes (ECA) USP. São Paulo, 2012.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Editora Presença, 1997.

### **7.1 Fontes jornalísticas consultadas**

ALVES, R. F. *Cultura e Globalização*. Mundo Educação. Disponível em <<http://mundoeducacao.bol.uol.com.br/geografia/cultura-globalizacao.htm>>. Acesso em 02 set 2016.

BARROS, T. *Internet completa 44 anos; relembre a história*. Techtudo. 07 abr 2013. Disponível em <<http://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2013/04/internet-completa-44-anos-relembre-historia-da-web.html>>. Acesso em 06 out 2016.

BELLO, L. *Chamam as mulheres de loucas, mas já tentou rejeitar um homem?*. 20 fev 2017. Disponível em <<http://thinkolga.com/2017/02/20/chamam-as-mulheres-de-loucas-mas-ja-tentou-rejeitar-um-homem/>>. Acesso em 14 abr 2017

BELLO, L. *O terrorismo misógino*. 03 jan 2017. Disponível em <<http://thinkolga.com/2017/01/03/terrorismo-misogino/>>. Acesso em 14 abr 2017

BELLO, L. *Uma calamidade silenciosa*. 28 jun 2016. Disponível em <<http://thinkolga.com/2016/06/28/uma-calamidade-silenciosa/>>. Acesso em 27 abr 2017

BELLO, Luíse. *Uma primavera sem fim*. Disponível em: <<http://thinkolga.com/2015/12/18/uma-primavera-sem-fim/>>. Acesso em: 25 abr. 2016.

CIVIL, U.A.E. *Tim Berners-Lee*. Unidade Acadêmica de Engenharia Civil. Disponível em <<http://www.dei.isep.ipp.pt/~andre/documentos/comutacao.html>>. Acesso em 02 set 2016.

CONSOLIM, V. H. *Um pouco da história de conquistas dos direitos das mulheres e do feminismo*. Justificando, Carta Capital. Disponível em <<http://justificando.cartacapital.com.br/2017/09/13/um-pouco-da-historia-de-conquistas-dos-direitos-das-mulheres-e-do-feminismo/>>. Acesso em 25 fev 2018.

EMPODERE DUAS MULHERES. Página da rede social Facebook. Disponível em: <[https://www.facebook.com/empondereduasmulheres/info/?tab=page\\_info](https://www.facebook.com/empondereduasmulheres/info/?tab=page_info)>. Acesso em 09 set 2016.

FACEBOOK. *State of Connectivity 2015: A Report on Global Internet Access*. Disponível em <<https://fbnewsroomus.files.wordpress.com/2016/02/state-of-connectivity-2015-2016-02-21-final.pdf>>. Acesso em 17 out 2016.

HAMANN, R. *O preço da informática: o computador já custou mais que um carro*. 18 mar 2011. Disponível em <<http://www.tecmundo.com.br/infografico/9210-o-preco-da-informatica-o-computador-ja-custou-mais-que-um-carro.htm>>. Acesso em 15 set 2016.

HISTORY, N.Z. *'Kate Sheppard, Biography'*. Disponível em <<https://nzhistory.govt.nz/people/kate-sheppard>>. Acesso em 25 fev 2018.

LOUREIRO, G. *Quando a violência contra a mulher vira espetáculo na mídia: o que aprendemos com o caso Eloá*. 04 out 2016. Disponível em

- <<http://thinkolga.com/2016/10/04/quando-violencia-contramulher-vira-espetaculo-na-midia-o-que-aprendemos-com-o-caso-eloa/>>. Acesso em 14 abr 2017.
- LOUREIRO, G. *Mulheres de impacto: unidas contra a violência doméstica*. 23 ago 2016. Disponível em <<http://thinkolga.com/2016/08/23/mulheres-de-impacto-solidariedade-entre-mulheres-com-inovacao/>>. Acesso em 27 abr 2017.
- LOUREIRO, G. *Dez anos da Lei Maria da Penha depois, para onde vamos?*. 12 ago 2016. Disponível em <<http://thinkolga.com/2016/08/12/dez-anos-da-lei-maria-da-penha-depois-para-onde-vamos/>>. Acesso em 27 abr 2017.
- MILLENIUM, I. *O que significa um Think tank no Brasil de hoje*. 30 jul 2009. Disponível em <<http://www.institutomillennium.org.br/artigos/o-que-significa-um-think-tank-no-brasil-de-hoje/>>. Acesso em 03 mar 2016.
- MOREIRA, A. *Comutação/transfêrencia de dados*. Disponível em <<http://www.dei.isep.ipp.pt/~andre/documentos/comutacao.html>>. Acesso em 13 dez 2016.
- MOREIRA, I. *6 coisas que você precisa entender sobre cultura do estupro*. Revista Galileu. 1 jun 2016. Disponível em <<http://revistagalileu.globo.com/Sociedade/noticia/2016/06/6-coisas-que-voce-precisa-entender-sobre-cultura-do-estupro.html>>. Acesso em 06 nov 2016.
- MULHERES, O. *Sobre a ONU Mulheres*. Portal da ONU Mulheres Brasil. Disponível em <<http://www.onumulheres.org.br/onu-mulheres/sobre-a-onu-mulheres/>>. Acesso em 22 nov 2016.
- NEWS, O. *População mundial atingiu 7,6 bilhões de habitantes*. Portal de notícias da ONU. Disponível em <<https://news.un.org/pt/story/2017/06/1589091-populacao-mundial-atingiu-76-bilhoes-de-habitantes/>>. Acesso em 22 jun 2017.
- OLGA, T. *73% das mulheres que estão conectadas já sofreram violência online*. 25 set 2015. Disponível em <<http://thinkolga.com/2015/09/25/73-das-mulheres-que-estao-conectadas-ja-sofreram-violencia-online/>>. Acesso em 27 abr 2017.
- OLGA, T. *A internet não gosta das mulheres*. 23 jan 2014. Disponível em <<http://thinkolga.com/2014/01/23/a-internet-nao-gosta-das-mulheres/>>. Acesso 03 mai 2017.
- OLGA, T. *A Olga*. Disponível em <<http://thinkolga.com/a-olga/>>. Acesso em 03 mar 2016.

OLGA, T. *As mulheres com deficiência, o silêncio e a violência*. 19 abr 2016. Disponível em <<http://thinkolga.com/2016/02/19/as-mulheres-com-deficiencia-o-silencio-e-a-violencia/>>. Acesso em 27 abr 2017.

OLGA, T. *As vezes em que a Copa foi cruel com elas*. 27 jun 2014. Disponível em <<http://thinkolga.com/2014/06/27/copa-foi-cruel-mulheres/>>. Acesso em 27 abr 2017.

OLGA, T. *Combate à cultura do assédio: por que devemos registrar a “cantada” de rua na delegacia*. 17 nov 2016. Disponível em <<http://thinkolga.com/2016/11/17/combate-cultura-do-assedio-por-que-devemos-registrar-cantada-de-rua-na-delegacia/>>. Acesso em 14 abr 2017.

OLGA, T. *Eles não nos querem aqui*. 07 ago 2014. Disponível em <<http://thinkolga.com/2014/08/07/eles-nao-nos-querem-aqui/>>. Acesso em 27 abr 2017.

OLGA, T. *F.A.Q. Jurídico: violência virtual*. 01 abr 2014. Disponível em <<http://thinkolga.com/2014/04/01/f-a-q-juridico-violencia-virtual/>>. Acesso em 27 abr 2017.

OLGA, T. *Não me chame de gostosa*. 22 jul 2013. Disponível em <<http://thinkolga.com/2013/07/22/marina-santa-helena/>>. Acesso em 03 mai 2017.

OLGA, T. *No carnaval assédio não pode ser fantasia*. 27 fev 2014. Disponível em <<http://thinkolga.com/2014/02/27/no-carnaval-assedio-nao-pode-ser-fantasia/>>. Acesso em 03 mai 2017

OLGA, T. *No rio abuso sexual e de autoridade*. 08 out 2013. Disponível em <<http://thinkolga.com/2013/10/08/no-rio-abuso-sexual-e-de-autoridade/>>. Acesso em 03 mai 2017.

OLGA, T. *O retrato da violência nas buscas online*. 19 fev 2014. Disponível em <<http://thinkolga.com/2014/02/19/violencia-buscas-online/>>. Acesso em 03 mai 2017.

OLGA, T. *Por que a aprovação do PL de escuta protegida é tão importante e quais as mudanças que ele propõe*. 24 fev 2017. Disponível em <<http://thinkolga.com/2017/02/24/por-que-aprovacao-do-pl-de-escuta-prottegida-e-tao-importante-e-quais-mudancas-ele-propoe/>>. Acesso em 14 abr 2017

OLGA, T. *Precisamos falar sobre estupro*. 02 ago 2013. Disponível <<http://thinkolga.com/2013/08/02/precisamos-falar-sobre-estupro/>>. Acesso em 03 mai 2017.

OLGA, T. *Quando o assédio é somado ao racismo*. 04 abr 2017. Disponível em <<http://thinkolga.com/2017/04/04/quando-o-assedio-e-somado-ao-racismo/>>. Acesso em 14 abr 2017

OLGA, T. *Relacionamento abusivo e televisionado*. 12 abr 2017. Disponível em <<http://thinkolga.com/2017/04/12/relacionamento-abusivo-e-televisionado/>>. Acesso em 14 abr 2017

OLGA, T. *Sem consentimento? Sem sexo*. 21 jan 2015. Disponível em <<http://thinkolga.com/2015/01/21/sem-consentimento-sem-sexo/>>. Acesso em 27 abr 2017.

OLGA, T. *Você não está sozinha*. 14 mai 2013. Disponível em <<http://thinkolga.com/2013/05/14/voce-nao-esta-sozinha/>>. Acesso em 03 mai 2017.

SANTOS, M. G. *O feminismo e suas ondas*. Revista Cult. Disponível em <<https://revistacult.uol.com.br/home/entenda-o-feminismo-e-suas-ondas/>>. Acesso em 25 fev 2018.

TRACTO. *Quantas pessoas têm acesso à internet no mundo?*. Tracto Content Marketing. 10 mar 2016. Disponível em <<http://www.tracto.com.br/quantas-pessoas-tem-acesso-a-internet-no-mundo/>>. Acesso em 02 set 2016.

UFPA. *História da informática e da internet: 1980 – 1989*. Disponível em <<http://www.ufpa.br/dicas/net1/int-h198.htm>>. Acesso em 15 set 2016