



Chega de Fiu Fiu e #MeuPrimeiroAssédio: o espaço da rua ampliado às ondas virtuais

Ana Daniella Fechine Leite¹; Margarete Almeida Nepomuceno²

Universidade Federal da Paraíba- UFPB. daniellafechine_leite@hotmail.com, margaretea@gmail.com

Resumo: O presente artigo tem por finalidade fazer um estudo de caso das campanhas Chega de Fiu Fiu e Meu Primeiro Assédio, criadas pelo site de ativismo feminista Think Olga. As propostas têm como base os assédios sexuais sofridos por mulheres nas ruas, nos ambientes de trabalho, nas universidades, ou em qualquer outro lugar em que a violação do corpo e do direito tenha acontecido. As campanhas do Olga só são possíveis devido à transformação da sociedade a partir da cibercultura, ficando-se agora como uma sociedade em rede pautada e conduzida no espaço cibernético. Chega de Fiu Fiu e Meu Primeiro Assédio são um acesso da cibermilitância, estabelecendo conexão direta entre o movimento feminista e o ciberespaço.

Palavras-Chave: assédio sexual, feminismo, Think Olga, cibermilitância, quarta onda.

¹ Estudante do 5º semestre do curso de Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e pesquisadora do Grupo de Estudo e Pesquisa em Gênero e Mídia da UFPB (GEM). Email: daniellafechine_leite@hotmail.com

² Orientadora do trabalho. Professora Doutora do curso de Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e coordenadora do Grupo de Estudo e Pesquisa em Gênero e Mídia da UFPB (GEM). Email: margaretea@gmail.com

INTRODUÇÃO

Vestiu o short que mais gosta, cor de pêssego, curto, bem “acinturado”. Pegou a blusa mais agradável, mostrando uma faixa de pele entre o preto da camisa e a barra do short, para combinar com o calor de 35°C que fazia do lado de fora. Calçou uns chinelos e foi. Despiu-se no primeiro olhar. Era como se a roupa que escolhera para sair de casa fosse um convite aos olhos alheios. As suas pernas de fora tentavam explicar a piada sem graça do moço da construção da esquina. “Ô lá em casa”, de novo ela se despiu.

Pegou o primeiro coletivo que passou. Achou que ali, num transporte fechado, fosse estar segura. Ou pelo menos salva de tantas exclamações vulgares na boca e nos olhos das

peças. Mas o único assento disponível estava no final do ônibus. Respirou fundo e atravessou o veículo inteiro, como uma passarela, como se agora ela realmente estivesse despida. Uns se perguntavam como ela tinha coragem de sair de casa com tão pouca roupa. Outros admiravam, lançavam expressões de desejo no rosto. E, o último, o seu vizinho de assento, sentiu-se livre ao ver tanta pele descoberta ao seu lado.

Fez a apuração. Olhou bem, de cima a baixo. Fez no rosto a expressão de “não é tão mal”. E quando o coletivo foi se esvaziando, sua mão também foi voando para onde não havia espaço. Ela, tímida e com medo, apenas levantou. Desceu na parada seguinte e,



lamentando, decidiu voltar para casa. Cobriu-se, aceitando que a culpa dos assédios era sua. No dia seguinte, escolheu a calça folgada e o moletom cinza. Nada mudou. Foi então que percebeu que seu corpo não tem dono. Que o mundo julga como seu o que passa na rua. Encontrou outras histórias parecidas. Viu que não estava sozinha. Ganhou as forças que precisava. Hoje ela luta para ter o respeito que merece. O corpo é somente dela. Essa história representa o cotidiano de mulheres.

A proposta deste artigo tem muito a ver com essa ficção. O site de ativismo feminista, Think Olga³, foi protagonista de duas campanhas importantes contra o assédio sofrido por mulheres. Chega de Fiu Fiu e Meu Primeiro Assédio viralizaram nas redes sociais. Essas campanhas foram o mote para que muitos relatos viessem à tona.

Joan Scott (1995), pesquisadora de gênero e historiadora, aceita a pluralidade quando se fala em gênero e adianta que as primeiras teorias partiram do pensamento marxista e da psicanálise. O conceito de gênero, de acordo com a historiadora, está intrinsecamente ligado à construção cultural delineada para homens e mulheres, de acordo com papéis orientados a serem seguidos por eles.

³ **THINK OLGA.** Disponível em: <http://thinkolga.com/>. Acesso em: 19 mar. 2016.

O gênero se torna, aliás, uma maneira de indicar as “construções sociais”: a criação inteiramente social das idéias sobre os papéis próprios aos homens e às mulheres. É uma maneira de se referir às origens exclusivamente sociais das identidades subjetivas dos homens e das mulheres. O gênero é, segundo essa definição, uma categoria social imposta sobre um corpo sexuado. (SCOTT, 1995, p. 7)

Embora o ano de 2015 tenha sido considerado definidor para o feminismo, a luta tem início, realmente, entre os séculos XIX e XX, com a “primeira onda” feminista, que ganha visibilidade e expressão a partir do movimento sufragista, com o objetivo de estender também às mulheres o direito ao voto e à vida pública (LOURO, 1997).

Contraopondo uma ideia de inferioridade culturalmente imposta às mulheres, o feminismo surgiu, portanto, através da luta a favor da igualdade de gênero, sendo esse, segundo Biroli e Miguel (2014, p.8) “um dos eixos centrais que organizam nossas experiências no mundo social”. O movimento feminista foi fundamental para pressionar a ordem social e cultural estabelecida na sociedade e também para modificar as formas de pensar o mundo.

Já no final da década de 1960 e início dos anos 70 é a “segunda onda” que se desdobra com uma produção e construção mais teórica acerca do movimento. De acordo com Marlise Matos (2014), é nesse âmbito de debate que surge o conceito de gênero, num contexto de



luta contra o autoritarismo, a violência e a falta de cidadania dos regimes militares da época. Nesse momento, figuras importantes ganham a cena, como Simone de Beauvoir e sua célebre obra “O Segundo Sexo”. A “terceira onda” se apresenta em seguida para repensar os momentos anteriores e rediscutir as noções de gênero. Ressurgia a discussão, mas a partir de determinados recortes que representasse raça, sexualidade, classe, entre outras especificidades. (PINTO apud MATOS, 2014).

A partir do recorte digital e virtual da quarta onda, que marca a sociedade atual, o presente artigo irá analisar as campanhas realizadas pelo Olga, site que se instaurou com base na cibermilitância e em um novo tipo de ativismo que tem tomado conta dos movimentos sociais nos últimos anos: o ciberfeminismo, uma militância que estoura nas redes sociais e no ambiente virtual de um modo geral ampliando as redes de interação e vivência entre as mulheres. (MAGALHÃES, DIEMINGER, BERTOLDO, 2015).

De acordo com Manuel Castells (2012), sites como o Think Olga só são possíveis devido à nova característica da sociedade em rede. “Em nossa época, as redes digitais, multimodais, de comunicação horizontal, são veículos mais rápidos e mais autônomos, interativos, reprogramáveis e amplificadores de toda a história”. (CASTELLS, 2012, p.19).

Portanto, dão espaços suficientes para que novas ondas ganhem o feminismo. Com as campanhas Chega de Fiu Fiu e Meu Primeiro Assédio foi possível conscientizar mulheres de sua própria condição e tornar a realidade cada vez mais visível.

As campanhas serão apresentadas e analisadas com base nas novas tecnologias informacionais e nas práticas ativistas desenvolvidas a partir desses meios. O trabalho será desenvolvido a partir de um estudo de caso das campanhas Chega de Fiu Fiu e Meu Primeiro Assédio, estabelecendo uma relação direta com a nova sociedade, estabelecendo ligação dos resultados das propostas do Olga com conceitos de gênero, cibercultura e sociedade em rede.

1. A QUARTA ONDA

O ano de 2015 foi crucial para o feminismo. Ao mesmo tempo em que mulheres ocuparam as ruas do país com movimentos sociais contra o preconceito e a favor da igualdade de direitos, o espaço virtual cresceu consideravelmente. Com o surgimento da internet e de uma sociedade mais voltada para o mundo virtual, a “quarta onda” do movimento feminista surge para fixar-se no mundo atual e acolher as ideologias propostas, ampliando a sua abordagem e discutindo gênero junto aos Estudos Culturais (LOURO, 1997). O



ativismo ganha um novo contorno político e um novo espaço de atuação, sobretudo no ambiente digital. Através da tecnologia informacional, as mulheres estabeleceram uma interconexão entre elas e adquiriram ampla participação na evolução e no contexto de luta feminista. Foi possível ampliar o círculo de experiências e difundir cada vez mais a necessidade de se falar sobre gênero, violência e direitos igualitários. A quarta onda feminista, embora em constante transformação, desencadeia um efeito social de resistência política e ideológica, organizando-se como “um movimento multimodal de mulheres”. (MATOS, 2014).

A luta feminista encontrou um novo espaço para propagar suas pautas e os problemas cotidianos. As mídias sociais são ferramentas de combate à violência e ao assédio sexual.

Os movimentos feministas e de mulheres ganharam, a partir dos anos 90, um novo contorno político e social (MATOS, 2014). As mulheres atingiram espaços heterogêneos e plurais. Além da imersão na sociedade em rede, a novidade da quarta onda está na transversalização do conceito de gênero e na “demanda por direitos humanos e justiça social pautada pelas mulheres”. (MATOS, 2014).

Uma das principais características da “quarta onda” é a utilização de recursos e

ferramentas online, como vídeos e redes sociais, para propagar o movimento, fortalecer as mulheres que o compunha e trazer para a cena do ativismo feminista a coletividade. Para Marlise Matos (2010, p. 81), “a “quarta onda” traz também os desafios da horizontalização dos movimentos feministas e da construção coletiva do diálogo intercultural”.

Um exemplo fidedigno da quarta onda pode ser ilustrado na Marcha Mundial das Mulheres (1999). A Marcha pode ser considerada uma das instituições do novo feminismo. O movimento existe até hoje em luta contra o patriarcalismo e aderiu ao espaço cibernético ampliando as suas pautas e o seu legado, conquistando maior adesão de mulheres que dão as mãos pela mesma luta. (MATOS, 2010)

2. THINK OLGA, UM PRODUTO DA CIBERMILITÂNCIA

Todos os movimentos sociais que marcaram a história dependeram de mecanismos comunicacionais para adquirir mais vez e voz. Seguindo esse caminho e mantendo-se na “quarta onda”, o site ativista Think Olga conquistou espaços não apenas profissionais, mas principalmente sociais, através da cibermilitância, definido por Sousa e Garcia (2014, p.1), como “espaços digitais que norteiam reivindicações, protestos,



XII CONAGES

XII COLÓQUIO NACIONAL REPRESENTAÇÕES
DE GÊNERO E SEXUALIDADES

furando os discursos legitimados como dominantes”. Apropriou-se de ambientes amplamente difundidos em rede e de acesso universal para combater o assédio sexual sofrido pelas mulheres nos espaços públicos e para praticar o empoderamento através da informação.

Tratando-se de um site de discussão feminista, o Olga é composto por uma rede de pessoas e ondas virtuais que buscam elevar o debate sobre a mulher nos dias de hoje. Os novos tempos não só trouxeram novos objetivos e perspectivas como também lançaram uma nova mulher. O Think Olga procura problematizar a condição de mulheres na sociedade.

Segundo Castells (2014), essa estrutura de militância incendiada pelo Think Olga é fruto da sociedade em rede, onde o poder é multidimensional. São redes programadas a partir de atividades humanas e de acordo, também, com interesses individuais, que convergem para o coletivo. As redes de comunicação são importantes canais de construção de pensamento e significado. Nesse sentido, os movimentos sociais e ativistas surgem como um contrapoder, uma rede de resistência disposta a reprogramar os interesses da grande mídia ou da mídia tradicional.

O site é fomentado por cinco mulheres: a jornalista Juliana de Faria, criadora do Olga; a

diretora de comunicação e publicitária Luíse Bello; a conselheira Bárbara Castro, também socióloga e doutora em Ciências Sociais; a Dra. Gisele Truzzi, consultora do Olga; e a jornalista Gabriela Loureiro como colaboradora. O trabalho dessas mulheres pode ser entendido como um *think tank*, ou seja, um centro de conhecimento e discussão livre de estereótipos. Como pontes entre a sociedade e quem faz suas políticas, o objetivo é debater assuntos e criar um ambiente de iniciativa para pensar uma realidade inovadora.

Embora ainda seja um ambiente amplo e, para muitos, também frágil, o meio digital foi capaz de transformar identidades através de manifestações que tiveram início nas redes sociais e uniram os anseios da sociedade. A escolha pelo virtual se deu porque esses “são espaços de autonomia, muito além do controle de governos e empresas”. (CASTELLS, 2013, p.7).

A mudança fundamental desses movimentos foi decorrente da autocomunicação, o uso de plataformas sem fio como mecanismos de comunicação digital, reprogramando os movimentos e tornando capaz a confluência de espaços de debate. Isto é, o ciberespaço se conecta ao espaço urbano. As campanhas do Olga foram um exemplo claro de hibridização de espaços, quando a realidade das ruas passou a ser vista

www.generoesexualidade.com.br

(83) 3322.3222

contato@generoesexualidade.com.br



XII CONAGES

XII COLÓQUIO NACIONAL REPRESENTAÇÕES
DE GÊNERO E SEXUALIDADES

na sociedade em rede, tornando possível a troca de experiências. Atualmente, os movimentos se iniciam em rede e ampliam-se para a rua, constituindo uma rede híbrida de relações sociais. Segundo Castells (2013), a grande mudança buscada no espaço social é adquirida no espaço virtual.

Para Pierre Lévy (1999), o ciberespaço é o novo meio de comunicação nascido na interconexão dos computadores. O termo engloba também o universo de informações abrigado pelo espaço cibernético, bem como as pessoas que navegam e alimentam esse espaço. “Quanto ao neologismo “cibercultura”, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço.” (LÉVY, 1999, p.17 apud SIMÕES). Nessa perspectiva de práticas e modelos virtuais, o Olga se divide em textos, artigos, quadrinhos, imagens e propostas criativas de campanhas que impulsionam o debate de gênero na sociedade. Isso tudo se torna possível a partir do vínculo com as redes sociais, democratizando a informação e obtendo um alcance mais amplo.

Os movimentos sociais de militância na internet, depois de iniciados, são impulsionados a partir do medo e do entusiasmo, diretamente ligados à esperança.

“De vez que uma característica distintiva da mente humana é a capacidade de imaginar o futuro, a esperança é um ingrediente fundamental no apoio à ação com vistas a um objetivo.”. CASTELLS, 2012, p. 18).

Com a vivência da quarta onda feminista – que só foi possível após os conceitos de cibercultura e sociedade em rede – um novo ativismo feminista entrou em cena. O trabalho jornalístico e ativista do Think Olga pode ser definido, portanto, como um movimento de ciberfeminismo.

O ativismo, geralmente, é incendiado pela emoção. No caso da luta de gênero, muitas vezes os movimentos são contemplados também por uma carga histórica e experimental. É através da troca de experiências que o ativismo feminista renasce.

Envolvendo-se na produção de mensagens nos meios de comunicação de massa e desenvolvendo redes autônomas de comunicação horizontal, os cidadãos da era da informação tornam-se capazes de inverter novos programas para suas vidas com as matérias-primas de seu sofrimento, suas lágrimas, seus sonhos e esperanças. Elaboram seus projetos compartilhando suas experiências. (CASTELLS, 2012, p. 14)

O Think Olga aparece, portanto, como uma plataforma virtual que estabelece contato direto com as pessoas da vida real. Trata-se de uma troca constante de experiências que auxiliam no combate e na denúncia de todos os tipos de assédio. Foi assim que aconteceu

www.generoesexualidade.com.br

(83) 3322.3222

contato@generoesexualidade.com.br



com a campanha Chega de Fiu Fiu e com a hashtag #meuprimeiroassédio. De acordo com Manuel Castells (2012, p.20), “quanto mais as ideias são geradas de dentro do movimento, com base na experiência dos participantes, mais representativo, entusiástico e esperançoso será ele, e vice-versa.”

A troca de conhecimentos e experiências possibilitou “uma maior lucidez sobre as desigualdades que sofriam [...] Passaram a reivindicar, então, o controle sobre o próprio corpo.” (MAGALHÃES, DIEMINGER, BERTOLDO, 2015, p. 4). As conquistas só foram possíveis devido ao surgimento de uma sociedade pautada pela realidade, mas impulsionada pela cibercultura. Segundo Castells (2014), os movimentos, além de espontâneos, são desencadeados por uma centelha de indignação. As campanhas que serão analisadas no presente artigo fazem parte dessa teoria. Ambas surgiram a partir de um evento específico ou, simplesmente, a partir da necessidade de reação. A rede social adquire, portanto, papel fundamental no novo ativismo de gênero.

3. CHEGA DE FIU FIU E MEU PRIMEIRO ASSÉDIO

Os anos de 2013 e 2015 foram importantes para o site Think Olga e para a luta de gênero. Duas campanhas nasceram da necessidade não só de conceituar o assédio

sexual, mas de trazer para a sociedade o questionamento sobre essa ação que minimiza e menospreza a mulher vítima. Assédio sexual não é elogio. Diariamente, mulheres são obrigadas a lidar com olhares e intimidações de cunho sexual na rua, no trabalho ou no ambiente escolar. São instruídas a entender que as insinuações não passam de uma brincadeira. De acordo com Guacira Louro (1997), tudo que é tido como normal é passível de questionamento.

“Chega de Fiu Fiu é uma campanha contra o assédio sexual em espaços públicos”⁴. A campanha surgiu em junho de 2013, inicialmente, com ilustrações que repudiavam o assédio sexual. Com a eficácia do compartilhamento nas redes sociais, a campanha tornou-se um instrumento de mobilização social contra a causa em questão.

A jornalista Karin Hueck elaborou um estudo online pelo Think Olga para observar a opinião de mulheres. De acordo com a pesquisa realizada⁵, 99,6% das mulheres já haviam sofrido assédio sexual, 83% não achavam legal, 90% já trocaram de roupa antes de sair de casa devido ao assédio e 81%

⁴ THINK OLGA. **Chega de Fiu Fiu**. Disponível em: <<http://thinkolga.com/cheга-de-fiu-fiu/>>. Acesso em: 19 mar. 2016.

⁵ THINK OLGA. **Chega de Fiu Fiu**: resultado da pesquisa. Disponível em: <<http://thinkolga.com/2013/09/09/cheга-de-fiu-fiu-resultado-da-pesquisa/>>. Acesso em: 19 mar. 2016.



XII CONAGES

XII COLÓQUIO NACIONAL REPRESENTAÇÕES
DE GÊNERO E SEXUALIDADES

já deixou de fazer alguma coisa ou ir a algum lugar pelo mesmo motivo. Participaram da pesquisa 7762 mulheres para visibilizar um problema que acontece diariamente. Das cantadas que essas mulheres já receberam nas ruas, “linda” e “gostosa” brigam pelos 84%.

Esse momento foi decisivo para a campanha crescer. Com o compartilhamento da pesquisa em veículos da imprensa, o que era tido como normal para a sociedade passou a ser visto com indignação através de jornais e revistas. Houve, portanto, o recebimento de várias mensagens, destiladas em três categorias: mulheres que se identificavam, homens surpresos com os dados e uma parcela mínima que compartilhava ódio e simpatia à cultura do estupro.

Com todos os elementos em mãos, o Olga criou o Mapa Chega de Fiu Fiu, uma ferramenta de combate ao assédio em locais públicos. A proposta é relacionar os locais e os motivos dos assédios nas áreas da cidade, a fim de resolver a insegurança. Além dos dados espantosos, a campanha provocou a iniciativa de alguns instrumentos de mudança e questionamento social: o e-book *Meu Corpo Não é Seu* e, em breve, o lançamento do documentário *Chega de Fiu Fiu*.

Seguindo a mesma proposta de combate ao assédio, a hashtag #meuprimeiroassedio viralizou no Twitter. A ideia surgiu após uma menina de 12 anos, participante do programa

de TV *MasterChef Júnior*, receber comentários de teor sexual sobre a sua aparência. Para chamar a atenção para a erotização do corpo infantil, o Think Olga resolveu revisitar o passado das mulheres e incentivá-las a escrever sobre o seu primeiro assédio. Em apenas 140 caracteres, mais de 82 mil tweets e retweets estamparam a linha do tempo do Twitter em apenas um dia. Lançada a hashtag #meuprimeiroassedio, a jornalista do site, Juliana de Faria, conseguiu que suas leitoras se apoderassem da própria história e se reconhecessem como vítima de uma sociedade machista. Começou com a experiência de Juliana e encerrou com as experiências de mulheres do Brasil inteiro que resolveram falar que assédio não é normal. A jornalista declarou⁶ que essa atitude “é o empoderamento de enxergar que a opressão é, de fato, uma opressão e não parte da vida. Este é o primeiro e mais importante passo para a mudança”.

Foram analisadas 3111 histórias compartilhadas no Twitter. A conclusão foi que a idade média do primeiro assédio é de 9,7 anos. De acordo com o Google Trends⁷, a

⁶ THINK OLGA. **Hashtag Transformação**: 82 mil tweets sobre o #PrimeiroAssedio. Disponível em: <<http://thinkolga.com/2015/10/26/hashtag-transformacao-82-mil-tweets-sobre-o-primeiroassedio/>>. Acesso em: 26 mar. 2016.

⁷ Idem.



hashtag #meuprimeiroassedio teve mais de 11 mil buscas relacionadas no buscador.

4. ACESSO DO NOVO ATIVISMO

A condição de opressão é constante entre as mulheres. Perceber essa condição foi indispensável para que as campanhas do Think Olga se estruturassem e tivessem um alcance satisfatório. Alguns autores (CISNE, 2016) enquadram essa identificação no terceiro eixo da “consciência militante feminista”: o perceber-se na outra. Consiste no reconhecimento de que todas as mulheres estão na mesma situação de opressão. Segundo Mirla Cisne (2016, p. 34), “esse processo possui uma função fundamental para a formação da consciência, pois contribui diretamente para a desnaturalização da subalternidade feminina”. É possível, ainda, fortalecer a coletividade do movimento a partir da individualidade.

Diante de uma cultura que costuma culpabilizar as vítimas de assédios sexuais, a relação entre homens e mulheres torna-se muitas vezes um exemplo de dominação de gênero. Bourdieu (2002, p.) destaca que essa dominação não requer justificativa e está expressa em todas as esferas. “A divisão entre os sexos parece estar “na ordem das coisas”, como se diz por vezes para falar do que é normal, natural, a ponto de ser inevitável: ela está presente [...] em todo o mundo social”.

As campanhas do site ativista Think Olga incentivaram a discussão e a denúncia do assédio sexual sofrido por mulheres. Com a sociedade em rede e, a partir da perspectiva de gênero incorporada nessas ações, os assédios ganharam ampla publicidade na internet e a ação abusiva deixou de se ser analisada como algo dentro da normalidade para ser algo de urgente combate. Um dos desdobramentos do ciberativismo é maximizar a problemática, gerar uma discussão, por exemplo, em torno do que é tido como natural. Além disso, as campanhas se estabelecem como uma maneira eficaz de dinamizar as experiências e veicular as vivências que acometem quase a totalidade de mulheres do país.

Na história das lutas de gênero, feministas travaram o embate entre a igualdade e a diferença, esbarrando em dificuldades para a aceitação dos dois conceitos como fundamentais para dar sentido um ao outro⁸. No entanto, a característica desigual entre homens e mulheres foi assumida muitas vezes como uma diferença natural entre os sexos. (BIROLI, MIGUEL, 2014). Os assédios nas ruas são traços marcantes da desigualdade de gênero e conseguiram, através das duas campanhas,

⁸ RODRIGUES, C. **Iguais na diferença**. Revista de História da Biblioteca Nacional, Rio de Janeiro, n. 113, p. 19-21, fev. 2015.



XII CONAGES

XII COLÓQUIO NACIONAL REPRESENTAÇÕES
DE GÊNERO E SEXUALIDADES

mostrar que a dominação masculina é histórica e secular. Os assédios são apenas a ponta do iceberg.

Essas ações são um acesso da cibermilitância e da nova geração de ativistas que tomaram conta do movimento feminista. O site Think Olga trouxe uma discussão que acontece desde o século XVIII. Numa evolução de redes urbanas para redes cibernéticas, o Chega de Fiu Fiu e #meuprimeiroassedio compartilharam a concepção de liberdade buscada pelas mulheres, a necessidade de segurança e a reestruturação de uma sociedade marcadamente machista.

Como um reflexo da “segunda onda” do movimento feminista, cujo sexo era questionado como definidor de comportamento⁹, as campanhas apresentadas fazem parte de mais uma luta pelo próprio corpo. Pela posse de si mesma. As redes sociais expuseram como violento algo que não era entendido como violência¹⁰. A imersão do feminismo e do gênero na sociedade em rede possibilitou uma ação mais difundida na sociedade de que os corpos femininos não são objetos ou símbolos de

⁹ PEDRO, J. M. **Meu corpo, minhas regras**. Revista de História da Biblioteca Nacional, Rio de Janeiro, n. 113, p. 30-33, fev. 2015.

¹⁰ GRILLO, C.; OLIVEIRA, G.; BUSCATO, M. **A primavera das mulheres**. Revista Época, São Paulo, n. 909, p. 66-82, nov. 2015.

empréstimo. Com a possibilidade de atingir meios mais extensos, a cibercultura se estabeleceu como ferramenta indispensável para a propagação do feminismo e das lutas das mulheres pelo pertencimento do próprio corpo.

Com a iniciativa do Think Olga, as denúncias de violência contra a mulher no disque-denúncia aumentaram em 2015 40% em relação a 2014¹¹. Por conta das campanhas, o 180 recebeu 63.090 ligações contra violência física, moral ou psicológica, de acordo com dados divulgados pela Central de Atendimento à Mulher.

Ficou a cargo do ativismo e do empoderamento feminista combater a dominação histórica, exercida por uma cultura sexista e baseada no sistema patriarcal. (MAGALHÃES, DIEMINGER, BERTOLDO, 2015).

As campanhas do Olga podem ainda serem observadas como dois exemplos de apropriação: a apropriação do ambiente cibernético como espaço de atuação e movimento e a apropriação de si mesmas, fazendo as mulheres se reconhecerem como sujeitos ativos e participantes de uma

¹¹ **Campanhas feministas na internet aumentam o número de denúncias no 180**. Revista Fórum, Porto Alegre. Disponível em: <<http://www.revistaforum.com.br/2015/11/30/campanhas-feministas-na-internet-aumentam-numero-de-denuncias-no-180/>>. Acesso em: 25 abr. 2016.



sociedade. Numa coletividade patriarcal, o corpo das mulheres não pertence a elas mesmas. Quando campanhas como Chega de Fiu Fiu e Meu Primeiro Assédio explodem nas redes sociais é um sinal de que o movimento feminista está conseguindo responder as suas pautas. Como uma espécie de fenômeno, Mirla Cisne explica na Revista Cult (2016, nº 210), que “ao adquirirmos uma consciência feminista, passamos a nos perceber como pessoas – possuímos um corpo que nos pertence, com vontade e desejos próprios. Ou seja, aqui, deixamos de pertencer ao outro e, de apropriadas, passamos a nos apropriar de nós mesmas”.

Já a apropriação do espaço cibernético acontece quando as campanhas são viralizadas nas redes sociais e no site do Think Olga. Um espaço coletivo e de ampla difusão substitui, nessa situação, o espaço de movimentos sociais tradicionais: a rua, o espaço urbano. No entanto, é com essa apropriação que as campanhas adquirem consciência coletiva sobre a amplitude do problema que resvala sobre as mulheres.

5. CONCLUSÃO

Embora a discussão já date o século XIX, a luta das mulheres continua e adquire uma nova roupagem, através da imersão do movimento feminista nas redes sociais e no espaço virtual, tecnológico e cibernético. É

possível perceber a mudança na atuação dos grupos político-ideológicos, representados, por exemplo, pelo Think Olga, quando campanhas como Chega de Fiu Fiu e Meu Primeiro Assédio estampam as principais redes da internet. O ano 2015 foi fundamental para que essa expressão fosse atingida, quando artistas do mundo todo aderiram à causa como uma só luta: o feminismo.

O empoderamento cresceu na medida em que a cibercultura também avançou. Publicar os assédios na internet de maneira massiva foi uma forma de estabelecer uma troca de experiências entre mulheres que vivem o problema diariamente. No entanto, também foi possível atingir agressores, poder público, pesquisadores e outros interessados pelo assunto. Os números das campanhas demonstram a sua eficácia na discussão do assédio sexual e os resultados físicos, como o E-book Meu Corpo Não é Seu e o documentário com lançamento em breve, dão a noção de amplitude de espaços, demonstrando o desejo de estender o alcance para o público não conectado. O ativismo online é uma luta de empoderamento recente, mas que traz a possibilidade de mudança do cenário patriarcal para uma cultura participativa.

6. REFERÊNCIAS



BIROLI, F.; MIGUEL, L. F. **Feminismo e Política**: uma introdução. São Paulo: Boitempo, 2014.

BOURDIEU, P. **A Dominação Masculina**. Traduzido por Maria Helena Kuhner. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

Campanhas feministas na internet aumentam o número de denúncias no 180.

Revista Fórum, Porto Alegre. Disponível em: <<http://www.revistaforum.com.br/2015/11/30/campanhas-feministas-na-internet-aumentam-numero-de-denuncias-no-180/>>.

Acesso em: 25 abr. 2016.

CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CISNE, M. **Dossiê percepções do feminino e ações feministas**. Revista Cult, São Paulo, n. 210, p. 32-49, mar. 2016.

GRILLO, C.; OLIVEIRA, G.; BUSCATO, M. **A primavera das mulheres**. Revista Época, São Paulo, n. 909, p. 66-82, nov. 2015.

LOURO, G. L. **Gênero, sexualidade e educação**: uma perspectiva pós-estruturalista. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

MAGALHÃES, B.; DIEMINGER, C.; BERTOLDO, J. **Chega de Fiu Fiu**:

ciberfeminismo contra o assédio sexual. Santa Maria, RS, 2015.

MATOS, M. **A Quarta onda feminista e o Campo crítica-emancipatório das diferenças ao Brasil**: entre a destradicionalização social e o neoconservadorismo político. Caxambu, MG, 2014.

PEDRO, J. M. **Meu corpo, minhas regras**. Revista de História da Biblioteca Nacional, Rio de Janeiro, n. 113, p. 30-33, fev. 2015.

RODRIGUES, C. **Iguais na diferença**. Revista de História da Biblioteca Nacional, Rio de Janeiro, n. 113, p. 19-21, fev. 2015.

SIMÕES, I. A. G. **A Sociedade em Rede e a Cibercultura**: dialogando com o pensamento de Manuel Castells e de Pierre Lévy na era das novas tecnologias de comunicação. João Pessoa, PB, 2009.

SOUSA, L. M. A.; GARCIA, D. A. **A Marcha das Vadias nas redes sociais**: um discurso de militância? São Paulo, 2014.

THINK OLGA. **Chega de Fiu Fiu**. Disponível em: <<http://thinkolga.com/cheга-de-fiu-fiu/>>. Acesso em: 19 mar. 2016.

_____. **Chega de Fiu Fiu**: resultado da pesquisa. Disponível em: <<http://thinkolga.com/2013/09/09/cheга-de-fiu-fiu-resultado-da-pesquisa/>>. Acesso em: 19 mar. 2016.



XII CONAGES

XII COLÓQUIO NACIONAL REPRESENTAÇÕES
DE GÊNERO E SEXUALIDADES



www.generoesexualidade.com.br

(83) 3322.3222

contato@generoesexualidade.com.br