

UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO
CURSO DE JORNALISMO

KARINA CAROLINA PERES SANTOS

**#DeixaElaTrabalhar: uma análise da repercussão e das apropriações da
campanha na luta contra o assédio no jornalismo esportivo**

Monografia

Mariana
2020

KARINA CAROLINA PERES SANTOS

**#DeixaElaTrabalhar: uma análise da repercussão e das apropriações da
campanha na luta contra o assédio no jornalismo esportivo**

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo
da Universidade Federal de Ouro Preto como
requisito parcial para obtenção do título de
Bacharel em Jornalismo

Orientadora: Prof a. Dra. Michele da Silva Tavares

Mariana
2020



FOLHA DE APROVAÇÃO

Karina Carolina Peres Santos

#DeixaElaTrabalhar: uma análise da repercussão e das apropriações da campanha na luta contra o assédio no jornalismo esportivo

Monografia apresentada ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo

Aprovada em 30 de outubro de 2020.

Membros da banca

Dra. Michele da Silva Tavares - Orientadora (Universidade Federal de Ouro Preto)
Dra. Hila Bernardete Silva Rodrigues (Universidade Federal de Ouro Preto)
Dra. Lara Linhalis Guimarães (Universidade Federal de Ouro Preto)

Michele da Silva Tavares, orientadora do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 06/07/2021.



Documento assinado eletronicamente por **Michele da Silva Tavares, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 06/07/2021, às 11:26, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0190494** e o código CRC **F831F98D**.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é a conclusão de um sonho, que só foi possível graças às duas pessoas mais importantes da minha vida: minha mãe, Norma de Lourdes Peres e o meu pai, Adão Marciano de Souza Santos. Vocês nunca mediram esforços para que eu pudesse alcançar meus objetivos. O apoio e o amor incondicional que demonstram por mim, nunca me permitiram desistir, por isso, dedico este trabalho a vocês.

Do mesmo modo, não posso deixar de agradecer às pessoas que estiveram ao meu lado durante essa caminhada. Agradeço a toda minha família, principalmente a minha irmã Kelly, por todo apoio e companheirismo, e a minha sobrinha Luísa, por sempre acreditar nos meus sonhos e me inspirar a ser uma pessoa melhor.

Considero que uma das minhas maiores sorte na vida é encontrar pessoas incríveis por onde quer que eu passe, e na universidade não foi diferente. Por isso, agradeço de todo o meu coração aos amigos: Deivid, Larissa, Suzane, Luana, Lorena e Maic. Vocês acreditam em mim mais do que eu mesma e estiveram comigo nos meus melhores e piores momentos, sempre me apoiando e demonstrando um carinho sincero. Eu amo vocês mais do que consigo expressar com palavras. Agradeço também aos meus grandes amigos de Congonhas, por compreenderem minha ausência e entenderem que a amizade vai além da presença física. Principalmente à Ana Flávia, Débora e Sarah, sou muito grata por contar com a amizade de cada uma na minha vida, amo vocês. Um agradecimento mais que especial ao meu grande amor, Rafael. Obrigada por estar ao meu lado há tantos anos, seu apoio é fundamental na minha história, não sei como existir sem você, eu te amo.

Agradeço a República Travessa, por ter me acolhido e incluído no dia a dia como se eu realmente morasse com vocês. Isso me rendeu os melhores momentos da minha graduação e vida. Obrigada por terem me dado uma família longe de casa. Amo e admiro cada uma de vocês.

Agradeço à professora e minha orientadora, Michele Tavares, por compartilhar de maneira tão generosa seus conhecimentos comigo. Eles foram essenciais para a conclusão deste trabalho.

Agradeço à Universidade Federal de Ouro Preto por ser uma instituição de ensino pública de qualidade que me forneceu todas as ferramentas para me tornar uma profissional qualificada. Agradeço os orientadores, bolsistas, voluntários e todos os envolvidos no programa de extensão “Sujeitos de Suas Histórias”. Ter participado desse projeto foi uma das experiências mais especiais da minha graduação, os conhecimentos adquiridos nele sobre igualdade de gênero estão presentes neste trabalho. Levarei tudo o que aprendi no projeto por toda a minha vida.

Agradeço a instituição “Comunidade da Figueira”, estagiar neste lugar foi a melhor decisão que tomei nos últimos tempos. As experiências, o carinho e o respeito que demonstraram por mim me transformaram profundamente como ser humano. Lá é realmente um pedacinho do céu na terra. Agradeço também a minha querida “tia Sol”, você cuida de todos na Figueira com um amor tão grande que transborda e atinge a todos ao seu redor e foi assim comigo também. Sempre vou me lembrar dos seus conselhos e carinho, obrigada por tudo.

Por fim, mas não menos importante, agradeço a Deus por me permitir viver todas essas experiências. Até mesmo durante os momentos mais difíceis, você me provou que sempre está no comando e tem o melhor reservado para mim. Com diria, *How I Met Your Mother*, minha série favorita, temos que nos lembrar sempre que “O que realmente importa na vida não é o destino e sim a jornada”. E não podemos negar que a minha jornada na UFOP foi legendária. Obrigada a todos os envolvidos.

“A única paixão admissível para as mulheres é o amor, mas, mesmo neste caso, a verdadeira felicidade é impossível”

Andrea Nye

RESUMO

Em 2018, a campanha #DeixaElaTrabalhar ganhou a internet e os noticiários nacionais e internacionais após denunciar diversos casos de assédio que as mulheres sofrem no jornalismo esportivo. A campanha teve grande adesão e se mostrou uma estratégia potente na luta contra o assédio. Desse modo, este trabalho busca entender como a internet se tornou um ambiente de luta para as mulheres, através do conceito de mediatização, da quarta onda do feminismo e do ciberfeminismo. A pesquisa também pretende compreender como se deu a apropriação dessa campanha na internet. Para tal, foi realizada uma análise de oito publicações que utilizaram a hashtag na rede social *Instagram*. A partir desse movimento, constatamos que a #DeixaElaTrabalhar foi acionada como um potente instrumento de denúncia de casos de assédio e conseguiu reverberar essa pauta em diferentes contextos e para diferentes públicos. Além disso, essa pesquisa também aponta as possíveis causas da dificuldade histórica que as mulheres enfrentam para se inserirem no mercado de trabalho e que reverberam até hoje no jornalismo esportivo.

Palavra-chave: #DeixaElaTrabalhar, ciberfeminismo, jornalismo esportivo

ABSTRACT

In 2018, the #DeixaElaTrabalhar campaign won the internet and the national and international news after reporting several cases of harassment that women suffer in sports journalism. The campaign was very popular and proved to be a powerful strategy in the fight against harassment. Thus, this work seeks to understand how the internet has become a fighting environment for women, through the concept of mediatization, the fourth wave of feminism and cyberfeminism. The research also intends to understand how this campaign was appropriated on the internet. To this end, an analysis was carried out of eight publications that used the hashtag on the social network *Instagram*. Based on this movement, we found that #DeixaElaTrabalhar was used as a powerful instrument to denounce harassment cases and managed to reverberate this agenda in different contexts and for different audiences. In addition, this research also points out the possible causes of the historical difficulty that women face to enter the labor market and that reverberate today in sports journalism.

Keywords: #DeixaElaTrabalhar, cyberfeminism, sports journalism

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1: Renata Fan.....	22
FIGURA 2: Larissa Erthal.....	22
FIGURA 3: Fernanda Gentil.....	23
FIGURA 4: Bárbara Coelho.....	23
FIGURA 5: Ilustração da repórter Júlia Guimarães segurando um microfone, com uma legenda e ao lado o texto que acompanha a imagem.....	53
FIGURA 6: Print de um vídeo, acompanhado por um texto.....	56
FIGURA 7: Repórter Mari Rios segurando um microfone em um campo de futebol, ao lado o texto que acompanha a imagem.....	59
FIGURA 8: Imagem com o fundo preto e a frase #deixeleasediar?, ao lado o texto que acompanha a publicação.....	60
FIGURA 9: Terceira parte do texto.....	61
FIGURA 10: Charge que ilustra o assédio sofrido por uma mulher estrangeira durante a Copa de 2018 por torcedores brasileiros.....	63
FIGURA 11: Momento exato em que Repórter Laura Zago (segurando o microfone) e a entrevistada foram surpreendidas pelo assediador.....	65
FIGURA 12: Print da repórter Monique Danello em uma entrada ao vivo durante a Copa do Mundo de 2018, momentos antes de ser assediada	67
FIGURA 13: Print da repórter Karine Alves durante entrada ao vivo, minutos antes de ser assediada	69

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	08
1 A ATUAÇÃO DA MULHER NO JORNALISMO ESPORTIVO	11
1.1 O início da #DeixaElaTrabalhar e a mulher no mercado de trabalho.....	11
1.2 A atuação da mulher no jornalismo esportivo (violências, desigualdades e conquistas).	17
2 AS PAUTAS FEMINISTAS NO CONTEXTO MIDIATIZADO	33
2.1 Ciberfeminismo e o Feminismo Mdiatizado	34
2.2 O ciberativismo e o engajamento nas redes	44
3 MAPEAMENTO E APROPRIAÇÕES DA CAMPANHA “DEIXA ELA TRABALHAR”	50
3.1 Metodologia.....	50
3.2 Categorização e análise das publicações.....	52
3.3 Resultados das análises	71
4 CONCLUSÃO	73
REFERÊNCIAS	75

INTRODUÇÃO

A campanha #DeixaElaTrabalhar ganhou as redes sociais no dia 26 de março de 2018 e escancarou um cenário de machismo e assédio que as jornalistas esportivas enfrentam no exercício da profissão. Em um vídeo¹, cerca de 52 mulheres que trabalham com o esporte, relatam que todas elas já sofreram assédios, falam palavras de ordem e pedem pelo direito de trabalhar. Diante desse cenário, identificamos como problema de pesquisa o assédio que as jornalistas sofrem na cobertura esportiva. Entretanto, as mulheres não sofrem violências somente nesta área, historicamente elas encontraram dificuldades para conquistar direitos básicos, como o voto e o trabalho.

A princípio, a ideia para esse trabalho era a de que ele fosse um produto, um livro reportagem. Porém, ao longo da pesquisa encontramos alguns desafios que não permitiram que o projeto se concretizasse. Por exemplo, não conseguimos número suficiente de mulheres atuando no jornalismo esportivo da região de Minas Gerais, somente fora do estado, o que se tornou inviável por questões financeiras. Entretanto, optamos por continuar com a #DeixaElaTrabalhar como objeto de estudo, pois ela reúne, de certa maneira, os aspectos que foram falados até aqui. A campanha traz diversas mulheres que denunciam os casos de assédio que sofreram ao realizar coberturas esportivas, e a luta diária que elas travam para tentar dar fim a essa violência. Através dela, entra-se em novas formas de se fazer o jornalismo, além de perceber que ela representa um novo espaço conquistado pelas mulheres para darem fim ao silenciamento da mídia perante as suas mazelas: a internet.

Utilizando como objeto a campanha, pretende-se compreender como a repercussão da *hashtag* nos meios de comunicação e o seu engajamento na internet colaboraram com o fim de um silenciamento histórico que elas enfrentam no jornalismo esportivo, levando muitas profissionais a denunciarem diversos casos dessa violência utilizando a #DeixaElaTrabalhar. Um dos objetivos desta pesquisa é, portanto, refletir qual sobre o papel da internet nessa ruptura de silenciamento, além de entender como a campanha dialoga com a luta feminista e com outros movimentos e campanhas que também surgiram no ambiente digital tendo as pautas femininas como protagonistas.

Desse modo, o trabalho foi estruturado em três capítulos. O primeiro intitulado de “A atuação da mulher no jornalismo esportivo”, aborda o histórico da mulher no mercado de

¹ Vídeo da campanha. Disponível em: <https://www.facebook.com/watch/?v=381248229014423>. Acesso em: 03 de outubro de 2020.

trabalho. Portanto, foram acionados alguns autores que permitiram entender os desafios e preconceitos que perpassam a mulher na nossa sociedade. Os livros “Teoria Feministas e Filosofia dos Homens” (1995) e “Gênero e Desigualdades. Limites da Democracia no Brasil” (2017) foram essenciais para a construção desta pesquisa.

Quando retornamos para o cenário da #DeixaElaTrabalhar, observamos que a cobertura do futebol é uma das que as mulheres mais sofrem preconceitos e todos os casos relatados na campanha acontecerem nessa modalidade. Desse modo, o primeiro capítulo também aborda a atuação da mulher no jornalismo esportivo, além de buscar compreender a relação do povo brasileiro com o futebol. Para esse entendimento, foram utilizados dois autores: Marcos Guterman (2009) e José Miguel Wisnik (2008). O primeiro possibilitou realizar um pequeno resgate histórico do futebol no país. Com isso, foi possível entender que a mulher sempre ocupou um lugar sem muita importância, servindo apenas de “adorno” para o desporto. Posteriormente, embasada nos conceitos de Wisnik (2008), procuramos compreender o futebol como uma expressão dos brasileiros. Então, foi possível traçar um paralelo entre a estrutura política do patriarcado com o esporte, o qual os homens também exercem uma dominação sobre as mulheres. O que nos leva a Pierre Bourdieu (2010), suas ideias e concepções circularam boa parte do trabalho, ele foi de extrema importância para tentar compreender alguns comportamentos masculinos na sociedade, no futebol, e a relação deles com a mulher e o esporte.

O segundo capítulo “As pautas feministas no contexto midiático” aborda o conceito de midiaticização de Sgorla (2009) e Braga (2006) para compreender a evolução nos meios de comunicação que resultaram na integração da internet como um instrumento comunicacional. A partir disso, percebemos que as mulheres utilizaram a internet para pautar suas próprias questões e lutar por igualdade, revelando um novo termo: o ciberativismo. Para este ponto da pesquisa, foi feito um pequeno levantamento histórico dos momentos do feminismo, até a chegada da quarta onda e do ciberativismo. Para tal, foram acionados os conceitos de Silva (2019) que salientou sobre como o feminismo contemporâneo e, graças à internet, possibilita o engajamento de mulheres de identidades múltiplas. E também de Duarte (2019) que trouxe um recorte nacional sobre o feminismo. Além de uma nova forma de fazer ativismo, o que nos leva à teoria do Ciborgue difundida por Donna Haraway (1985). Os seus conceitos ajudam a compreender a relação entre máquina e ser humano, e como a apropriação desses meios pelas mulheres seria essencial para a renovação e sobrevivência do feminismo.

Com a percepção da emergência da quarta onda e do ciberfeminismo caracterizada principalmente pelo uso das redes sociais, chegamos no terceiro capítulo “Mapeamento e

apropriações da campanha "Deixa Ela Trabalhar". No qual, optou-se por fazer uma análise da repercussão da campanha e suas apropriações no *Instagram* para tratar do caso que motivou a campanha e também outras situações de assédio similares. Esta rede social foi escolhida pelo fato de permitir um estudo verbo-visual, no qual foram analisados imagens e texto juntos, um complementando o outro. Para observar a repercussão, foi realizado um mapeamento do uso da *hashtag* no *Instagram*, as características das publicações nos levou a categorizá-las em grupos distintos, sendo eles: apropriação pelas redes sociais, a *hashtag* como instrumento de denúncia, apropriações individuais pelas profissionais da área, apropriações da *hashtag* pela imprensa esportiva. Esse movimento também permitiu identificar diferentes apropriações da campanha para tratar do caso que a motivou e também outros casos de assédio similares. As análises foram construídas embasadas nos conceitos de Bauer (2003), Ambrose e Harris (2005) e Penn (2003).

1. A ATUAÇÃO DA MULHER NO JORNALISMO ESPORTIVO

O primeiro capítulo abre uma discussão geral sobre a presença da mulher no mercado de trabalho, abordando as concepções históricas que as delimitam ao lar, além de acionar conceitos teóricos e pesquisas que previamente indicam possíveis justificativas para a dificuldade de inserção que a mulher tem no mercado de trabalho. Posteriormente, o foco é voltado especificamente para a atuação da mulher no jornalismo esportivo. A cobertura esportiva onde acontece os casos mais explícitos de machismo e de assédio é a do futebol. Portanto, o capítulo também traz um breve histórico desse esporte no país. Ele será apresentado como uma expressão do povo brasileiro, sendo um reflexo do sistema patriarcal que a sociedade está inserida. Será analisado a maneira como o desporto tratava e excluía as minorias, até chegar na exclusão por gênero, a fim de entender como era a participação feminina desde seu início no Brasil.

1.1. O início da #DeixaElaTrabalhar e a mulher no mercado de trabalho

No dia 13 de março de 2018, Bruna Dealtry, ex-repórter do canal de televisão Esporte Interativo, realizava a cobertura da partida entre Vasco da Gama x Universidad do Chile, pela Copa Libertadores da América 2018, no Estádio São Januário, Rio de Janeiro. Como é comum em jogos importantes, a profissional estava ao vivo no meio da torcida, o intuito era relatar o clima de festa entre os torcedores, entretanto, o seu trabalho foi interrompido quando um homem a beijou de surpresa. Visivelmente abalada, Bruna declarou² “Isso não foi legal, né? Isso não precisava, aconteceu, e vamos seguir o baile por aqui”. A repórter continuou o seu trabalho até o fim, mas depois do fato, usou as redes sociais para desabafar sobre o caso. Com o título, “Sou repórter de futebol, sou mulher e mereço ser respeitada” ela publicou no *Facebook* e *Instagram* o seguinte texto:

Sempre fui uma repórter que adora uma festa de torcida. Não me importo com banho de cerveja, torcedor pulando, pisando no meu pé... sempre me deixo levar pela emoção e tento sentir o momento para fazer o meu trabalho da melhor maneira possível. Sempre me orgulhei por ter uma boa relação com todas as torcidas e por ser tratada com muito respeito!! Mas hoje, senti na pele a sensação de impotência que muitas mulheres sentem em estádios, metrô, ou até mesmo andando pelas ruas. Um beijo na boca, sem a minha permissão, enquanto eu exercia a minha profissão, que me deixou sem saber como agir e sem entender como alguém pode se sentir no direito de agir assim. Com certeza o rapaz não sabe o quanto eu ralei para estar ali. O quanto eu estudei e me esforcei para ter o prazer de poder contar histórias incríveis e estar em

² Relato da repórter acompanhado pelo vídeo que mostra o momento do assédio. Disponível em: <https://www.facebook.com/BrunaDealtryEI/videos/2052816038066618/> Acesso em: 25 de maio de 2020.

frente às câmeras mostrando tudo ao vivo. Faculdade, cursos, muitos finais de semana perdidos, muitos jogos de futebol analisados, estudo tático, técnico, pesquisas etc. Mas pelo simples fato de ser uma mulher no meio de uma torcida, nada disso teve valor para ele. Se achou no direito de fazer o que fez. Hoje, me sinto ainda mais triste pelo que aconteceu comigo e pelo que acontece diariamente com muitas mulheres, mas sigo em frente como fiz ao vivo. Com a certeza que de cabeça erguida vamos conquistar o respeito que merecemos e que o cidadão que quis aparecer é quem deve se envergonhar do que fez. Sou repórter de futebol, sou mulher e mereço ser respeitada (Dealtry, Bruna. “Sou repórter de futebol, sou mulher e mereço ser respeitada” (Rio de Janeiro, 13 de mar. 2018).

A experiência vivida por Bruna não é um caso isolado na cobertura desse campeonato. A Copa Libertadores da América é considerada a competição mais importante da América do Sul. Sua primeira edição foi em 1960 e ainda hoje, as jornalistas esportivas passam por casos de assédio relacionados a cobertura do evento. Os mais recentes são os das jornalistas Laura Gross³ e Camila Diesel⁴. A primeira cobria Internacional contra River Plate, no dia 03 de abril de 2019, pela Rádio Guaíba, quando um torcedor fez declarações sobre o seu físico e posteriormente segurou o seu rosto e tentou beijá-la a força. Pela mesma rádio e também cobrindo um jogo da Libertadores, Camila denunciou outro caso de assédio. Segundo ela, durante a cobertura de Internacional e Nacional (URU), no dia 31 de julho de 2019, um torcedor agarrou e beijou sua bochecha, bem próximo a boca, sem seu consentimento.

A partir dos exemplos citados é possível ter uma noção do porquê a campanha #DeixaElaTrabalhar conquistou a adesão de tantas jornalistas. O caso de Bruna foi o estopim, e seu relato sensibilizou outras jornalistas esportivas, que se identificaram com o ocorrido. Unidas, elas criaram e lançaram a campanha #DeixaElaTrabalhar. Por meio de um vídeo em preto e branco, cerca de 52 jornalistas dizem palavras de ordem e pedem: “Deixa ela trabalhar”. A campanha rapidamente se espalhou pela internet e meios de comunicação, resultando na criação de uma página no *Facebook* que atualmente tem 21.296 curtidas, uma conta no *Twitter* com 5.690 seguidores e no *Instagram* (que será analisado de forma mais profunda no capítulo II) a conta do movimento possui 11,6 mil seguidores e 80 publicações. No *Facebook Watch* o vídeo já alcança mais 1 milhão de visualizações. Além disso, o movimento conquistou apoio de diversas pessoas influentes nas mídias brasileiras e ganhou repercussão internacional em canais de televisão como: *BBC news*, *Mundo Deportivo* e *El país*. Ela também foi pauta em mais de 37 veículos de notícias na internet dos mais variados temas, de informações gerais

³ Repórter gaúcha denuncia caso de assédio sexual durante jogo da Libertadores. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/nacional/2019/04/06/interna_nacional,1044352/reporter-gaucha-denuncia-caso-de-assedio-sexual-durante-libertadores.shtml Acesso em: 25 de maio de 2020.

⁴ Repórter sofre assédio durante jogo do Internacional na Libertadores. Disponível em: <https://www.lance.com.br/fora-de-campo/reporter-sofre-assedio-durante-jogo-internacional-libertadores.html> Acesso em: 25 de maio de 2020.

como Veja, Correio Braziliense, Terra e Record. Sites voltados para o público feminino como Marie Claire e de coberturas esportivas como, UOL Esportes, Torcedores, Trivela, Esporte ao minuto e SuperEsportes. Os que veiculam temas de cunho feminista também deram grande repercussão ao caso como, Valkirias, Azmina e Dibradoras e até mesmo internacionais como o *Journalism in the americas*. O que mais chama atenção no vídeo da campanha, foi que todas elas afirmaram: “já aconteceu comigo, já aconteceu com todas nós”. O assédio é o denominador comum entre todas as 52 jornalistas que aderiram ao projeto, e possivelmente de outras tantas que não aparecem no vídeo, mas que com a #DeixaElaTrabalhar ganharam uma nova forma de lutar contra essa violência.

Homens e mulheres não ocupam o mesmo lugar na sociedade, isso porque, segundo Silva (2019), elas tiveram que lutar por direitos civis já considerados básicos a eles, como o direito ao voto e a participação na vida política e pública. A conquista dessas atribuições já garantidas aos homens teve grande participação do movimento feminista, ele proporcionou que as mulheres se organizassem para lutar pela igualdade entre os gêneros. No Brasil, o papel delas começou a se modificar junto com a crescente do feminismo e com a conquista do direito ao voto. “O movimento feminista começou a ganhar força a partir da década de 30, tendo como um dos momentos mais marcantes a conquista do direito ao voto, no ano de 1932, no governo do presidente Getúlio Vargas” (SILVA, 2019, p.10).

Segundo Duarte (2019) essas ações atravessaram décadas e transformaram as relações entre homens e mulheres “é inquestionável quando se constata que suas bandeiras mais radicais [do movimento feminista] se tornaram parte integrante da sociedade, como o direito de a mulher frequentar a universidade, escolher sua profissão, receber salários iguais e candidatar-se ao que quiser” (DUARTE, 2019, p.25). Com a abertura proporcionada pelo feminismo, as mulheres conquistaram muitos direitos, mas isso não garantiu igualdade entre os gêneros, elas continuam a lutar por muitas pautas, como por exemplo um ambiente de trabalho digno. Incentivadas pela necessidade de complementação de renda, mundialmente, o ingresso da mulher no mercado de trabalho se deu de forma mais intensa a partir da Revolução Industrial (AMARAL, 2012), aos poucos elas foram deixando o espaço das fábricas e ocupando as empresas, entretanto, Corrêa (2014), ressalta que a elas cabiam as atividades subalternas e os homens os cargos de poder.

No Brasil, segundo Corrêa (2014), no século XVIII, as mulheres estavam no mercado de trabalho como costureiras, doceiras, cozinheiras, lavadeiras e criadas. Ainda pela visão da autora, no século XIX, os avanços na industrialização e na tecnologia levaram as mulheres com poucas oportunidades de trabalho a exercer atividades ditas tipicamente femininas, como professoras e empregadas das fábricas têxteis. Segundo Biroli (2016), a partir dos anos 1970

que a presença das mulheres no mercado de trabalho no país se ampliou progressiva e significativamente. Para Santos, Pereira e Borges (2005) a estagnação econômica, a inflação elevada e as mudanças na estrutura de emprego vividas no país na década de 80, foram os principais fatores de relevância para a mulher se inserir ainda mais no mercado de trabalho.

Sendo assim, a mulher foi aos poucos ocupando o seu lugar no mercado, entretanto, elas continuam enfrentando diversos desafios, pois ainda se deparam com “desigualdades como manutenção do emprego, salário e ascensão profissional” (CORRÊA, 2014, p. 26). Para muitas, esse é um meio hostil, no pensamento de alguns homens elas estão invadindo um território deles, e, como consequência, eles começam a perder o controle histórico sobre elas, que passam a conquistar poder econômico. Para Pierre Bourdieu (2010), isso ocorre pelo fato de que a divisão social do trabalho é uma forma de fundamentar a dominação masculina. “O lugar de assembléia ou de mercado, reservado aos homens, e a casa, reservada às mulheres” (BOURDIEU, 2010, p.18). Na visão de Flávia Biroli (2017), existe uma divisão sexual do trabalho que define historicamente o que é trabalho de mulher, suas competências e seu lugar. E como consequência disso, foram criadas hierarquias de gênero na sociedade, que ativaram restrições e desvantagens que definem a trajetória das mulheres.

O pensamento de Andrea Nye, no livro *Teoria Feminista e as Filosofias do Homem* (1995), dá sinais de que um dos resultados dessa hierarquia é o pensamento social que diz e acredita que a mulher foi feita para as obrigações domésticas. Além de ser mais uma forma que o homem encontra para exercer sua dominação, “o lugar da mulher é no lar, onde ela é subordinada ao melhor julgamento do homem (NYE, 1995, p.19). Essa divisão acarreta efeitos reais em vários âmbitos da vida da mulher, “tem impacto profundo nas democracias contemporâneas, uma vez que o equilíbrio entre trabalho remunerado e não remunerado e o acesso diferenciado a ocupações incidem nas hierarquias que definem as possibilidades de presença e de exercício de influência no sistema político” (BIROLI, 2016, p.724-725).

A mulher que recusa seguir o destino que lhe é sacramentado desde o nascimento e partir para o “lugar” social que antes era exclusivo do homem, enfrenta muitas barreiras, pois “o direito legal da mulher de escolher um estilo de vida ‘não-tradicional’ nada fez para atenuar o estigma social e as dificuldades práticas que devem resultar da escolha” (NYE, 1995, p.33). Elas, por muitas vezes, são estereotipadas e tem muitas dificuldades para chegar em uma função de chefia. Portanto, mesmo que as mulheres tenham conseguido escapar das dominações do lar, elas encontram no trabalho uma reprodução de sua vida privada. “Mesmo quando escapam das responsabilidades conjugais, veem-se em locais de trabalho que são uma réplica da família patriarcal, com o homem no topo e as mulheres serviçais no fundo” (NYE, 1995, p.38).

Em outras funções, por vezes realizando o mesmo trabalho que os homens, as mulheres são remuneradas de forma inferior ou desigual. Segundo o relatório “País Estagnado: um retrato das desigualdades brasileiras da Oxfam Brasil”⁵, em 2017, enquanto a mulher tinha renda mensal de R\$ 1.798,72, a dos homens era de R\$ 2.578,15. E mesmo quando são reajustados em cenário nacional, os salários masculinos têm maiores acréscimos do que os femininos. “Em relação ao ano anterior, ambos [salários] tiveram incrementos médios gerais de renda, com um aumento de 5,2% nos rendimentos dos homens correspondentes a mais que o dobro do obtido pelas mulheres (2,2%)”. Biroli (2016) reforça que essa desigualdade salarial não significa um despreparo feminino, ela afirma que o que ocorre é justamente o contrário “as mulheres têm mais tempo de ensino formal que os homens e são a maior parte dos indivíduos que completam o ensino superior” (Biroli, 2016, p.3).

Quando se olha para o campo do Jornalismo, o qual segundo Santos e Temer (2018), as mulheres são maioria, além da desigualdade salarial e da dupla jornada, elas ainda enfrentam discriminações que envolvem os aspectos éticos. Outras dificuldades também acompanha as jornalistas, isso é o que indica uma pesquisa realizada por elas com mulheres que atuaram no jornalismo televisivo de Goiânia. Uma das entrevistadas relatou que em um dos locais onde trabalhou “as mulheres atuavam apenas na produção e eram tratadas como o “sexo mais frágil” pelos homens que exerciam a função de chefe” (SANTOS; TEMER, 2018, p. 21). Em um segundo local, ela afirma que sofreu discriminação de gênero e que era agredida verbalmente de várias maneiras. “Todas as formas que ele encontrava de nos humilhar, de colocar algum termo pejorativo para nós mulheres, ele colocava... Em muitos momentos, até no ar, ele foi muito agressivo, muito grosseiro, eu diria. ... como a gente precisava do emprego, a gente sempre achava que o problema era com ele, não com a gente” (SANTOS; TEMER, 2018, p.21). Outra entrevistada relatou as dificuldades que encontrava para se impor e liderar sua equipe. “A insubordinação era constante e, às vezes, tinha que assumir uma postura mais “dura” para fazer valer suas decisões. Os colegas faziam piadas, dizendo que ela estava “naqueles dias”, e nem sempre cumpriam suas exigências, o que, acredita a entrevistada, não ocorreria com um repórter” (SANTOS; TEMER, 2018, p.21).

Uma recente pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) e a Gênero e Número⁶, também revelou dados alarmantes sobre os variados tipos de assédio e violência que as mulheres sofrem nas redações pelo Brasil. O estudo teve a

⁵País estagnado: Um retrato das desigualdades brasileiras 2018. Disponível em: <https://oxfam.org.br/um-retrato-das-desigualdades-brasileiras/pais-estagnado/>. Acesso em 19 de maio de 2020.

⁶ Mulheres no Jornalismo Esportivo. Disponível em: <http://www.mulheresnojornalismo.org.br/>. Acesso em: 29 de junho de 2020.

participação de 477 jornalistas, que atuam em 271 veículos diferentes. Os resultados mostram como é desafiador ser uma mulher no mercado de trabalho e no meio jornalístico. Elas sofrem os mais diversos tipos de hostilidade, enfrentam dificuldades para chegar nos cargos de chefia e a autoridade masculina, historicamente construída, são comprovadas quando 64% das jornalistas que responderam à pesquisa afirmam já terem sofrido abuso de poder de fontes e chefes. O estudo ainda revela que 65,7% das participantes da pesquisa já tiveram suas competências questionadas ou viram isso acontecer com alguma colega de profissão. Outras 83,6% afirmam já terem sofrido violência psicológica dentro das redações.

Outra pesquisa realizada por Kutzke e Gonsales (2018) revela que 87% das participantes já sofreram algum tipo de assédio durante o exercício de sua profissão, 55% das entrevistadas revelaram que chefes e superiores são os principais alcoses e 54% afirmam que a situação do assédio provoca mudanças na rotina de trabalho. Segundo as autoras “nos depoimentos aparecem casos de demissão, atraso de salário, troca de departamento e perda de benefícios como ações tomadas pela empresa para abafar os casos de assédio” (CAMPAGNA; KUTZKE, 2019, p.48). Há exemplos de mudanças sutis de comportamento,

“a gente passa a cuidar mais a roupa que usa (para não ser mal interpretada), já troquei de rota para não passar em frente da sala do assediador, mudança de postura, parece que sempre precisamos ser ainda mais profissionais para não dar margem para que a relação que era de trabalho fuja deste contexto” (ANÔNIMA 10) (CAMPAGNA; KUTZKE, 2019, p.48).

Além de todos esses problemas identificados pelas pesquisas, muitas ainda enfrentam uma dupla jornada de trabalho.

Embora as mulheres tenham conquistado um espaço no mercado de trabalho, a divisão sexual do trabalho ainda faz com que elas carreguem o estigma de serem as rainhas do lar e as reprodutoras. O homem, no seu lugar patriarcal de chefe da família, é o provedor. “O trabalho que as mulheres fornecem gratuitamente, como aquele que está envolvido na criação dos filhos e no cotidiano das atividades domésticas, libera os homens para que se engajem no trabalho remunerado” (BIROLI, 2016, p.726). Sendo assim, a diferença salarial se torna ainda mais injusta por causa dessa jornada dupla enfrentada por elas. “A inserção da mulher em um espaço por muito tempo considerado majoritariamente masculino acabou por fazer com que a mulher assumisse tanto o trabalho fora de casa como o trabalho doméstico, sobrecarregando-a com uma dupla jornada de trabalho” (FRANÇA; SCHIMANSKI, 2009, p.74).

Segundo Biroli (2016), os efeitos dessa forma de exploração não permanecem nos limites da casa. Essas obrigações familiares seriam responsáveis por restringir e moldar as ocupações das mulheres fora de casa. Como consequência, as brasileiras acabam procurando por profissões ditas femininas, que demandam qualidades socialmente atribuídas às mulheres,

como relacionadas ao cuidado e ensino. As jornalistas esportivas seguem na contramão desses fatos, uma vez que, elas desafiam a dominação dos homens duas vezes. Além de estarem no mercado de trabalho, elas exercem uma profissão em que os homens são considerados dominantes.

1.2. A atuação da mulher no jornalismo esportivo (violências, desigualdades e conquistas)

Como vimos acima, a mulher conquistou seu espaço na sociedade por meio de muita luta e, para adentrar no meio do jornalismo esportivo, não foi diferente. Ao longo das últimas décadas vem acontecendo grandes avanços no que diz respeito a atuação e recepção da mulher no jornalismo esportivo e nas outras frentes ligadas ao futebol. A Copa do Mundo Feminina de 2019 é um dos exemplos dessa expansão. Foi a primeira vez na história do evento que a mídia brasileira se interessou em realizar uma cobertura mais profunda do campeonato. Nessa edição, foi a primeira vez que um dos maiores canais de televisão do Brasil, a Rede Globo, exibiu todos os jogos da seleção feminina.

Além disso, a emissora escalou a jornalista Ana Thais Matos⁷ para o cargo de comentarista dos jogos da seleção feminina - ela já atua no canal SporTV, no programa Troca de Passes. A jornalista também marcou a história ao ser a segunda mulher escalada para comentar um jogo de futebol na história da televisão brasileira. A partida foi entre Athletico Paranaense e Santos no dia oito de setembro de 2019. Além disso, a Copa do Mundo da categoria também bateu recordes nas vendas de ingresso. Segundo a FIFA⁸, 720 mil ingressos foram comercializados, algo que nunca tinha acontecido. Outro exemplo é a exposição “Contra-ataque! As Mulheres no Futebol”⁹, inaugurada em maio de 2019, no Museu do Futebol em São Paulo. A iniciativa da exposição resgata a história da mulher na modalidade, além de mostrar a luta para poder praticar o esporte mais popular do país.

⁷ Globo e Sportv terão mulheres comentando jogos da Copa do Mundo feminina. Disponível em: <https://dibradoras.blogosfera.uol.com.br/2019/05/03/globo-e-sportv-terao-mulheres-comentando-jogos-da-copa-do-mundo-feminina/>. Acesso em: 08 de julho de 2019.

⁸ Copa do Mundo Feminina tem recordes de vendas de ingressos. Disponível em: <http://blogs.correiobraziliense.com.br/elasnoataque/recordes-venda-ingresso-copa-feminina/#:~:text=Copa%20do%20Mundo%20feminina%20da%20Fran%C3%A7a%20tem%20recorde%20de%20vendas%20de%20ingressos,-Publicado%20em%2018&text=A%2050%20dias%20da%20Copa,mil%20vendidos%20at%C3%A9%20o%20momento>. Acesso em 29 de junho de 2020.

⁹ Contra-Ataque! As Mulheres no Futebol, exposição em cartaz no Museu do Futebol. Disponível em: <http://www.correioindependente.com.br/contra-ataque-as-mulheres-no-futebol-exposicao-em-cartaz-no-museu-do-futebol-em-sp/>. Acesso em: 29 de junho de 2020.

No jornalismo esportivo é cada dia mais comum programas e matérias com mulheres envolvidas, como por exemplo, o cargo de narradora, ele foi um dos que mais mostraram evolução. Isabelly Morais é o nome dessa quebra de barreiras, com apenas 20 anos, ela foi a primeira mulher a narrar um jogo da Copa do Mundo Masculina de 2018, fazendo a locução da partida entre Rússia e Arábia Saudita. A oportunidade de realizar o feito surgiu do concurso “Narra Quem Sabe”¹⁰ realizado pelo canal Fox Sport, que buscava mulheres narradoras para atuar na competição. Além de Isabelly, Renata Silveira e Manuela Avena também foram selecionadas e narraram jogos do evento.

Porém, o histórico da mulher no meio esportivo revela indícios de que nem sempre elas tiveram um espaço propício de atuação. Com o aumento da escolaridade e os avanços nas lutas por direitos igualitários, a mulher teve interesse por outros assuntos que não fossem os edificadas socialmente para ela. Um dos exemplos é o meio desportivo. Segundo Alexandrino (2011), a mulher chegou ao jornalismo esportivo na década de 1970, e como era de se esperar, encontrou uma área dominada pela presença masculina e de difícil acesso. Nessa mesma época, Zuleide Ranieri e Claudete Troiano comandavam as transmissões na Rádio Mulher, realizando as locuções de algumas partidas de futebol, mas, infelizmente, o pioneirismo das duas se limitou a elas e às ondas do rádio. A primeira mulher a narrar um jogo pela televisão brasileira foi Luciana Mariano¹¹, em 1997, pela Rede Bandeirantes (Band). Ela narrou uma partida do torneio feminino, entretanto, ela não se lembra exatamente de quais times estavam em campo. Com a narração aprovada pela emissora, em 1999, Luciana fez a locução dos jogos da seleção brasileira feminina e do campeonato pernambucano. Mas a atuação dela parou nisso, em entrevista concedida ao site UOL/notícias da TV, ela afirmou que a falta de oportunidade foi o principal motivo do seu afastamento da narração.

Em 2018, com a abertura que ocorreu nesse campo para as mulheres, Luciana Mariano voltou a narrar um jogo de futebol. A sua reestreia aconteceu no dia oito de março pela ESPN, narrando *RB Leipzig x Zenit*, pelas oitavas de final da *Europa League*. Depois disso, ela foi contratada pela emissora e abriu as portas para que outras mulheres também tivessem oportunidade como narradoras na TV. Atualmente, há pelo menos mais três mulheres narrando jogos pelo Brasil, em três emissoras de grande renome: ESPN, Esporte Interativo e Fox Sport.

¹⁰ Isabelly Morais: A narradora da Fox Sports que fez história no jogo de abertura da Copa da Rússia. Disponível em: <https://www.huffpostbrasil.com/2018/06/15/isabelly-morais-a-narradora-da-fox-sports-que-fez-historia-no-jogo-de-abertura-da-copa-da-russia>. Acesso em: 08 de julho de 2019.

¹¹ Primeira narradora da TV quebra jejum de 2019 e nega empurrãozinho do ex. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/primeira-narradora-de-tv-quebra-jejum-de-19-anos-e-nega-empurrãozinho-do-ex--19435>. Acesso em: 08 de julho de 2019.

Enquanto na área referente às redações, foi a partir da década de 1990, que a participação feminina teve um aumento significativo (ALEXANDRINO, 2011). Desde então, as jornalistas esportivas sofrem com os mais diversos preconceitos e dificuldades, que esbarram, além do machismo já comum no meio, em estereótipos ligados ao feminino. Como o pressuposto afirmado por Roaly (2009) no texto “Proibido para homens”. Nele, o autor defende a presença da mulher no jornalismo esportivo, entretanto demonstra ter visões sexistas sobre a mulher, ao afirmar que ela leva vantagens sobre a cobertura feita por figuras masculinas por ter um lado emotivo mais desenvolvido do que os homens. Porém, pensamentos como esse reforçam as diferenças criadas entre os gêneros.

Paulo Vinícius Coelho (2003), afirma que é uma situação curiosa se deparar em uma redação com uma mulher que entende mais de futebol que alguns homens e isso dificulta a inserção da mulher na imprensa esportiva, principalmente no futebol. Visto que, em alguns casos, elas são direcionadas para cobrir modalidades esportivas nas quais seria mais fácil demonstrar conhecimento. “As mulheres na maior parte são encaminhadas para as editorias de esportes amadores. É mais fácil demonstrar conhecimento sobre vôlei, basquete e tênis do que sobre futebol e automobilismo. Territórios onde o machismo ainda impera” (COELHO, 2003, p. 35)

A ideia de que o futebol é feito por homens e para os homens, fez durante muito tempo, que qualquer área da modalidade que a mulher tentasse se inserir, fosse vista como uma afronta ao domínio masculino. “Ficou evidente que a virilidade, a competitividade e as características comuns dessa modalidade, ainda hoje, associam-se intimamente a um ideal de identidade masculina brasileira” (OLIVEIRA, 2018, p.3). Entretanto, vale ressaltar que isso vem sendo desconstruído a partir da participação de mulheres nas competições, nos estádios, nas torcidas organizadas, na cobertura jornalística esportiva, etc. Já na infância, os homens começam a rejeitar qualquer característica feminina, e na sua visão, esse seria um ponto inicial da ideia masculina de superioridade em detrimento das mulheres. Dessa forma, quando elas de alguma maneira ameaçam essa supremacia estrutural, o homem pode agir de forma agressiva contra o sexo oposto. Isso acontece com as mulheres em todos os âmbitos sociais, e a profissional que entra no jornalismo esportivo afronta a dominação masculina duas vezes, ela está em dois territórios que, na visão de uma sociedade conservadora, não pertence a elas, o mercado de trabalho e o futebol. Isso as coloca na linha de frente dos assédios.

Para Bourdieu (2010), o homem não pratica o assédio sexual simplesmente pela posse, mas ele procura por meio dela a afirmação da dominação em seu estado mais puro. Por isso, quando a mulher subverte a lógica da posse masculina sobre essas duas áreas, elas sofrem com

constantes assédios. É o que revela a pesquisa da Abraji, visto que 92,3% das mulheres entrevistadas já ouviram piadas machistas em seu ambiente de trabalho, 70,4% já receberam cantadas que as deixaram desconfortáveis e outras 70,2% presenciaram ou tomaram conhecimento de uma colega sendo assediada em seu trabalho.

A pesquisa não faz uma referência específica à atuação na cobertura esportiva, mas é possível aproximar os dados para esta área de atuação, uma vez que, casos de assédio são registrados em diversas coberturas realizadas por mulheres, muitas vezes eles acontecem ao vivo. Durante coberturas de grandes eventos, como Copa do Mundo, Copa Libertadores da América etc., basta uma mulher aparecer em um link ao vivo, com alguns torcedores ao fundo para acontecer cenas de assédio. Agarradas, encoxadas e beijadas à força são atitudes vistas e até esperada por quem assiste, os assediadores não se sentem intimidados pelas câmeras ou pelos olhares. Os homens entendem o corpo da mulher como sua propriedade e, portanto, ao assediá-lo, o homem “busca pura e simplesmente a afirmação de sua superioridade” (BOURDIEU, 2010, p.13).

O movimento Deixa Ela Trabalhar deu abertura para que outras campanhas também surgissem, como a do canal de televisão SportTV¹², que realizou em 2019 uma ação em comemoração ao Dia Internacional da Mulher, na qual os apresentadores masculinos tinham que ler para suas colegas de profissão comentários direcionados a elas deixados nas redes sociais do canal. O vídeo escancara uma violência que muitas vezes fica esquecida, por se tratar da internet onde as pessoas enxergam um ambiente sem punição em que podem descarregar todo o preconceito ao verem uma mulher falando sobre futebol. O vídeo ainda ressalta que a violência e assédio contra a mulher não é somente físico, mas também verbal. Em toda mídia ouvimos coisas absurdas como: “Jogo de futebol é coisa de homem desde sempre”; “Foram vocês mulheres que quiseram invadir um espaço exclusivo para os homens”; “Se está sendo inoportuno para vocês, pede para sair”; “Futebol é machista sim, é coisa de homem e sempre será”, entre outros.

Esses comentários revelam alguns pensamentos machistas que, de certa forma sustentam o que está sendo pautado ao longo dessa pesquisa: os homens se percebem como os donos do futebol. Com a neutralização dos estigmas sociais demarcados para as mulheres como; a reprodução, docilidade, fragilidade e o padrão estético, o esporte no geral tinha o único objetivo de realizar uma espécie de manutenção dessas qualidades, para que mesmo que a mulher que se atrevesse a praticar, não perdesse essas importantes características femininas. A

¹² Comentários enviados as mulheres do esporte da Globo. Disponível em: <https://twitter.com/sportv/status/1104106419459162112?lang=pt>. Acesso em: 08 de julho de 2019.

competição, a vitória, eram exclusivas para os homens. “A prescrição de atividades físicas deveria ser voltada exclusivamente para o preparo físico e moral de um corpo belo e saudável sem pretensões competitivas” (LESSA, 2005, p.164).

O que nos leva para mais um problema enfrentado pelas mulheres na imprensa esportiva: a objetificação. Por vezes, a cobertura de esportes, realizada pelos próprios jornalistas contribui e reforça estereótipos sexistas ligados a mulher. Vieira (2016) ressalta que os cadernos de esportes, além de notícias dos próximos jogos de futebol, resultados de torneios, lances espetaculares de algum atleta, trazem um bônus: fotos de mulheres sensuais. “Classificadas como "musas", "beldades" e afins, estas mulheres são expostas como meros pedaços de carne, inseridas tão somente para satisfazer o olhar dos homens, atrair maiores índices de audiência e demarcar a seção de esportes como território masculino” (VIEIRA, 2016, p.10). Outro ponto destacado pelo pesquisador, é o fato de a imprensa esportiva dar pouco espaço para as modalidades femininas e destacar a beleza das atletas ao invés das suas conquistas, proliferando as tradicionais “musas”. Para o autor, “ao naturalizarem tais comportamentos sem uma autoanálise crítica, os profissionais da área terminam por participar da engrenagem opressora que resulta em índices alarmantes de violência contra a parcela feminina da população” (VIEIRA, 2016, p. 36).

A objetificação da mulher não fica só na cobertura e também acontece com as jornalistas esportivas. Um exemplo disso, é a concepção questionável de Roaly (2009) que diz que a beleza pode ser uma aliada da mulher para conseguir uma oportunidade na área. Não é difícil encontrar um padrão estético nas jornalistas que trabalham com esporte, principalmente na TV. Fazendo um pequeno recorte em duas emissoras de canal aberto no Brasil, a Rede Globo de Televisão e a Rede Bandeirantes (Band), ambas com histórico importante na cobertura esportiva, temos a comprovação desse arquétipo. Renata Fan, loira, alta, magra, olhos claros, já foi eleita *miss* Brasil e apresenta o programa esportivo Jogo Aberto na Band desde 2007. Quando não podia participar do programa sua substituta era Larissa Erthal, cabelo preto, mas de pele branca, olhos claros e corpo magro. Bárbara Coelho, loira, alta, magra, olhos claros e atualmente apresentadora do Esporte Espetacular na Rede Globo, ela entrou como substituta de Fernanda Gentil, também loira, alta e magra.



Figura 1: Renata Fan.

Fonte: <https://observatoriodatv.uol.com.br/noticias/band-convoca-renata-fan-para-negociar-renovacao-de-contrato-com-emissora>



Figura 2: Larissa Erthal.

Fonte: <https://www.facebook.com/larissa.ertal/photos/nera-eu-no-jogo-aberto-pro-brasil-inteiro-ontem-sim-era-a%C3%AD-vim-aqui-agradecer-n%C3%A9/1491661537534018/>



Figura 3: Fernanda Gentil.

Fonte: http://portalnews.com.br/_conteudo/2017/04/variedades/teve/54483-foi-bem--foi-mal.html



Figura 4: Bárbara Coelho.

Fonte: https://www.instagram.com/p/Bs1ErQfloz_/

Dessa maneira, criou-se um perfil das mulheres na imprensa esportiva, que reflete os padrões já existentes no telejornalismo. Aureliano e Silva (2015) explicam que para ocupar a posição de âncora de um telejornal, a mulher precisa ter uma aparência aceitável pelo grande público “se a sociedade e suas relações derivadas se baseiam em imagens cujas representações são reflexos das próprias predileções sociais, pode-se dizer que o corpo apto ao telejornalismo é aquele que já obedece a uma série de fatores pré-determinados e que fazem parte de um estereótipo social aceito pelo público” (AURELIANO; SILVA, 2015, p.5). Em uma análise realizada nos principais telejornais do Brasil que possuem âncoras mulheres, Aureliano e Silva (2015) concluíram que as telejornalistas, assim como as jornalistas esportivas, também representam um padrão estético.

De acordo com a análise feita e observando o gráfico (figura 8), 100% das apresentadoras têm cabelos lisos, sendo 14% de cabelos curtos, 29% cabelos na altura dos ombros e 57% abaixo da linha dos ombros, além de que 86% dos cabelos são castanhos, contra 14% loiros. Dentre elas aproximadamente 86% são brancas e apenas 14% de cor parda, com nenhuma negra. São majoritariamente magras, em um número de 86% se opondo aos 14% que aparentam estar acima do peso e todas aparentam ser mais jovens que sua idade real. Pode-se afirmar então, que o padrão que pode ser observado nas então apresentadoras fixas dos principais telejornais do país é de mulheres brancas, magras, de cabelos de tamanho médio à longo e castanhos (AURELIANO; SILVA, 2015, p.11).

Naomi Wolf, em *O Mito da Beleza* (1992), explica que os homens usaram a beleza como uma moeda de troca e vêm essa característica como parte do sistema econômico. Baseada nessa reflexão, podemos perceber o padrão estéticos das jornalistas que ocupam cargos na televisão como uma forma de atrair a atenção dos homens, para aumentar a audiência e consequentemente o ganho de dinheiro. Essa estratégia é validada pelo público, pois, no Brasil,

esse tipo de beleza específica foi construída historicamente na formação da sociedade. A pele branca, olhos claros e cabelos loiros e lisos, são mais valorizadas e aceitáveis. Isso é consequência de um país escravocrata que vê na branquitude o sinônimo de beleza, bondade, riqueza e poder. O corpo magro, mas com curvas, é uma das poucas características herdadas dos negros aceitas pelo corpo social do Brasil.

Assim, há uma construção cultural do corpo, com uma valorização de certos atributos e comportamentos em detrimento de outros, fazendo com que haja um corpo típico para cada sociedade. Esse corpo, que pode variar de acordo com o contexto histórico e cultural, é adquirido pelos membros da sociedade por meio da imitação prestigiosa: os indivíduos imitam atos, comportamentos e corpos que obtiveram êxito e que viram ser bem-sucedidos (GOLDENBERG, 2005, p.68).

Apesar das apresentadoras citadas se encaixarem em um padrão de beleza, essas características não as isentam de sofrer com o assédio. Pois, “o mercado de trabalho refinou o mito da beleza como uma forma de legitimar a discriminação das mulheres no emprego” (WOLF, 1992, p.26). Em sua pesquisa, Vieira (2016) relata diversos casos nos quais as jornalistas esportivas são assediadas justamente pelas suas características físicas e muitas vezes pelos seus próprios colegas de profissão. Como por exemplo, um apresentador que pediu para a repórter dar uma voltinha durante uma entrada ao vivo, pois “só assim a audiência e os jornalistas do estúdio teriam uma visão completa de seu corpo” (VIEIRA, 2016, p.57).

O que de certa maneira as “protegem” dessa violência é o ambiente e função que elas estão exercendo, ambas são apresentadoras e não tem contato com o ambiente externo do futebol. Essa colocação pode ser verificada na fala de Fernanda Gentil retirada de uma entrevista concedida ao programa Além da conta do canal GNT¹³. Na atração, a apresentadora revelou que em campo o assédio é bem maior e com um toque de humor ressaltou “Você cruza o campo para falar com um jogador, no caminho, se o time está perdendo é chamada de piranha e se está ganhando é gostosa. Acho melhor ser a piranha gostosa”. Entretanto, no estúdio, elas acabam sofrendo outros tipos de assédio, como o moral. Dois termos ganharam notoriedade na mídia e expressão algumas formas comuns desse assédio no dia a dia das jornalistas esportivas, são eles: *mansplaining* e *maninterrupting*. Segundo o site Azmina¹⁴ O primeiro acontece quando um homem tenta explicar coisas óbvias para uma mulher, agindo como se fosse intelectualmente superior a ela. O segundo acontece quando um homem interrompe a fala de uma mulher. O site explica que as duas definições refletem a crença de que as mulheres valem

¹³ Fernanda Gentil conta como aprendeu a lidar com julgamentos na internet. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Ds89OREHsuE> Acesso em: 20 de maio de 2020.

¹⁴ Macho palestrinha: entenda o que é mansplaining e maninterrupting. Disponível em: <https://azmina.com.br/reportagens/mansplaining-e-maninterrupting-o-que-e-e-de-onde-vem-os-termos/>. Acesso em: 20 de maio de 2020.

menos do que os homens e que isso acontece por causa dos preconceitos inconscientes existentes sobre gênero.

Para Pierre Bourdieu (2010), essa exigência constatada no telejornalismo e no jornalismo esportivo de que a mulher se mantenha magra e nos padrões brancos de beleza, é mais uma forma que o homem tem de exercer seu controle. Em “A dominação masculina” (2010), ele afirma que os homens tendem a se mostrar insatisfeitos com as partes de seu corpo que consideram “pequenas demais” enquanto as mulheres dirigem suas críticas às regiões de seu corpo que lhes parecem grandes demais. O autor acredita que a dominação masculina, que constitui as mulheres como objetos simbólicos, tem por efeito colocá-las em permanente estado de insegurança corporal, ou melhor, de dependência simbólica: elas existem, primeiro, pelo e para o olhar dos outros, como objetos receptivos, atraentes, disponíveis. Delas se espera que sejam “femininas”, ou seja, sorridentes, simpáticas, atenciosas, submissas, discretas, contidas ou até mesmo apagadas. Pela luz de Bourdieu (2010), ser magra contribui para essa concepção de ser mulher, as mulheres se veem obrigadas a experimentar constantemente a distância entre o corpo real, a que estão presas, e o corpo ideal, o qual procuram infatigavelmente alcançar.

Para Wolf (1992) a reação dos homens contra as mulheres no mercado de trabalho baseada na beleza, se origina do medo que eles sentem de perder seu lugar de privilégio na estrutura de poder. Ela explica que as mulheres somam uma maioria na sociedade, trabalham duas vezes mais que os homens e ainda realizam seu trabalho com excelência. “A discriminação pela beleza se tornou necessária não pela impressão de que as mulheres ficariam sempre aquém do esperado, mas, sim, pela impressão de que elas seriam, como vêm sendo, ainda melhores” (WOLF, 1992, p.27). Sendo assim, “a reação do sistema é na realidade absolutamente necessária para a sobrevivência da estrutura do poder” (WOLF, 1992, p. 28).

Baseada nos conceitos trazidos por Vieira (2016), podemos perceber que a mulher nos telejornais, independente do seu ângulo editorial, serve não como uma presença de relevância, mas sim como mais um elemento para agradar quem as observa pela televisão. A beleza da profissional de jornalismo esportivo ao mesmo tempo que pode “facilitar” seu acesso a área, é também mais uma justificativa para que os homens deixem escapar traços que revelam uma discordância em ter uma mulher que entende e opina sobre seus esportes favoritos. A partir disso, surgem comentários que desmerecem o trabalho dessas mulheres pelo fato de serem consideradas esteticamente bonitas, dizendo que por exemplo, que elas só estão ali porque possuem beleza. Para Roaly (2009), a questão estética é apenas uma grande mentira inventada para acalmar o ego masculino que não aceita que uma mulher possa atuar no seu campo de domínio.

Os preconceitos enfrentados pelas mulheres que subvertem a lógica masculina de dominação não se findam só nisso. Apesar de estarem conquistando cada dia mais espaço na área da imprensa esportiva, elas ainda não conseguiram alcançar certos níveis dentro desse campo. Em sua pesquisa, Alexandrino (2011), a partir da análise dos programas esportivos *Esporte Espetacular*, *Jogo Aberto* e *Esporte Fantástico*, apontou alguns dos principais problemas que as jornalistas enfrentam. Entre eles, a presença de mulheres produzindo reportagens é menor, e quando produzem, não é necessário ter conhecimento sobre o esporte, pois elas têm abordagens diferentes. Um dos temas comuns é contar histórias da esfera pessoal de atletas e sua família, além de assuntos ligados ao universo feminino. Esse cenário também é comprovado na pesquisa realizada pela *International Sports Press Survey (ISPS)*¹⁵, onde indica que apenas 7% do conteúdo jornalístico esportivo publicado no país é assinado por mulheres. Nos canais por assinatura, conforme pesquisa realizada pelo site UOL¹⁶, somente 13% dos profissionais que atuam no telejornalismo esportivo são mulheres e quase todas elas atuam na reportagem.

Quando se trata do futebol isso se torna mais evidente, segundo a pesquisa, as mulheres são escaladas para cobrir esportes como vôlei, natação, skate e outros relacionados. O futebol continua sobre o domínio dos homens, fato também afirmado por Coelho (2003), que admite que quando as mulheres chegam a editoria de esportes, elas são direcionadas a cobertura de desportos amadores, pois, por causa de uma visão machista e preconceituosa, se considera que é mais fácil falar desses esportes que de futebol. Outra situação apontada pelos estudos de Alexandrino (2011), é a exclusão da presença feminina em programas de debates, mesmo já inseridas dentro dos programas esportivos, geralmente não emitem opiniões sobre o assunto. Em sua maioria, nota-se uma predominância na função de apresentadora, na qual elas só conduzem o programa, com um roteiro já pronto e em poucas vezes se posicionam sobre algum assunto. São raras as exceções, como no caso da apresentadora Renata Fan, que conduz o programa *Jogo Aberto* e participa dos debates, sendo a única mulher no programa. Mas antes dela, Soninha Francine¹⁷ foi uma das precursoras como comentarista esportiva na televisão. Sua carreira na área começou em 1994, quando participou de um programa sobre esportes na MTV.

¹⁵ Play The Game: The International Sports Press Survey-2011. Disponível em: <https://www.playthegame.org/theme-pages/the-international-sports-press-survey/>. Acesso em: 21 de maio de 2020.

¹⁶ Intrusas no gramado: como o ambiente machista ataca mulheres que trabalham com o esporte. Disponível em: <https://www.uol/esporte/especiais/mulheres-e-o-jornalismo-esportivo-na-tv.htm#faltam-mulheres-sobram-cliches-e-preconceitos>. Acesso em: 08 de julho de 2019.

¹⁷ Soninha diz que campanha pró-Serra aumentou seu isolamento na ESPN. Disponível em: <https://uolesportevetv.blogosfera.uol.com.br/2015/02/09/soninha-diz-que-sofreu-isolamento-na-ESPN-mas-por-ser-pro-serra/>. Acesso em: 23 de março de 2020.

O sucesso foi grande e despertou o interesse da rede ESPN, que convidou Soninha para ser comentarista no canal. Em entrevista ao site UOL, ela revelou que sofreu preconceito por não ter uma carreira no jornalismo esportivo, por ser ex VJ da MTV, e também por ser mulher.

O seu pioneirismo abriu as portas para que outras mulheres, a exemplo de Renata Fan, pudessem falar sobre futebol. Mas mesmo assim, ainda em 2020, elas se deparam com alguns preconceitos. Como por exemplo, em alguns programas de TV, as falas maiores são deixadas a cargo dos homens.

A apresentadora informa qual é o tema para o debate, informa qual o seu ponto de vista, fazendo um breve comentário e dá a “deixa” para que os ex-jogadores e convidados do dia façam os comentários mais completos, mesmo que a apresentadora demonstre conhecimento sobre o futebol, é notório que os comentários mais densos são realizados pelos homens (ALEXANDRINO, 2011, p.48).

Após quase dez anos da pesquisa realizada por Alexandrino (2011), percebe-se que poucas coisas mudaram no que diz respeito a inserção da mulher no jornalismo esportivo. Renata Fan continua sendo uma das poucas presenças femininas em programas de debate da TV aberta. Em canais com sinal fechado, a participação das mulheres nos debates se mostra um pouco mais expressiva, a jornalista Renata Mendonça, por exemplo, participa dos debates no programa “Redação SporTV”, recentemente ela também foi contratada para ser comentarista na Rede Globo. Também no SporTV, Ana Thais Matos compõe o elenco do “Troca de Passes”, comenta alguns jogos pela Rede Globo e recentemente conquistou seu próprio quadro nas transmissões de futebol da mesma emissora, o “Análise da Ana”. Na ESPN, Marcela Rafael é a apresentadora do programa “BB Debate”. Natalie Gedra é correspondente da ESPN na europa e também faz algumas aparições no programa de debate “Premier League de Casa”. O que chama a atenção, é que em todos os exemplos citados, elas são as únicas presenças femininas e dividem espaço em mídia, com mais três homens. Por mais que elas se insiram nesse ambiente, percebe-se que a figura masculina é quase obrigatória. A partir do pensamento de Bourdieu (2010), podemos justificar a necessidade de uma presença masculina nos programas esportivos como uma forma de reafirmar a subordinação da mulher ao homem no seu território de domínio.

Assim, nos tablados das televisões, as mulheres estão quase sempre acantonadas nos papéis menores, que são outras tantas variantes da função de "anfitriãs", tradicionalmente atribuídas ao "sexo frágil"; quando elas não estão à frente de um homem, a quem visam a valorizar e que joga muitas vezes, por meio de gracinhas ou de alusões mais ou menos insistentes, com todas as ambiguidades inscritas na relação "casal", elas têm dificuldade de se impor, ou de impor a própria palavra, e ficam relegadas a um papel convencionado de "animadora" ou de "apresentadora" (BOURDIEU, 2010, p.74).

Portanto, é como se o homem “permitisse” que a mulher adentre no seu espaço, mas jogando a partir de suas regras. Se submetendo às suas condições e claro, se mantendo no seu

lugar de resignação, exemplificando o que acontece com as jornalistas esportivas nos programas de debates, onde elas são normalmente excluídas.

Todos os casos de assédio que foram analisados nesta pesquisa por meio da campanha #DeixaElaTrabalha, aconteceram na cobertura esportiva do futebol e, portanto, ele vai receber uma análise mais detalhada. No Brasil, esse esporte aparece como um reflexo da sociedade, com as raízes fincadas na elite, sob a luz de Guterman (2009) percebe-se que a maioria branca do futebol segregou todos que saíam de seu padrão: primeiro, ela segregou por classes sociais, depois por raça e com o crescimento do interesse da mulher pelo desporto, a segregação por gênero. Ao longo da história do futebol a mulher foi completamente ignorada, tudo o que rodeia o mundo desse esporte e sua biografia é visto e mostrado pela perspectiva masculina, a não ser no princípio elitista, quando elas serviam apenas “adorno da festa” (GUTERMAN, 2009, p.26). Se tratando de mulher e futebol, quase tudo está cercado pelo machismo. Quando elas se interessaram pela prática do desporto no Brasil, ouviram relatos como de “que o futebol é um desporto violento e prejudicial ao organismo não habituado a esses grandes esforços. Além disso, provoca congestões e traumatismos pélvicos de ação nefasta para os órgãos femininos” (DARIDO, 2002, p.3).

Essas ações “nefastas” poderiam comprometer uma das funções sociais demarcada pelo patriarcado para as mulheres, como a de reprodutora “a maternidade, que foi vista por muito tempo como a única área em que as mulheres tinham uma missão social – a de preservar a espécie, produzindo filhos sadios” (SBROGGIO; OSIS; BEDONE, 2005, p.270). Outro ponto destacado é o de que a mulher perderia sua feminilidade com as mudanças físicas geradas pela prática do esporte “a prática do futebol pelas mulheres proporciona um antiestético e desproporcional desenvolvimento dos membros inferiores, por exemplo, tornozelos rechonchudos, pernas grossas arqueadas e joelhos deformados” (DARIDO, 2002, p.3).

Ou seja, ao praticar futebol, além de estarem “invadindo” o espaço dos homens, as mulheres ainda estão propícias a sair de um padrão de beleza e comportamento que lhes é construído desde a infância. “É preciso fazê-la crescer meiga, graciosa, delicada. Ensiná-la a ser menina, sensível e romântica” (ROVERI, 2012, p.4). Logo, em 1941, o Conselho Nacional de Desportos decretou que “alguns esportes não seriam compatíveis com a natureza feminina” (OLIVEIRA, 2018, p.3), entre eles o futebol, portanto a sua prática estava proibida para as mulheres. A lei teve fim em 1979, mas o preconceito e as dificuldades enfrentadas pelas mulheres em algumas as áreas relacionadas ao esporte não.

O patriarcado é definido por Marcia Tiburi¹⁸ (2018) como um “sistema capitalista aplicado ao gênero e à sexualidade. O patriarcado é o sistema de opressão e privilégios dos sujeitos machos e brancos, donos do capital”. Sousa (2014) conclui que esse sistema foi implantado no Brasil como uma “estratégia de colonização portuguesa, tendo como bases institucionais de dominação a “família rural ou semirural” (FREYRE, 2006, p.80) e o regime de escravidão” (SOUSA, 2014, p.62). Em Casa Grande e Senzala, Gilberto Freyre (2006) conclui que foi sobre a base desse sistema de opressão que o Brasil construiu-se como sociedade “[...] a história íntima de quase todo brasileiro: da sua vida doméstica, conjugal, sob o patriarcalismo escravocrata e polígamo; da sua vida de menino, do seu cristianismo reduzido à religião de família e influenciado pelas credices da senzala [...] Nas casas-grandes foi até hoje onde melhor se exprimiu o caráter brasileiro: a nossa continuidade social” (FREYRE, 2019, p. 41). A raiz patriarcal na qual o Brasil foi fundamentado reflete em muitas esferas da nossa sociedade, e o futebol, esporte em que tantos brasileiros e brasileiras se identificam, tornou-se uma identidade nacional que reflete essa origem. Isso se dá pelo fato de que o futebol é maleável, neutro, um vazio que é preenchido pelo o que cada torcedor acredita e quer que ele se torne. Portanto, há aqui um ponto essencial: nem ricos, nem pobres, a realidade é que os donos do campo ou da bola são sempre os homens.

Historicamente privilegiados, eles são acostumados a comandar, e a exercerem uma supremacia. Rezende (2015), usa os conceitos do sociólogo Max Weber para explicar que essa prerrogativa se dá pelas diretrizes e costumes que se fortaleceram no sistema patriarcal, com o homem no topo da hierarquia “o chefe de família, o pai ou marido, se apresenta como detentor do poder e sua autoridade é legitimada pelo costume, pela tradição, e sua função é manter a paz, a estabilidade e a ordem. Todos os demais membros da família ou agregados se subordinam a tal poder e a existência deles gira em torno do serviço ao senhor” (REZENDE, 2015, p.12).

E o homem, assim como em outras esferas sociais, como por exemplo, o ambiente de trabalho, encontrou no futebol mais uma maneira de exercer sua dominação. Ele não o faz de rebeldia, o sujeito masculino está reproduzindo estímulos socioculturais que dão aval e base para se comportarem como donos do esporte, fundamentando um comportamento machista que segrega mais uma vez a mulher do futebol.

É notório que o universo do futebol caracteriza-se por ser, desde sua origem, um espaço eminentemente masculino; como esse espaço não é apenas esportivo, mas também sociocultural, os valores nele embutidos e dele derivados estabelecem limites que, embora nem sempre tão claros, devem ser observados para a perfeita manutenção

¹⁸ Marcia Tiburi: “O patriarcado é o sistema de opressão e privilégios dos sujeitos machos e brancos. Disponível em: <http://www.aescotilha.com.br/literatura/contracapa/entrevista-marcia-tiburi/>. Acesso em: 20 de março de 2020.

da 'ordem', ou da 'lógica', que se atribui ao jogo e que nele se espera ver confirmada. A entrada das mulheres em campo subverteria tal ordem, e as reações daí decorrentes expressam muito bem as relações de gênero presentes em cada sociedade: quanto mais machista, ou sexista, ela for, mais exacerbadas as suas réplicas (FRANZINI, 2005, p.316).

Além do jeito único de jogar bola, o futebol brasileiro ainda se configura por ser um meio machista e hostil para as mulheres e funciona como mais uma forma de manutenção da dominação masculina na nossa nação. Podemos observar isso quando comparamos a relação com o futebol entre Brasil e Estados Unidos. Segundo uma pesquisa realizada pela Gallup¹⁹, os dois esportes mais populares do EUA são o basquete e o futebol americano. Eles representam para os estadunidenses o que o futebol é para o brasileiro: a virilidade dominante masculina.

Já o futebol não tem para eles esse peso e muito menos a popularidade, ainda segundo a pesquisa da Gallup, das 1.409 pessoas entrevistadas, apenas 7% têm o futebol como esporte número um. Lá, os homens parecem ignorar o desporto e sem a hegemonia deles na modalidade as mulheres viram uma forma de adentrar no meio esportivo. “[...] *soccer* feminino, nos Estados Unidos, em detrimento do masculino: o jogo se opõe à virilidade excludente do futebol americano e do beisebol, dando vazão aos impulsos esportivos das mulheres sem lugar nos esportes dominantes masculinos” (WISNIK, 2008, p.154). Ou seja, só quando o homem não está exercendo seu poder sobre as esferas sociais é que a mulher consegue efetivar plenamente seu direito de praticar um simples desporto. O futebol feminino no Brasil faz um movimento contrário, como aqui ele é imperado pelos homens, as mulheres sentem dificuldades em realizar qualquer atividade que se relacione com o esporte, seja na prática, torcida ou como objeto de trabalho.

Além disso, pensamentos conservadores que disseminam a concepção machista são muitas vezes utilizados para explicar o jogo, como as concepções de Vicente Verdú utilizadas por Wisnik (2008) em seu livro. Ele diz que o futebol se desenha como uma árvore familiar agropastoril. O pai na função de técnico comanda os 11 jogadores em campo, o ataque seria a função masculina de caçador e a mulher ficaria com o setor defensivo, que teria funções mais femininas “do cultivo e da esfera doméstica, a chamada “cozinha” que culmina o goleiro” (WISNIK, 2008, p.136).

A figura do goleiro é para eles a mais feminina de todo o esporte. Ele protege o gol, que seria, em uma comparação infeliz, a virgindade da donzela. O time adversário tenta de todo

¹⁹ Football Still Americans' Favorite Sport to Watch. Disponível em: <https://news.gallup.com/poll/224864/football-americans-favorite-sport-watch.aspx>. Acesso em: 23 de março de 2020.

modo vencer através do gol, e é obrigação do goleiro defender a honra do time impedindo a “penetração” da bola na rede. O que no futebol significa a aniquilação da vitória, para a mulher seria a perda da integridade, já que ela tem a sexualidade regrada pela estrutura patriarcal em todas as fases de sua vida e quando ela não se mantém casta, já não tem mais valor perante os homens e sociedade.

Toda essa vigilância em torno da mulher era necessária para se resguardar a virgindade, a fidelidade e a honra. Caso fosse solteira, a mulher era vigiada para que mantivesse essa qualidade, pois de sua castidade e pureza dependia a honra de todos os homens da família, ou seja, irmãos e pai. Quando casada a mulher era vigiada porque dela também dependia a honra do marido, tanto no que dizia respeito à fidelidade e a legitimidade da prole, quanto no que se referia à própria masculinidade do marido. Assim, cabia à mulher, em parte, a responsabilidade pela manutenção da honra dos homens da família a qual pertencia (FOLLADOR, 2009, p. 9).

O gol comparado com a virgindade de uma mulher também pode ser representado por duas figuras femininas do cristianismo, o jogo no 0 a 0, com o gol ainda impenetrável, temos o símbolo de Maria, que retrata os atributos necessários as mulheres honradas. Já quando a moléstia do futebol aconteceu e um dos gols foi desvirginado, levando a pureza do mesmo, temos figura de Eva, a mãe do pecado original e causadora de todos os males. “[...] a mulher sagrada impostos às mulheres: o de Eva, que servia para denegrir a imagem da mulher por ele maculada; e o de Maria, santa mãe zelosa e obediente, que deveria ser alcançado por toda mulher honrada” (FOLLADOR, 2009, p.6).

Isso acontece pelo fato de que, o patriarcado brasileiro tem forte influência da religião, ela sustenta e justifica a dominação que o sexo masculino exerce sobre as mulheres, principalmente a respeito de sua sexualidade. Isso repercute na forma em que o homem entende e vive o futebol, levando para as quatro linhas o machismo cultural do Brasil.

“[...] como se os homens, ou a sociedade que representam, tivessem a última palavra sobre nossas decisões e escolhas. As teologias ou, mais especificamente, as igrejas seguem a mesma lógica de dominação. Afirmando-se a partir dos princípios que respeitam a vida, não percebem a contradição histórica de seus argumentos e a reprodução da dominação patriarcal em relação às mulheres” (ROSADO,2006, s/p).

Segundo Wisnik, ainda pensando na imagem do goleiro como a mais próxima do sexo feminino que o futebol pode ter, quando ele consegue manter o gol incorrompido é tido como herói, mas quando não, é facilmente culpabilizado pela derrota de todo um time “ é o favorito natural para bode expiatório, porque além de ser o único que pode, sozinho, pôr a perder uma partida, está mais próximo do que ninguém, entre os jogadores, da ambígua cópula de interdição e transgressão que alimenta o jogo” (WISNIK, 2008, p.138). A figura mais feminina em campo é justamente a que está mais suscetível de ter suas qualidades profissionais contestadas e é a que tem características sexuais utilizadas como uma forma de definição. Assim sendo, podemos

ver como a metáfora da mulher e do goleiro corresponde a uma realidade social que ela está inserida graças ao sistema patriarcal que prevalece como base para a formação do brasileiro e tudo o que o rodeia. Esse fato, cerca a vida da mulher em diversas áreas, mas a modernização dos meios comunicacionais vem permitindo que cada vez mais as mulheres criem e utilizem novas ferramentas para lutar contra o estado de submissão e exclusão que elas enfrentam na sociedade. Gerando novas formas de inserção e visibilidade da mulher no jornalismo esportivo.

2. AS PAUTAS FEMINISTAS NO CONTEXTO MIDIATIZADO

O segundo capítulo discute o contexto contemporâneo que vem permitindo que as mulheres reverberem suas lutas, suas conquistas e denunciem os assédios que elas sofrem. Isso acontece por força de alguns movimentos, sendo eles: a interação proporcionada pelas ferramentas de comunicação, o contexto midiático, a formação da quarta onda feminista e do ciberativismo. Partindo desses nortes, o seguinte capítulo analisa a evolução dos processos comunicacionais e a descentralização dos meios tradicionais, que criou um novo espaço para o público comum pautar suas próprias discussões. Além disso, também é estudado a relação entre feminismo e internet. Realizando um resgate histórico sobre as principais características das ondas do feminismo de forma a entender como chegamos na que hoje os estudiosos chamam de quarta onda. Ao abordar o ciberfeminismo, vamos entender como ele permitiu que as mulheres encontrassem novas formas de lutar por seus direitos utilizando como estratégia as redes sociais e suas linguagens, a exemplo das *hashtags*.

2.1 Ciberfeminismo e o Feminismo Midiático

A internet possibilita novas formas de comunicação, nela, as redes sociais se tornaram locais democráticos onde é possível pautar discussões sobre diversos temas. Em 2015, as mulheres perceberam isso e deram início a uma série de movimentos feministas nas redes, fazendo crescer cada vez mais o conceito do ciberfeminismo. As jornalistas esportivas também usufruíram desses avanços e começaram a utilizar a internet como um meio de exercer a profissão e para lutar contra o machismo e assédio que elas sofrem. Dentro desse ambiente, elas encontraram diversos meios estratégicos que facilitam e ajudam na luta, como por exemplo, as *hashtags*.

Elas são um tipo de linguagem específica utilizada na internet. Sousa e Silva (2016), a define como uma linguagem natural, a qual é habitualmente utilizada por uma comunidade na sua fala e escrita. Esse corpo social citado pelos autores são as redes sociais, elas vêm se tornando novas alternativas aos meios de comunicação tradicionais, como a TV, o rádio e a imprensa. Pois são utilizadas como um espaço de informação, divulgação de notícias e interação. Um dos motivos desse fenômeno se dá devido ao processo de midiática. Ele acontece de acordo com as necessidades das sociedades capitalistas que, com a globalização, amplificaram as relações entre os meios de comunicação e o público. Integrando cada vez mais o uso de tecnologias na informação, possibilitando novas formas de interação (SGORLA, 2009). Desse modo, a autora conclui que “em outras palavras, a ‘midiática’ pode ser

entendida como múltiplos entrecruzamentos entre tecnologias midiáticas, campos e atores sociais, meios de comunicação social tradicionais e sociedade” (SGORLA, 2009, p.62).

Para Braga (2006), a sociedade produz sua própria realidade por meio de suas interações sociais, portanto, ela cria também os processos interacionais que necessita para elaborar esses processos. Desse modo, ainda sobre a visão do autor, ele conclui, grosso modo, que a midiaticização é o processo de evolução que esses meios sofrem para acompanhar uma demanda vinda da sociedade. Gomes (2016) observa esse fenômeno na mesma linha de raciocínio. Para ele, a midiaticização é um conceito usado para descrever o processo de expansão dos diferentes meios técnicos. O autor identifica que essa mudança, expansão ou evolução, está intimamente relacionada com a mudança comunicativa dos meios e, conseqüentemente, a uma mudança sociocultural.

Dentro da lógica da midiaticização, “os processos sociais ‘da mídia’ passam a incluir, a abranger os demais, que não desaparecem, mas se ajustam” (BRAGA, 2016, p.2). Portanto, dentro dos parâmetros definidos para o autor, os antigos processos não são descartados, eles absorvem alguns padrões e se atualizam de acordo com a nova emergência. Ele cita a “cultura escrita” que, segundo ele, “corresponde a uma circunstância histórica centrada na Europa da instauração burguesa, em que determinados padrões político-sociais e culturais da escrita foram desenvolvidos como processo interacional de referência” (BRAGA, 2016, p.3). Segundo o autor, essa hegemonia da escrita constituída pelos métodos citados acima, teria modificado a oralidade, que não deixou de existir, mas sim passou a funcionar como um elemento que complementa os sistemas da escrita. Braga (2016) conclui que os materiais dessa “cultura da escrita” utilizados pela imprensa seriam os livros, jornais, correspondência, etc.

Para Bittencourt (2016), a midiaticização possibilita a descentralização desses meios tradicionais, tirando deles o domínio da comunicação, fazendo com que o público comum seja capaz de criar suas próprias pautas, e não somente serem pautados pelo que os meios tradicionais desejam. Ainda sob a luz de Braga (2016), é possível concluir que a midiaticização tem um efeito real na sociedade, levando a níveis globais de mudanças na comunicação, estruturando o que Thompson (2008) chama de a nova visibilidade. Ela se caracteriza por permitir uma visão livre dos limites espaciais e temporais que o sentido de visão impõe.

Com o desenvolvimento da comunicação mediática a visibilidade está livre das propriedades espaciais e temporais do aqui e agora. A visibilidade das pessoas, suas ações e acontecimentos estão libertos do compartilhamento de um solo comum. Um indivíduo não precisa mais estar presente no mesmo âmbito espaço-temporal para que possa ver um outro indivíduo ou para acompanhar uma ação ou acontecimento: uma ação ou acontecimento pode fazer-se visível para outras pessoas através da gravação e transmissão para os que não se encontram presentes fisicamente no lugar e no momento do ocorrido. O campo da visão é ampliado espacialmente e pode

também ser alargado temporalmente: uma pessoa pode testemunhar «ao vivo» eventos que acontecem em lugares distantes, isto é, no momento em que ocorrem; uma pessoa pode ainda testemunhar eventos distantes ocorridos no passado e que, graças à capacidade de preservação do meio, podem ser re-apresentados no presente (THOMPSON, 2008, p.20).

O autor explica que esse processo vem acontecendo desde o surgimento das mídias eletrônicas, como a televisão e o rádio, que dão a informação uma característica de simultaneidade. Porém, segundo Thompson (2008), o advento da internet amplificou e tornou mais complexa a nova forma de visibilidade. “Elas aumentaram o fluxo de conteúdo audiovisual nas redes de comunicação e permitiram que um número maior de indivíduos criasse e disseminasse esse tipo de conteúdo” (THOMPSON, 2008, p.23). Ele completa informando que “dada a natureza da internet, é muito mais difícil controlar o fluxo de conteúdo simbólico dentro dela e, dessa forma, muito mais difícil para aqueles que estão no poder se assegurarem de que as imagens disponíveis aos indivíduos são as que eles gostariam de ver circulando” (THOMPSON, 2008, p. 24).

Embasada nos conceitos do autor, podemos identificar que a estrutura de poder da comunicação foi modificada e a força política foi descentralizada, abrindo espaço para outras pautas. As mulheres foram beneficiadas por esse processo. Essa nova forma de visibilidade e de interacionalidade criada pela midiatização, proporcionou que elas encontrassem nas mídias digitais um lugar onde as questões ligadas à identidade feminina pudessem emergir. A partir de uma maior interação assegurada pela internet, criou-se um espaço de diálogo para diversos assuntos, entre eles, os ligados ao feminismo. O tema não é novo, mas com os meios contemporâneos, tomou nova forma e força na sociedade.

O feminismo é definido pela filósofa Márcia Tiburi²⁰ (2015, s/p) como “uma crítica concreta da sociedade que tem base em uma ação teórica inicial e que é constitutiva da prática enquanto crítica da dominação masculina”. Duarte (2019), compreende o feminismo como “todo gesto ou ação que resulte em protesto contra a opressão e a discriminação da mulher, ou que exija a amplificação de seus direitos civis e políticos, por iniciativa individual ou de grupos” (DUARTE, 2019, p.26). Ao longo de sua história, o feminismo foi se modificando de acordo com as demandas das mulheres em nossa sociedade. Para Silva (2019) essas fases são classificadas como ondas e indicam um tempo histórico em que houve uma efervescência acentuada de determinadas pautas e problemáticas das mulheres que, agiam e tomavam a frente

²⁰ O que é o feminismo? Disponível em: <https://revistacult.uol.com.br/home/o-que-e-feminismo/#:~:text=O%20feminismo%20%C3%A9%20uma%20cr%C3%ADtica,enquanto%20cr%C3%ADtica%20da%20domina%C3%A7%C3%A3o%20masculina>. Acesso em: 04 de outubro de 2020.

dos debates. Duarte (2019), explica que o termo é utilizado pois os movimentos históricos das mulheres se caracterizam por ter um deslocamento natural, de fluxo e de refluxo, como as ondas “que começam difusas e imperceptíveis e aos poucos (ou de repente), se avolumam em direção ao clímax - o instante de maior envergadura, para então refluir numa fase de aparente calma, e novamente recomeçar” (DUARTE, 2019, p. 26).

Segundo Silva (2019), a primeira onda surgiu, inicialmente, no fim do século XIX, no Reino Unido e Estados Unidos, e durou até o século XX. Ela reivindicava principalmente direitos civis do âmbito público. No cenário nacional e no mesmo recorte temporal, Duarte (2019) explica que as mulheres brasileiras buscavam pelo direito básico de aprender a ler e escrever. “A primeira legislação autorizando a abertura de escolas públicas femininas data de 1827, e até então as opções de educação para as mulheres se restringiam a alguns poucos conventos que resguardavam as meninas para o casamento, raras escolas particulares na casa das professoras, ou o ensino individualizado, todos se ocupando apenas das prendas domésticas” (DUARTE, 2019, p.27). Segundo a autora, as poucas mulheres que tiveram oportunidade de receber uma educação diferenciada, se movimentaram para levar o conhecimento para às demais companheiras, e corajosamente “abriram escolas, publicaram livros, enfrentaram a opinião corrente que defendia a ideia de que mulher não necessitava saber ler nem escrever” (DUARTE, 2019, p.27). A autora ressalta que o primeiro momento feminista do Brasil teve suas raízes embasadas nas traduções de textos feministas que vinham da Europa, mas aqui, o pensamento era adaptado para a realidade das brasileiras.

A segunda onda teve seu início nos anos 1950 inspirada pela autora Simone De Beauvoir, com sua emblemática obra, *Segundo Sexo*, lançada em 1949, o livro pautou as discussões sobre sexo e gênero. “As feministas da segunda onda buscavam compreender a origem da condição feminina, isto é, as razões que fundamentam a opressão de gênero” (SILVA, 2019, p.11). Segundo Silva (2019), a resposta para essa questão seria o sexo, e a possibilidade de engravidar. Foi a partir disso que surgiu a ideia de coletividade entre as mulheres, que hoje em dia é chamada de sororidade, que “pode ser lida como uma solidariedade entre as mulheres. Estas, teriam experiências em comum que as fariam ter empatia com outras mulheres que passariam pela mesma situação de opressão” (MARQUES, 2013, p.5).

Além disso, a segunda onda também foi marcada pela invenção da pílula em 1962, que segundo Silva (2019, p.14) “foi o fator que promoveu a maior revolução na história em matéria de gênero”. Ela também confrontava os padrões estéticos impostos pela sociedade, o que deu origem ao protesto ocorrido em 1968, durante o concurso de Miss América daquele ano, organizado pelas ativistas do “*Women’s Liberation Movement*”. “Essas mulheres entendiam

que os concursos de beleza tratavam as mulheres como objetos, eram percebidas como veículos propagadores de uma visão arbitrária e opressiva em relação às mulheres” (SILVA, 2019, p.14). Também estavam em suas pautas, a crítica à pornografia e prostituição, exploração das mulheres através da maternidade e casamento.

No Brasil, de acordo com Duarte (2019), o segundo momento do movimento feminista surge por volta de 1870, com o aparecimento de um grande número de jornais e revistas com o viés nitidamente feminista. Duarte (2019) destaca o periódico “O Sexo Feminino, que era distribuído por diversas cidades e dirigido por Francisca Senhorinha da Mota Diniz. Os jornais “além dos conselhos sobre a vida doméstica, das receitas, das novidades da moda, junto às emoções do romance-folhetim e dos poemas, essas publicações traziam artigos chamando pelo ensino superior e o trabalho remunerado” (DUARTE, 2019, p.32). A autora também evidencia a jornalista Josefina Álvares de Azevedo, ela dirigia o jornal “A Família” e segundo Duarte (2019) foi uma das primeiras mulheres a defender o direito ao voto e a cidadania no país, “à frente do jornal, Josefina realizou um intenso trabalho de militância feminista, sendo incansável na denúncia da opressão e nos protestos pela instabilidade masculina por não reconhecer o direito da mulher ao ensino superior, ao divórcio, ao trabalho, remunerado e ao voto” (DUARTE, 2019, p 33). Sendo assim, Duarte (2019) conclui que os jornais da época criaram uma rede de apoio e trocas de conhecimento que se transformaram em um instrumento indispensável para a conscientização feminina na busca pelos seus direitos.

O terceiro momento no Brasil se inicia no começo do século XX e é classificado por Duarte (2019), como o de maior movimentação das mulheres pelo direito ao voto, ao curso superior e uma ampliação do campo de trabalho. Segundo a autora muitos nomes se destacaram nesse período, como Bertha Lutz, que se tornou “uma das mais expressivas lideranças na campanha pelo voto feminino e pela igualdade de direitos entre homens e mulheres” (DUARTE, 2019, p.35). Outro nome importante citado por Duarte (2019) é o de Maria Lacerda de Moura, que defendia a libertação total da mulher e a instrução como principal fator para transformar a condição da mulher na sociedade. A autora também cita Leolinda Daltro, uma importante líder do grupo feminista que conseguiu apresentar o primeiro projeto de Lei a favor do sufrágio.

Duarte (2019) ainda identifica um quarto momento do feminismo no Brasil, que estaria ligado a revolução sexual e a literatura. Segundo ela, o planejamento familiar e o controle de natalidade passaram a integrar as políticas públicas e o anticoncepcional ajudou a desvincular a prática sexual da maternidade. Duarte (2019) também ressalta o papel fundamental que mais

uma vez os jornais feministas tiveram, ao lado de escritoras que se assumiram do movimento e de grupos de estudos sobre a mulher que aconteceram entre os anos 1970 e 1980.

Enquanto em outros países as mulheres estavam unidas contra a discriminação e pela igualdade de direitos, no Brasil, o movimento feminista teve marcas distintas e definitivas, pois a conjuntura histórica impôs que as mulheres se posicionassem também contra a ditadura militar e a censura, pela redemocratização do país, pela anistia e por melhores condições de vida. Contudo, ainda assim, ao lado de tão diferentes solicitações, debateu-se muito a sexualidade, o direito ao prazer e ao aborto (DUARTE, 2019, p. 42).

A terceira onda, nos conceitos de Silva (2019), surgiu nos anos 1980 para os 1990 e “buscou o reconhecimento de diversas identidades femininas, entendendo que as opressões sociais, mesmo que baseadas no gênero, atingem de maneiras diferentes as mulheres que se encontram sob diferentes condições” (SILVA, 2019, p.17). Silva identifica que é a partir desse reconhecimento que surge a ideia de interseccionalidade no feminismo. Esse termo significa “a associação de gênero às categorias de raça e classe” (SILVA, 2019, p.18). É nesse cenário que o feminismo negro se fortalece. As feministas se apropriaram de objetos que na segunda onda foram motivos de protestos para defender “a liberdade individual de cada mulher se sentir como quiser e fazer o quiser” (SILVA, 2019, p.18). Um marco desse período foi a Marcha das vadias realizada em 3 de abril de 2011, em Toronto, no Canadá, que se espalhou por diversos países.

O feminismo contemporâneo vem sendo classificado por parte da academia como a formação da quarta onda, ela se caracterizada pela grande utilização da internet. Através das redes sociais, as mulheres estão se organizando e articulando movimentos que vem atingindo um grande número de pessoas.

As tecnologias, principalmente a internet, alongaram um viés de discussão, disseminação e até mesmo um certo tom de “rebeldia” contra os padrões taxativos de normatização da mulher em sociedade que estaria ligada à feminilidade, à expressão feminina da natureza humana, à naturalização de certas características relacionadas ao gênero feminino. Há um profundo questionamento à questão da naturalização dos estereótipos sociais (ROCHA, 2017, p. 60).

Portanto, a tecnologia faz com que a ideia do feminismo se espalhe, atingindo públicos que antes não tinham acesso e, conseqüentemente, pautando o assunto na grande mídia. “Uma das características mais positivas da quarta onda, é que esse uso da internet proporcionou que outros grupos que antes não tinha sido abrangido pelo feminismo tradicional ganhassem voz” (SILVA, 2019, p.24). Para Silva, isso diferencia essa vertente das outras ondas, pois antes elas falavam de um grupo e para um grupo, tratando apenas de uma realidade específica, o que acabavam excluindo as mulheres de outras realidades.

Com isso, países da América Latina, mulheres negras e pessoas de regiões periféricas “encontraram um bom espaço para articular a própria luta contra a violência de gênero”

(SILVA, 2019, p.25). Esse fato pode ser verificado na fala de Cecília Palmeiro²¹ (2017), uma das fundadoras do movimento “*Ni Una Menos*” que chegou também ao Brasil como “Nenhuma A Menos”. Ela explica que “não houve um país latino-americano que não aderiu à Greve Geral e ao Paro Interacional de Mulheres. Estávamos todas ligadas nas mesmas questões, crescemos muito com esse diálogo e conseguimos ampliar vozes que não tinham um lugar privilegiado no feminismo” (PALMEIRO, 2017, s/p). Ela também destaca que agora está se tornando possível uma comunicação com mulheres feministas de todo o mundo “nossas palavras de ordem, “nem uma a menos”, foram traduzidas e usadas na Coreia e na Polônia. Estamos travando diálogo com os movimentos feministas em todos os continentes para trocar experiências e aprender umas com as outras” (PALMEIRO, 2017, s/p). Fato também confirmado por Perez (2019). “Ademais, a internet permite que os movimentos feministas entrem em contato com ideias desenvolvidas em outros países, possibilitando uma atuação transnacional” (PEREZ; RICOLDI, 2019, p.10).

No Brasil, Hollanda²² (2018) acredita que a quarta onda ganhou forças em 2015, após grande reação das mulheres contra o projeto de lei do Deputado Eduardo Cunha que dificultava o aborto legal em caso de estupro. Ela também afirma que isso só foi possível graças a forma com que o feminismo utilizou a internet. “Porque ele [feminismo] se apropriou do ambiente virtual com força. A internet mudou tudo! Houve *hashtags* incríveis, em campanhas que partiam do individual para o coletivo, como #nãoénão e, sobretudo, #primeiroassédio. Esta última inundou as redes em 2015 com relatos estarrecedores de mulheres de todas as idades sobre abusos sofridos” (HOLLANDA, 2018, s/p).

Na internet, as mulheres descobriram um espaço para denunciar o que Silva (2019) chama de violências machistas de cada dia. “Campanhas online com o intuito de encorajar mulheres a denunciarem violência de gênero ganharam força e repercussão” (SILVA, 2019, p.28). “Tais campanhas são criadas por indivíduos ou pequenos grupos e compartilhadas por muitas mulheres, possibilitando a construção de identidades feministas entre as usuárias das redes” (PEREZ, 2019, p.9). Como é o caso da campanha #DeixaElaTrabalhar estudada nesta pesquisa. Ela repercutiu nas redes sociais para denunciar o assédio que muitas jornalistas sofrem diariamente na cobertura esportiva no Brasil. Outra característica do feminismo da contemporaneidade é o confronto do padrão estético das mulheres reproduzido pelos

²¹ Quarta onda do feminismo é tipicamente latino-americana, diz fundadora do Ni Una Menos. Disponível em: <https://revistacult.uol.com.br/home/quarta-onda-feminismo-latino-americana/>. Acesso em: 04 de agosto de 2020.

²² Heloisa Buarque de Hollanda mergulha na quarta onda feminista em livro recém-lançado. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/heloisa-buarque-de-hollanda-mergulha-na-quarta-onda-feminista-em-livro-recem-lancado/>. Acesso em: 04 de outubro de 2020.

meios de comunicação. “As feministas da quarta onda questionam o padrão de beleza estabelecido: mulher magérrima, alta, branca de olhos azuis e cabelos loiros e lisos” (SILVA, 2019, p.35). Dessa forma, Silva conclui que as questões da quarta onda são a “liberdade e o respeito às diversidades, em busca de alcançá-los até os seus limites” (SILVA, 2019, p.35).

Desde 2011, essa união entre tecnologia e feminismo vem ganhando força, e em 2019, viveu o seu ápice. Porém, em 1985, Donna Haraway (2009) já previa, em seu polêmico texto “Manifesto Ciborgue”, a importância que os meios tecnológicos teriam na luta feminista. Ela questiona a naturalidade como a condição da mulher é tratada em nossa sociedade (os papéis que assume, as condições às quais se sujeita e o modo como ela é percebida e classificada como fraca e submissa) e declara a posição de que gênero, classe e raça são historicamente construídos. Além disso, defende que não existe de fato algo que una ou uma situação que caracterize o que é ser mulher.

Para Haraway (2009), as identidades das mulheres são múltiplas e classificá-las segundo uma única perspectiva gera uma exclusão. Kunzru (2009) afirma que a partir disso, Haraway mostrou que as mulheres poderiam usar as tecnologias para refutar o que é naturalmente imposto para elas visto que “se as mulheres (e os homens) não são naturais, mas construídos, tal como um ciborgue, então, dados os instrumentos adequados, todos nós podemos ser reconstruídos” (KUNZRU, 2009, p.25). Desse modo, a teoria da autora é colocada para as feministas como ponto de reflexão e também um desafio para novas formas de ativismo.

Haraway classifica como ciborgue “um organismo cibernético, um híbrido de máquina e organismo, uma criatura de realidade social e também uma criatura de ficção” (HARAWAY, 2009, p.26). Ele é um ser que consegue transitar entre o real e a ficção, permitindo ao sujeito uma nova forma de existência. Seguindo uma mesma linha de raciocínio, o autor Muniz Sodré defende o conceito de bios midiáticos, que também aborda essa nova forma de existência e comunicação.

O bios midiático é uma espécie de clave virtual aplicada à vida cotidiana, à existência real-histórica do indivíduo. Em termos de puro livre-arbítrio, pode-se entrar e sair dele, mas nas condições civilizatórias em que vivemos (urbanização intensiva, relações sócio mercadológicas, predomínio do valor de troca capitalista), estamos imersos na virtualidade midiática, o que nos outorga uma forma de vida vicária, paralela, "alterada" pela intensificação da tecnologia audiovisual conjugada ao mercado. Isto faz do bios midiático a indistinção entre tela e realidade - realidade "tradicional", bem entendido, uma vez que a realidade de hoje já se constitui sob a égide da integralidade espetacularizada ou imagística a que aspira o virtual (SODRÉ, 2013, p.108).

Para Morelli e Renó (2016), Muniz pensa a tecnologia como um recurso de sociabilidade e explica que esse novo gênero de existência é abstrato, não palpável, mas real.

O ciborgue de Haraway é então o ser que habita este novo mundo que pode ser natural ou fabricado, como por exemplo, a internet. Nesse ambiente as mulheres encontraram um espaço que possibilita novas formas de experiências, um lugar onde elas podem ver e falar o que muitas vezes é reprimido no mundo real. De acordo com Lemos (2009) isso acontece, pois, a internet “seria um meio no qual, aparentemente, seria possível a dissolução dos papéis designados aos gêneros, às identidades e corpos” (LEMOS, 2009, p.36).

Logo a apropriação das feministas dos meios tecnológicos cresceu, fazendo emergir um novo termo: o ciberfeminismo. Segundo Lopes, Veloso e Lacerda (2019) ele surgiu em 1980, e é conceituado de diversas maneiras por diferentes autores. Ele também é chamado de ativismo digital, ativismo online, ativismo na rede, ativismo internet, cibermilitância, netativismo e webativismo, mas o que muda é somente a nomenclatura, pois ambos se caracterizam pelo “uso de ferramentas tecnológicas como canais de vídeos, blogs, sites e redes sociais com jovens militantes que foram criadas já na era digital e que compreendem o alcance desta ferramenta de comunicação e sabem muito bem como utilizá-la” (FELGUEIRAS, 2017, p.119). Em síntese, os termos representam essa nova forma das mulheres lutarem por direitos igualitários, se estruturando através da internet, utilizando suas ferramentas como aliadas para se organizarem politicamente e atingir cada vez um número maior de pessoas. “Utilizamos essas tecnologias, como a internet, não só para problematizar e colocar em pauta as questões sobre o “ser mulher”, como também para nos organizarmos politicamente, através de textos, blogs e vídeos, assim como em forma de arte” (MALAQUIAS²³, 2016, s/p). Kunzru (2009) afirma que o ciberfeminismo “está baseado na ideia de que, em conjunção com a tecnologia, é possível construir nossa identidade, nossa sexualidade, até mesmo nosso gênero, exatamente da forma que quisermos” (KUNZRU, 2009, p.26). Além disso, o ciberfeminismo se diferencia das outras ondas do feminismo por criar novas possibilidades de conexão.

No tocante ao Ciberfeminismo enquanto movimento social, esse consegue ressignificar elementos do feminismo a partir das novas tecnologias e dos espaços ocupados pelas mulheres. Extrapolar as fronteiras utilizando as redes sociais, fez mulheres das mais variadas classes sociais, religião, raça/etnia e gênero se unirem para a subversão no processo de comunicar e resistir (DUTRA, 2018, p.25).

O híbrido entre humano e máquina permitiu às mulheres ressignificarem as formas de comunicação, ampliando a abrangência desse movimento social, inserido grupos, que por

²³ O que é o Ciberfeminismo? Da origem por Donna Haraway às práticas atuais. Disponível em: <https://naomekahlo.com/o-que-e-o-ciberfeminismo-da-origem-por-donna-haraway-as-praticas-atuais/>. Acesso em: 04 de outubro de 2020.

muitas vezes foram esquecidos nos debates, a exemplo das mulheres negras, das transexuais e das lésbicas.

O ciberfeminismo teve uma função subjetiva de construir identidades feministas para muitas. O acesso à informação sobre o tema nesses veículos, bem como a facilidade de se envolver em iniciativas ciberfeministas, democratizou e pluralizou essa identificação. Houve uma “revitalização” do uso dessa identidade via ciberfeminismo, o que não aconteceu nas décadas anteriores no país, tornando o ciberativismo parte do cotidiano dessas mulheres (ALBU²⁴, 2017, s/p).

Para Lemos (2009), o ciberfeminismo também se diferencia dos feminismos anteriores por propor questões não só ligadas ao gênero, “dada à ubiquidade das máquinas, as ciberfeministas reformulam a questão do espaço social para além do gênero e das diferenças de gênero” (LEMOS, 2009, p.19). Esse movimento acontece no mundo virtual, mas reverbera no mundo real. Haraway já alertava que o ciborgue é uma criatura real e também ficcional, que compõem uma “ficção capaz de mudar o mundo” (HARAWAY; KUNZRU; TADEU, 2009, p.36). Essa mudança pode se dar de diversas formas. No jornalismo esportivo por exemplo, a dominação masculina fez com que as mulheres encontrassem dificuldades para se integrar no mercado de trabalho e também nessa área. Porém, através do conceito de mediação citado acima e do ciberfeminismo, elas alcançaram novas possibilidades de atuar na área. Gomes (2016) ressalta que o fenômeno não se apresenta da mesma forma para todos e em todos os lugares.

No jornalismo esportivo brasileiro, as mulheres encontraram nos blogs a oportunidade que não têm nos meios tradicionais. Em uma pesquisa rápida feita na internet identificamos o Dibradoras²⁵ como referência. Ele existe desde 2015 e foi fundado por Angélica Souza, Renata Mendonça, Roberta Nina Cardoso e Nayara Perone (que não faz mais parte da equipe). A iniciativa teve princípio em um grupo da rede social *Facebook*, e depois se expandiu para o *YouTube* e para os *podcasts* que são vinculados ao canal Central 3²⁶. Atualmente o blog está veiculado à plataforma online UOL (MERLI, 2018). Em entrevista ao site *Hypeness*²⁷, as próprias autoras declararam que com as dificuldades de se inserirem no meio, a internet e suas plataformas possibilitam “romper uma barreira no jornalismo esportivo, dando voz às mulheres

²⁴ Ciberfeminismo é o “novo feminismo” no Brasil?. Disponível em: <https://feed.itsrio.org/ciberfeminismo-%C3%A9-o-novo-feminismo-no-brasil-3a6aaca7cf66>. Acesso em: 04 de outubro de 2020.

²⁵ Dibradoras - Blog Esfera UOL. Disponível em: <https://dibradoras.blogosfera.uol.com.br/>. Acesso em: 05 de agosto de 2020.

²⁶ Dibradoras - Central3. Disponível em: <http://www.central3.com.br/category/arquivos/dibradoras-podcast/>. Acesso em: 05 de agosto de 2020.

²⁷ Conversamos com as Dibradoras, as minas que deram um bico no machismo pelo amor ao futebol. Disponível em: <https://www.hypeness.com.br/2018/06/conversamos-com-as-dibradoras-as-minas-que-deram-um-bico-no-machismo-pelo-amor-ao-futebol/>. Acesso em: 05 de agosto de 2020.

do esporte (a torcedora, a jogadora, a árbitra, a dirigente, a treinadora, a gestora, a jornalista, as narradoras e por aí vai)” (DIBRADORAS, 2018, s/p).

As novas mídias, abrem espaço para uma diversidade de profissionais e para uma pluralidade de opiniões que ajudam a desmistificar preconceitos e piadas machistas reproduzidas no meio esportivo. Na internet, elas podem se desprender da dominação que homem exerce na cobertura do esporte.

A mídia alternativa vem crescendo muito por justamente oferecer novos caminhos para as pessoas que desejam se informar sobre os assuntos que mais lhe agradam. Dificilmente encontraríamos uma grande mídia feita por mulheres abordando somente a participação delas no esporte. As oportunidades para se informar cresceram, os meios de comunicação também cresceram e estão muito segmentados na internet (DIBRADORAS, 2018, s/p).

Por exemplo, na televisão, os programas esportivos são dominados pelo futebol masculino. A modalidade feminina tem uma porcentagem mínima de cobertura nessas programações, ganhando uma maior visibilidade em grandes competições como a Copa do Mundo Feminina, Olimpíadas ou em alguma pauta extraordinária, que abordem por exemplo a quebra de algum recorde ou a vida pessoal das atletas. Em todo o resto, os jogos femininos não recebem a cobertura que o masculino tem; as partidas do Brasileirão feminino não são nem mesmo televisionadas. Apenas as que acontecem nas tardes de domingo, especificamente às 14h são transmitidas pela Rede Bandeirantes²⁸, os demais jogos são transmitidos na internet pelo canal da CBF TV. Além disso, geralmente os programas esportivos de TV criam um quadro com pautas de cunho feminino, a exemplo do “Bolsa Redonda”²⁹, ele foi lançado pela Rede Globo, em novembro de 2013 e fazia parte da programação do Esporte Espetacular. Segundo a descrição da emissora, o objetivo do quadro era levar debates esportivos femininos para o programa. Quando o próprio canal afirma isso, leva a uma interpretação de que todo o resto do conteúdo presente na atração não era pensado para o público geral, e sim para o homem. Dessa forma, o Dibradoras usa da liberdade proporcionada pela midiatização e pelo espaço da internet, para produzir um conteúdo voltado para a cobertura do futebol feminino. O programa ainda repercute as questões que envolvem esse meio e casos que afetam as mulheres de alguma maneira, como assédio, machismo, entre outros. A internet também possibilitou o ativismo nas

²⁸ Saiba Onde assistir aos jogos do Brasileirão Feminino 2020. Disponível em: <https://www.terra.com.br/esportes/futebol/futebol-feminino/saiba-onde-assistir-aos-jogos-do-brasileirao-feminino-2020,30049096c5fefa7c34a1b225f2f703b8cdo1iv9n.html#:~:text=Os%20jogos%20do%20Brasileir%C3%A3o%20Feminino,site%20especializado%20em%20tempo%20real>. Acesso em: 05 de agosto de 2020.

²⁹ Glenda, Ivan e Gentil se divertem nos bastidores do 1º Bolsa Redonda do EE. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/programas/esporte-espetacular/noticia/2013/11/glenda-ivan-e-gentil-se-divertem-nos-bastidores-do-1-bolsa-redonda-do-ee.html>. Acesso em: 08 de julho de 2019.

redes, se tornando um ambiente favorável para que as mulheres pudessem se manifestar em relação a outros temas que antes eram silenciados.

2.2. O ciberativismo e o engajamento nas redes

A internet é um ambiente que torna possível a conexão de diversas pessoas e assuntos ao redor do mundo. Medeiros (2013), usa os conceitos de Habermas (2003), para justificar que isso é possível por se tratar de um lugar público “isto é- quando certos eventos, em contraposição às sociedades fechadas, são acessíveis a qualquer indivíduo -, e considerando a internet compreende um espaço público sem intermediários ou reguladores institucionais, possibilitando novas maneiras dos sujeitos conviverem, pensarem e se manifestarem” (MEDEIROS, 2013, p.28).

Segundo Medeiros (2013), esse espaço público possibilita que o sujeito comum emita sua opinião, tornando a internet uma esfera pública. Para o autor, “essa esfera é uma estrutura que agrega diversos tipos de entidades que se comunicam num espaço informacional e comunicacional e que atuam em um jogo de forças para o estabelecimento de relações de poder” (MEDEIROS, 2013, p.28). Na visão de Maia (2017), essa estrutura é um ambiente democrático que permite o engajamento do público. “A esfera pública é caracterizada como o locus da comunicação, os espaços nos quais as pessoas discutem questões de interesse comum, formam opiniões ou planejam a ação” (MAIA, 2017, p.3). Desse modo, a internet se concretiza como um espaço público de debate para pautas políticas emergentes na sociedade. Essa possibilidade permitiu que as mulheres utilizassem essas redes como um instrumento para o ativismo político ligado às causas feministas. As campanhas e movimentos que surgem neste contexto conseguem promover de modo efetivo uma mudança no cenário de violências que as mulheres muitas vezes estão inseridas. Essas consequências acontecem pelo fato de que a esfera pública que é criada na internet se torna capaz de gerar uma repercussão em diversas outras esferas públicas midiáticas.

A outra meta ou função primordial da esfera pública é amplificação do tema. A esfera pública deve conseguir ampliar o tema tanto para atingir os diferentes públicos concernidos na sociedade quanto para levar tais fluxos comunicativos em direção ao sistema político formal. Nesse ponto, a esfera pública realiza sua principal função, que é influenciar a esfera institucional, muitas vezes desconectado dos anseios e necessidades dos cidadãos, em suas decisões. Logo, a esfera pública não realiza a decisão política por si, mas tem a capacidade de criar subsídios essenciais para direcionar os representantes. A deliberação informal da esfera pública deve, então, conseguir influenciar as deliberações formais das tomadas de decisões no interior do sistema político formal (BARROS; SAMPAIO, 2010, p.89).

Segundo Reis (2017), as mídias sociais como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* e *Youtube*, são potencializadores desta capacidade política, pois promovem um campo aberto para discussão de ideologias diferentes. Nesta pesquisa, estamos analisando a repercussão da *#DeixaElaTrabalhar* no *Instagram*, desse modo, vamos nos aprofundar mais neste aplicativo. Segundo dados da Global Digital Report³⁰, em 2019, o *Instagram* era a sexta rede social mais utilizada no mundo e a quarta no Brasil. Piza (2012) afirma que ele surgiu para o público no dia 6 de outubro de 2010 e tinham a intenção de resgatar o estado instantâneo de fotos feitas pelo tipo de máquina *Polaroid*. A grande utilidade do aplicativo é compartilhar fotos, que podem vir ou não com legendas, “o *Instagram* é mais utilizado para o compartilhamento de imagens. Para tanto, os indivíduos podem fazer uma foto como o próprio celular, aproveitar alguma imagem que já esteja salva no aparelho, ou puxar fotografias realizadas com outros dispositivos, tais como as próprias câmeras digitais” (PIZA, 2012, p.8). Mas desde 2012, quando foi comprado pelo *Facebook*, sofreu diversas modificações e ganhou novas funções, a exemplo dos *stories*³¹. Essa ferramenta foi indexada ao aplicativo em 2016 e permite que os usuários compartilhem fotos ou vídeos de atividades do seu dia a dia de forma simples e rápida. Eles são apresentados em um formato de slideshows e ficam disponíveis por 24 horas. Além disso, os *stories* também possibilitam uma maior interação entre o dono da conta e seus seguidores, pois ele tem funções como as caixinhas de perguntas e as enquetes. A ferramenta também permite compartilhar uma publicação do *feed* de atividades de qualquer outro usuário nos *stories*.

Em 2018, o *Instagram* também lançou o IGTV³² que permite compartilhar vídeos de até 60 minutos. Em 2019 o aplicativo disponibilizou a função do *Instagram* Cenas, que, em 2020, foi substituído pelo *Instagram Reels*³³. A nova função permite que os usuários criem microvídeos de até 15 segundos de várias maneiras criativas. No aplicativo também é possível salvar publicações de outras contas e na função pesquisar, pode-se localizar outros usuários ou assuntos divulgados dentro da rede social. Essa utilidade fica mais fácil com o uso das *hashtags*.

³⁰ We are Social. Disponível em: <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>. Acesso em: 23 de agosto de 2020.

³¹ Instagram Stories: O que é, como funciona e dicas práticas. Disponível em: <https://neilpatel.com/br/blog/instagram-stories-o-que-e/>. Acesso em: 23 de agosto de 2020.

³² As 10 redes sociais mais usadas no Brasil em 2020. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>. Acesso em: 23 de agosto de 2020.

³³ Como funciona o Reels no Instagram: Perguntas e Respostas. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/listas/2020/07/como-funciona-o-reels-no-instagram-perguntas-e-respostas-sobre-a-funcao.ghtml>. Acesso em: 23 de agosto de 2020.

Dentro da própria função de pesquisa, fica disponível a aba “*Tag*³⁴”, nela, basta digitar qualquer assunto para que o aplicativo disponibilize todas as publicações que utilizaram aquela *hashtag*. No *Instagram*, as *tags* podem ser usadas nas legendas das publicações e também nos comentários. Depois de ser adicionada ao post, a *hashtag* é incluída a uma página com outras publicações com a mesma marcação.

Esse sistema de indexação surgiu no *Twitter*, em 2009 (REIS, 2017, p.3) mas também é utilizada em outras redes sociais. Segundo SILVA (2017), a palavra tem origem inglesa, e é composta pela junção dos termos *hash*, que traduzida significa cerquilha (#) e *tag* que corresponde a etiqueta em português. Ela diz respeito a uma cadeia de caracteres que formam uma unidade ao ser precedida pelo símbolo cerquilha. Elas facilitam as pesquisas na rede, pois “basta colocar o símbolo # adiante de alguma palavra-chave ou frase e ela irá automaticamente ser agrupada a todas as outras similares utilizadas na plataforma” (REIS, 2017, p.3).

As *hashtags* tem diversas finalidades e suas funções mais básicas são: indicar, realçar, agrupar e expressar. “Elas são utilizadas para indicar o tópico da postagem, realçar um elemento, agrupar pessoas e assuntos comuns além de servir como forma de expressão” (SILVA, 2017, p.22). A autora ainda afirma que as *hashtags* tem o poder de unir pessoas com interesse em um determinado tema, e ainda tem a capacidade de permitir que um usuário da internet expresse suas emoções e opiniões através do símbolo (SILVA, 2017). Para o ciberfeminismo as *hashtags* se tornaram uma ferramenta que pode ser acionada como uma estratégia para a luta feminista. Essa linguagem passou a ser utilizada por diversos movimentos políticos para facilitar a conexão com grupos apoiadores e também como uma forma de disseminar um assunto, possibilitando novos meios de debate.

Tais palavras de ordem [*hashtags*] tem sido, portanto, um recurso eficaz para viabilizar, centralizar e dar visibilidade a campanhas/eventos feministas online e offline. São elementos unificadores em torno de determinadas temáticas que potencializam iniciativas de interesse comum. Assim, diante da diversidade de correntes e grupos que se reivindicam feministas, é possível centralizar ações e produzir uma memória virtual das pautas e conteúdos (ARAÚJO, 2016, p. 9).

³⁴ Hashtag no Instagram. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/hashtags-no-instagram/#:~:text=Essa%20%C3%A9%20bem%20f%C3%A1cil%3A%20no,como%20%25%2C%20%26%20e%20%24..> Acesso em: 23 de agosto de 2020.

Esse novo uso passou a ser chamado de “ativismo de *hashtag*”³⁵ (ROBERTO, 2018, s/p) e também de “ativismo digital” (DESLANDES, 2018, s/p). Eles se caracterizam por utilizar a internet para organizar movimentos e reivindicações das mais variadas pautas. “Os ativistas digitais optam principalmente por causas que não ganhavam destaque na mídia tradicional - a principal curadora e porta-voz dos assuntos que mereciam atenção. O internauta pode brigar pela proteção das baleias e também por questões mais práticas de seu dia a dia” (CARPANEZ³⁶).

Em 2015, as mulheres tomaram as ruas e principalmente a internet em um movimento histórico conhecido como #primaveradasmulheres, segundo Duarte e Melo (2017), ele surgiu com o objetivo de combater uma cultura machista. E foi primordial para a ascensão de diversos movimentos, inclusive o blog Dibradoras e a *hashtag* #DeixaElaTrabalhar. De acordo com Rodrigues (2017), a “Primavera das Mulheres” começou a ser moldada em 2011, com a Marcha das Vadias no Canadá, a retomada das ruas, a criação de coletivos de mulheres e ganhou ainda mais força no Brasil após as manifestações de 2013. Para Duarte e Melo (2017), o estopim teria sido em outubro de 2015, após uma participante do programa *Masterchef Junior* ser alvo de comentários com teor sexual nas redes sociais. Na época, Valentina tinha 12 anos. Outro ponto destacado pelas autoras que teria corroborado com o movimento foi o projeto de Lei 5069/2013, do Presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, que dificultava o aborto legal em caso de estupro, esse fato também é afirmado por Hollanda (2018). Desde então, foi impossível parar a expansão do ativismo nas redes.

Fomos gritar #foracunha e protestar contra o Projeto de Lei 5069/2013 as negras exibiram seus cabelos no #orgulhocrespo e organizaram a Marcha Nacional das Mulheres Negras; ocupa-mos as redes para denunciar #meuprimeiroassedio; intelectuais ganharam espaço na campanha #agoraéquesãoelmas; a #partida se organizou como um novo movimento feminista a fim de aumentar nossa representação parlamentar; apoiamos a presidente Dilma Rousseff para pedir #ficaquerida, gritar #foratemer e denunciar a misoginia do golpe; a Marcha das Margaridas levou 100 mil mulheres a Brasília; o Think Olga liderou a mobilização #chegadefiufiu para dar um basta na naturalização do assédio, da violência sexual e da cultura do estupro; o transfeminismo confrontou o essencialismo das feministas radicais, as *radfems* [*radical feminists*], e reivindica espaço legítimo no movimento de mulheres; as *radfems* estão brigando contra a pornografia e a prostituição, e as prostitutas, lutando pelo direito de ter sua profissão regulamentada (RODRIGUES, 2017, s/p).

³⁵ #Ativismo: O poder social da hashtag. Disponível em: <https://www.elblogdelacomunicaciondigital.com/pt/ativismo-o-poder-social-do-hashtag/>. Acesso em: 04 de outubro de 2020.

³⁶ Fonte: <https://tab.uol.com.br/ativismo-digital/>. Matéria disponibilizada no site da UOL sem data.

Dessa forma, podemos observar que a #DeixaElaTrabalhar se encaixa nessa expansão, pois ela surgiu como uma ferramenta para que as jornalistas esportivas vítimas de assédio pudessem expressar a maneira como se sentiram ao serem assediadas. A princípio, a campanha formou uma rede de agrupamentos por interesses em comum, como os clubes e outras instâncias envolvidas com o futebol que rapidamente aderiram à campanha. Além da adesão de diversas mulheres e de pautas feministas.

A campanha conseguiu reverberar um assunto que até então ficava estagnado entre as mulheres que atuam no jornalismo esportivo, de modo a fazer com que o mundo tomasse conhecimento do assédio diário que elas enfrentam. Reis (2017) identifica que o sucesso das mobilizações promovidas pelo ativismo nas redes sociais se dá também por causa das *hashtags*, que “assumindo sentidos diversos, elas ora contribuem para fazer pressão junto ao poder público nos processos de tomada de decisões; ora servem para dar visibilidade às causas da militância” (REIS, 2017, p.3). A #DeixaElaTrabalhar não é a primeira a gerar uma mobilização ativista de pautas políticas na internet, o primeiro registro de uma movimentação política massiva foi documentado durante as eleições iranianas de 2009-2010 (COSTA-MOURA, 2014).

No mundo todo, o uso das *hashtags* como ativismo político vem mostrando um grande poder social, gerando consequências fora da ordem virtual. Um exemplo emblemático é a campanha #MeToo³⁷, apesar de a ideia ter surgido em 1996, através da ativista Tarana Burke, ela ganhou grande notoriedade e repercussão em 2017, após a atriz Alyssa Milano, *twittar* pela primeira vez o termo denunciando o ex-produtor Harvey Weinstein por assédio. Outras mulheres foram encorajadas e realizaram uma série de denúncias contra o produtor. Como resultado, as polícias de Nova York e Londres aceitaram as queixas, e Weinstein foi julgado e condenado há 23 anos de prisão. No Brasil, as movimentações políticas surgiram com maior peso em 2015, com o “Vamos Juntas^{38?}”; “Indique uma Mina³⁹” no *Facebook*; “Não tira o batom vermelho⁴⁰” e “*Survivor*⁴¹” no *YouTube*. Com a *hashtag* como mediadora, a campanha #meuprimeiroassedio foi uma das de maior repercussão no país, alcançando mais de 82 mil

³⁷ O que é o movimento #MeToo?. Disponível em: <https://www.estudopratico.com.br/o-que-e-o-movimento-metoo/>. Acesso em: 08 de julho de 2019.

³⁸ Movimento Vamos Juntas. Disponível em: <https://www.movimentovamosjuntas.com.br/>. Acesso em: 19 de agosto de 2020.

³⁹ Movimento Indique Uma Mina. Disponível em: <https://www.facebook.com/indiqueumamina/?rc=p>. Acesso em: 19 de agosto de 2020.

⁴⁰ Não Tira o Batom Vermelho. Disponível em: <https://www.aquinoicias.com/colunas/nao-tira-o-batom-vermelho-nao-tira/>. Acesso em: 19 de agosto de 2020.

⁴¹ Survivor. Disponível em: <https://extra.globo.com/tv-e-lazer/musica/com-clipe-de-survivor-clarice-falcao-fala-sobre-empoderamento-feminino-18044573.html>. Acesso em: 19 de agosto de 2020.

tweets em um período de cinco dias (REIS, 2017). Outros exemplos de grande visibilidade no Brasil são: #MexeucomUmaMexeucomTodas, #ElesporElas, #MeuAmigoSecreto, #MamilosLivres, #MulheresContraCunha. No jornalismo, a #jornalistascontraassédio⁴² surgiu em 2016, após a demissão de uma repórter do portal IG ser motivada por uma denúncia de assédio. A vítima realiza uma entrevista com o cantor Biel quando foi chamada de “gostosinha” e disse que seria “quebrada ao meio” caso os dois mantivessem relações sexuais. Outras jornalistas se uniram e lançaram a campanha que encorajou mais profissionais a denunciarem casos de assédio. Todos esses movimentos têm como denominador comum o ativismo feminista, denúncias de assédios, além de promoverem a luta contra o machismo. As mulheres foram e ainda são silenciadas de muitos modos diferentes na nossa sociedade e, por isso, esse tipo de campanha é tão importante. Elas levam luz aos assuntos que por muito tempo foram ignorados socialmente.

⁴² O machismo nas redações dos jornais em 10 tuítes. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2016/06/22/politica/1466615039_222592.html. Acesso em: 08 de setembro de 2020.

3. MAPEAMENTO E APROPRIAÇÕES DA CAMPANHA “DEIXA ELA TRABALHAR”

O seguinte capítulo tem o intuito de esclarecer os percursos metodológicos seguidos na construção desta pesquisa até o momento de análise das publicações da campanha “Deixa Ela Trabalhar”. Nele, são explicitados alguns dos principais autores acionados para que fosse possível realizar uma análise de conteúdo clássica nos materiais coletados durante o trabalho, a fim de realizar uma discussão sobre o problema de pesquisa e atingir os objetivos traçados. Além disso, apresentamos neste capítulo os resultados da análise sobre os usos da #DeixaElaTrabalhar no *Instagram*. As publicações estudadas foram categorizadas de acordo com o modo de apropriação, desse modo, chegamos nas seguintes categorias: apropriação pelas redes feministas, a *hashtag* como instrumento de denúncia, apropriações individuais pelas profissionais da área e apropriações da *hashtag* pela imprensa esportiva.

3. 1. Metodologia

Após constantes casos de assédio sofrido por mulheres na área do jornalismo esportivo, um determinado grupo de profissionais decidiram se unir e organizar uma campanha lançada no ambiente virtual por meio de uma *hashtag*. A #DeixaElaTrabalhar foi divulgada em 2018 e causou um grande impacto nacional, levando a uma reflexão coletiva sobre como as mulheres que optam por cobrir esportes sofrem com assédios. A repercussão da campanha e a seriedade das denúncias e das reivindicações trazidas pelas jornalistas foram essenciais para que ela fosse escolhida como objeto de pesquisa deste trabalho. Através dos relatos dessas profissionais identificamos como problema de pesquisa o assédio que as jornalistas esportivas sofrem e como isso as afeta ao ponto de precisarem se organizar em um movimento pedindo respeito e o simples direito de trabalhar sem serem violadas.

A princípio, esta pesquisa começou a ser pensada como um produto, um livro reportagem que iria trazer o dia a dia de jornalistas esportivas da região de Minas Gerais no exercício da profissão no trabalho em campo. O objetivo era acompanhar essas profissionais e relatar como era o cotidiano das coberturas de jogos, entrevistas, entre outras coisas. Com o intuito de identificar possíveis casos de assédio tendo como ponto de partida a #DeixaElaTrabalhar, como isso afetava o exercício da profissão e como elas lidavam com essas possíveis situações. Entretanto, ao iniciarmos o processo de busca por fontes, percebemos que a maioria das mulheres envolvidas na profissão da região trabalhavam somente dentro das redações, como editoras de texto e redatoras. Partimos para a possibilidade de buscar essas

profissionais fora do estado, mas essa perspectiva se tornou inviável por questões financeiras. A solução foi migrar de um produto para uma monografia, dessa forma, começamos a traçar novos percursos metodológicos, mas ficou definido que o objeto e problema de pesquisa continuariam o mesmo.

Como já pontuado, a campanha foi lançada na internet por meio de uma *hashtag*, ela reverberou em diversas plataformas e redes sociais. Mulheres de lugares e profissões distintas utilizaram a #DeixaElaTrabalhar para apoiar a campanha e denunciar situações que elas também se sentiram assediadas. Desse modo, decidimos mapear as publicações que se apropriaram da *hashtag*, com o objetivo de realizarmos uma análise. A ideia inicial era utilizar o *Twitter* como plataforma para buscar essas postagens, mas ela possui algumas limitações, como por exemplo, a demarcação de até 140 caracteres por publicação e também o fato de não ser uma rede social tão visual, o compartilhamento de fotos é mais raro. A segunda opção foi o *Instagram*, ele se mostrou mais eficiente para o nosso objetivo, pois permite o compartilhamento de fotos acompanhadas por textos, com limites de 2.200 caracteres e 30 *hashtags*.

Com ele, foi possível realizar uma análise verbo-visual das publicações. Desse modo o objetivo geral da pesquisa passou a ser o de refletir sobre a repercussão e apropriações da campanha #DeixaElaTrabalhar no *Instagram*. Além dos objetivos específicos de mapear a repercussão da campanha na rede social a partir das menções à *hashtag*; analisar as apropriações verbo visuais da campanha em novas postagens que tratam das condições de trabalho da mulher; refletir sobre as condições de atuação profissional da mulher no campo do jornalismo esportivo e em outros espaços; refletir sobre como o ativismo de *hashtag*/ ciberativismo relaciona-se com a quarta onda feminista e discutir as potências do ativismo de *hashtag* contra o silenciamento e a violência de gênero.

Como o objetivo de mapear a repercussão da campanha no *Instagram*, aplicamos no buscador a própria *hashtag* como palavra chave. Dessa forma, foram encontradas 13.2 mil menções a ela somente nesta rede social. Em seguida, como critério de triagem optou-se por selecionar as postagens de acordo com a relevância do conteúdo verbo visual. Entende-se por relevante aquelas que apresentaram imagens com símbolos que dava indícios do que se tratava o assunto, por exemplo, o microfone e o campo de futebol. A relevância dos textos se deu a partir dos dados que ele trazia sobre o fato, a contextualização e o entendimento expresso na escrita sobre a gravidade dos assédios. A partir desse movimento, utilizei o conceito de categorização explicado por Júnior (2009), o qual, segundo o autor, refere-se ao trabalho de classificar e agrupar o objeto de análise em um número menor de categorias, a fim de torná-los

mais compreensíveis. Por conseguinte, cheguei em quatro grupos de análise, sendo elas: apropriação pelas redes feministas, a *hashtag* como instrumento de denúncia, apropriação individual pelas profissionais da área e apropriação da *hashtag* pela imprensa esportiva.

O estudo foi feito a partir de textos e de imagens. Para o conteúdo textual, o método utilizado foi a análise de conteúdo clássica, apoiando nos conceitos de Bauer (2003). Para ele, essa técnica é “um método de análise de texto desenvolvido dentro das ciências sociais empíricas” (BAUER, 2003, p.190). Além disso, outro ponto que justificou a presença do autor é a consciência que ele traz para a pesquisa ao identificar a importância da internet para a valorização dos arquivos textuais. Como quase todas as publicações vêm acompanhadas de um texto, duas dimensões da análise de conteúdo nortearam o estudo, são elas: “a sintática e a semântica” (BAUER, 2003, p.192). A sintática ajudou a compreender como a forma em que o texto é escrito influencia no resultado esperado para a audiência. Já a semântica tem a ver com os sentidos que ele traz. Segundo o autor, ela ajuda a responder o que é dito em uma redação. Características de ambas presentes nos textos ajudaram a guiar o estudo.

Para compreender as apropriações visuais que fazem menção à campanha, aplicamos reflexões sobre o conceito de imagem a partir de Ambrose e Harris (2005). Como por exemplo, na hora de identificar o sentido conotativo e denotativo que uma imagem passava e também para entender as variações e particularidades de cada imagem analisada. Para compreender as apropriações visuais em outros contextos e publicações, aplicamos a noção de semiótica de abordada por Penn (2003). Ele ressalta como a relação entre imagem e texto são recíprocas e compõem os signos do conteúdo, “o sentido de uma imagem visual é ancorado pelo texto que a acompanha”. (PENN, 2003, p.321). As imagens, diferentes do texto, permitem inúmeras interpretações, e, segundo o autor, é por isso que a maioria das imagens está acompanhada de algum tipo de texto, fato que tira a ambiguidade da imagem. Como uma forma de guiar a análise, foram pontuadas as seguintes perguntas: O que tal elemento visual conota (que associações são trazidas à mente)? Como os elementos verbo visuais se relacionam uns com os outros (correspondências internas, contrastes, etc.)? Que conhecimentos culturais são exigidos a fim de ler o material? (PENN, 2003, p.328).

3.2. Categorização e análise das publicações

Dentre as mais de 10 mil menções à #DeixaElaTrabalhar que verificamos no *Instagram*, encontramos diversos tipos de publicações. Algumas usavam a *hashtag* simplesmente como uma estratégia de engajamento, outras traziam ela apenas como uma demarcação em uma foto. Percebemos que esse tipo de postagem não nos traria os recursos linguísticos e visuais

necessários para a análise. Entretanto, como podíamos imaginar, notamos que as contas que tratam dos temas que circundam esse estudo, como o feminismo, o futebol e o jornalismo esportivo, eram as que mais forneciam material para análise. Essas contas traziam textos com informações sobre casos de assédio, como o nome da vítima, local e data. Algumas também se posicionaram abertamente contra o machismo no futebol e demonstraram apoio a campanha, as mulheres e as pautas feministas. As imagens que acompanhavam essas publicações também eram mais relevantes. Apesar de sozinhas permitirem diversas interpretações, elas davam indícios do que se tratava o assunto, algumas demonstravam o apoio a campanha e as pautas feministas de forma mais clara.

Após esse primeiro movimento de seleção, observamos que dentro desse grupo de publicações mais relevantes, existiam diferenças. Por mais que elas tratem do mesmo assunto, a forma de expressão presente nos textos e nas imagens eram distintas. Percebemos que as contas se apropriavam de diferentes maneiras da *hashtag*. Dessa forma, unificamos as contas de acordo com o nicho que elas representam, sendo eles; feminismo, imprensa esportiva e mulheres profissionais da área. Além dessas categorias, também observamos que a *hashtag* foi utilizada por muitas mulheres como um meio para denunciar e repercutir casos em que elas sofreram assédio. Os conteúdos dessas publicações também se mostraram extremamente relevantes para o objetivo dessa pesquisa. Portanto, também criamos a categoria: a *hashtag* como instrumento de denúncia. A princípio, o estudo seria feito a partir de três postagens da mesma categoria, entretanto, nem todas tinham esse número de material relevantes. Sendo assim, as publicações foram divididas em quatro categorias, com duas contas analisadas em cada uma. De modo geral, todas as publicações estudadas são compostas por uma imagem e um texto, todas têm um número significativo de seguidores (apesar de esse não ser um critério de relevância), todas demonstram repúdio ao assédio e utilizam uma linguagem que vai de acordo com o tipo de público de cada conta.

Categoria A: Apropriação pelas redes feministas

Essa categoria agrega as contas no *Instagram* que tratam da temática feminista e se apropriaram da #DeixaElaTrabalhar. A primeira publicação estudada desse grupo é da página “Amiga Feminista⁴³”. Ela possui em média 24,7 mil seguidores e compartilhar conteúdos relevantes socialmente por meio de um viés feminista. Todas as publicações da página têm uma identidade visual que aplica nas fotografias um filtro com efeito de desenho, conforme

⁴³ Perfil Amiga Feminista no Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/amigafeminista/?hl=pt-br>. Acesso em: 25 de agosto de 2020.

explicaremos adiante. O post analisado traz essa mesma arte com a imagem da repórter Júlia Guimarães e a frase: “Não faça isso com uma mulher”. Ele também vem acompanhado de um texto (Figura 5).



Figura 5: Ilustração da repórter Júlia Guimarães segurando um microfone, com uma legenda e ao lado o texto que acompanha a imagem.

Fonte: Reprodução, instagram Amiga Feminista.

A página defende abertamente um ponto de vista político: o feminismo. Desse modo, em uma dimensão sintática, podemos observar que a escolha de algumas palavras que compõem o texto não está ali de modo desordenado, elas querem dizer algo e marcam um posicionamento da página, como, por exemplo, as palavras “assédio” e “vítima”. Com os termos, a “Amiga feminista” indica que não está tentando suavizar o seu discurso; diferente de outros meios que usam sinônimos ou até mesmo ocultam a palavra para não gerar nenhum tipo de interpretação política. A palavra “vítima”, é a que mais demonstra a posição da página; ela significa pessoa ferida, violentada, e é o que ocorreu com essas mulheres. Isso acontece pois, depois de escrito, o texto se torna uma representação de quem o escreveu. Dessa forma, essa conta do *Instagram* demonstra consciência de que ela fala de um lugar específico, para um público específico. Além disso, a página dá espaço para o que foi dito pela repórter, o ponto de vista dela enquanto vítima, demonstrando mais uma vez seu cunho feminista.

A imagem de Julia foi manipulada pela página e ganhou o efeito de ilustração. Essa escolha cria um diferencial para os posts da “Amiga Feminista”, uma técnica exclusiva que pode demonstrar uma maior sensibilidade da conta. Como uma ilustração demanda mais

esforços do que só escolher uma fotografia já pronta, a técnica pode passar uma sensação de aproximação com o leitor, mas em contraponto, ela perde qualidade, pois não mostra alguns detalhes que uma foto mostraria. Porém, ainda é possível identificar que a repórter está com uma expressão séria, segurando um índice denotativo da sua profissão: o microfone. Esse signo, leva quem está vendo a imagem a deduzir que ela é uma repórter. Por si só, a imagem não diz nada além de uma mulher, segurando um microfone, ela é ambígua. Portanto, além do texto, ela vem acompanhada de uma legenda “Nunca faça isso com uma mulher”. Ela está no imperativo negativo, indicando uma ordem, e está em consonância com a expressão séria que Júlia mostra na imagem. Além disso, a ordem “Nunca faça isso” pode levar o leitor a se questionar qual atitude seria essa, instigando-o a acionar o texto para descobrir. Com texto e imagem trabalhando juntos, o sentido passa a estar completo. A sentença foi extraída da própria fala da repórter após ser assediada, quando ela foi acrescentada à imagem, o sentido mudou, a figura passou a dizer muito mais do que só a estampa de uma mulher, ela passou a ter sentido e a significar uma luta. Esse fato expressa a postura militante que a página assume ter, incorporando-a na luta feminista.

Nesta publicação, a campanha “Deixa Ela Trabalhar” foi incorporada ao texto, sem menção direta. Mas um detalhe chama atenção na postagem no final, além de usar a #DeixaElaTrabalhar, também foi acrescentado diversas outras *hashtags*. Sendo elas: #machismo #machista #feminismo #feminista #empoderamentofeminino #respeitasmulheres #copadomundo #machismonacopa #copa #machistasnãopassarão #mulheres #mulher #girlpower #russia #brasil #machismomata #assedio #deixaelatrabalhar #globo #sport #futebol #football. Podemos perceber que as *hashtags* estão ligadas por um assunto em comum e seus subtemas, por exemplo: machismo, feminista, empoderamento feminino, machistas não passarão, etc, participam de um mesmo grupo - o do feminismo e da militância. Já as *hashtags* copa, copa do mundo, Rússia, Brasil e futebol dizem sobre o meio em que ocorreu o assédio. A publicação traz também o subtema internacional, colocando em inglês as palavras *football* e *sport*.

Os termos acionados são expressões chaves que ligam outras publicações sobre feminismo e assédio e com a facilidade que as *hashtags* promovem na comunicação, a página cria uma rede de denúncia, interligada por meio dessas palavras. Agrupando assuntos em comum, ao clicar em alguma das *hashtags*, a audiência da página citada, será redirecionada para muitas outras, que podem vir a ganhar um novo público, dando visibilidade e repercussão para novos casos de assédio ou outros conteúdos ligados ao feminismo. Ademais, com o uso dos subtemas, a página consegue ir além e atingir outros nichos, como o público que segue as

hashtags de futebol. Ela ainda possibilita a conexão internacional, usando os termos em inglês. Entretanto, do mesmo modo que ela utiliza o poder dessa ferramenta para disseminar o feminismo e a denúncia, ela também usa as *hashtags* para benefício próprio, como uma estratégia de engajamento, que é a interação e envolvimento dos seguidores com a página, aumentando esses números, ela ganha visibilidade e relevância dentro do *Instagram*. Portanto, o uso das *hashtags*, no final, faz com que a publicação se beneficie das mesmas coisas citadas acima.

A segunda publicação analisada nesta categoria é da conta “Hoguera Feminista⁴⁴”. Ela é uma conta estrangeira, não é possível identificar ao certo o país de origem pois essa opção está ocultada pelos administradores, mas através de algumas publicações e marcações de *hashtags* é possível deduzir que é do Chile. Ela possui 12,4 mil seguidores e publica conteúdos feministas de luta e de protestos. O post traz uma imagem com um efeito embaçado de uma repórter, ao que tudo indica foi tirado de um vídeo do meio de comunicação e entretenimento *Playground* (Figura 6).



Figura 6: Print de um vídeo, acompanhado por um texto.

Fonte: Reprodução, instagram Hoguera Feminista.

A publicação está em espanhol, mas em uma tradução livre temos: “Mas se o feminismo é desnecessário nestes tempos, as mulheres já têm respeito suficiente”, é o que dizem todas as

⁴⁴ Conta da Hoguera Feminista no Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/hoguerafeminista/>. Acesso em: 25 de agosto de 2020.

peessoas que querem continuar perpetuando essa violência, sendo cúmplices de tudo isso”. A conta começa ironizando uma fala recorrente de pessoas que são “contra” o feminismo, que acham o movimento desnecessário. Ela usa o vídeo, que mostra várias cenas de mulheres sendo assediadas, como uma maneira de provar a importância da luta feminista. Como é uma conta que declara abertamente seu posicionamento político, ela afirma que a fala citada acima é dita por pessoas que perpetuam o machismo.

Além disso, com a sentença “sendo cúmplices de tudo isso”, elas usam o texto com um meio de expressão que registra os valores da página. E desse modo, ela vende a ideia radical de que quem critica o feminismo é conivente com as violências que esses homens cometeram, mesmo não sendo eles os autores. Isso demonstra um conhecimento que as administradoras da página têm do público que as acompanha, elas podem fazer esse tipo de acusação porque subentende-se que todos ali pensam da mesma maneira. Em uma análise sintática do texto, as palavras mais fortes são: violência, feminismo e cúmplices. Elas também ajudam a evidenciar o posicionamento militante da página.

A conta também se apropria e faz menção à diversas *hashtags* assim com a citada acima, porém, as palavras escolhidas são mais vigorosas, sendo elas: *#acososexual #olafeminista #niunamenoschile #niunamenos #rapeculture #noesno #feminismochile #feministas #abajoelpatriarcado #elmachismomata #luchafeminista #noespiropoesacoso #feminismo #hartas*⁴⁵ *#deixaelatrabalhar*. Em nenhum momento, a conta tenta suavizar seu discurso: a imagem, o texto e as *hashtags*, formam um conjunto poderoso de militância e de militantes, que se sentem representados pelas linguagens acionadas. A maioria delas está em espanhol, e mostra que a página tem um foco maior no público local, as únicas *hashtags* internacionais em idiomas distintos são a *#rapculture* e a *#deixaelatrabalhar*.

A menção a *#DeixaElaTrabalhar* só acontece nesta parte, por isso, pontuamos algumas questões acerca da localização da *hashtag*. O corpo do texto poderia ter mais peso se alguns dos termos usados na *hashtag* tivessem sido acionados e articulados na publicação. Outro ponto é o fato de a “Haguero Feminista” ser radical ao acusar todos que são contra o feminismo de apoiarem essas violências, entretanto, é visível que a página tem ciência disso e representa uma escolha do veículo se portar dessa maneira. Mas, de qualquer forma, se essas mudanças fossem realizadas o texto ficaria mais informativo e menos acusativo.

⁴⁵ Tradução das *hashtags*: *#assédiosexual #olafeminista #nenhumaamenoschile #nenhumaamenos #culturadoestupro #nãoénão #feminismochile #feministas #abaixoopatriarcado #omachismomata #lutafeminista #eunãosexpiroporqueéassédio #feminismo #basta*.

Essa é a primeira publicação que não utiliza uma imagem estática. Elas repostaram um vídeo da *PlayGround Brasil*⁴⁶ que usa cenas mescladas da campanha #DeixaElaTrabalhar e outras de assédio que não são da ação. Por si só, a foto não diz muito, ela está embassada, mas é possível identificar que se trata de uma mulher, segurando um microfone, com uma faixa azul em baixo, o que deve se tratar de uma legenda. Além disso, elas utilizam de símbolos linguísticos para compor a imagem, o escrito é “Durante o mundial da Rússia”. A partir desses elementos podemos deduzir que a imagem se trata de algo que aconteceu durante o mundial, remetendo a profissão do jornalismo e a uma cobertura de evento ao vivo. É possível deduzir que talvez a página tenha utilizado a figura distorcida para preservar a imagem da mulher, outra opção é que eles queriam dar destaque às partes escritas, visto que elas não são afetadas pelo efeito. Entretanto, essa distorção prejudica a visibilidade para o leitor.

Categoria B: A hashtag como instrumento de denúncia

Essa categoria trata dos usos da campanha #DeixaElaTrabalhar na divulgação de outras denúncias de assédio. A primeira publicação analisada dessa classe é o da conta “Futebol NE⁴⁷”. Ele oferece conteúdo sobre futebol nordestino e tem cerca de 28 mil seguidores. A publicação analisada traz a foto da repórter Mari Rios, vestindo a camisa do time para o qual trabalha, o Ceará, segurando um microfone, em um campo de futebol. Ela também vem acompanhada de um texto que relata o caso de assédio sofrido pela profissional (Figura 7).



⁴⁶ Vídeo da PlayGround Brasil #DeixaElaTrabalhar. Disponível em: <https://www.facebook.com/watch/?v=613939659001016>. Acesso em: 25 de agosto de 2020.

⁴⁷ Conta Futebol Nordeste no Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/futebolne/?hl=pt-br>. Acesso em: 25 de agosto de 2020.

Figura 7: Repórter Mari Rios segurando um microfone em um campo de futebol, ao lado o texto que acompanha a imagem.

Fonte: Reprodução, instagram FutebolNe.

Apesar do perfil “Futebol Ne” abordar notícias esportivas, ela entrou nessa categoria pelo fato de que ela não está apenas repercutindo uma informação, ela também está se posicionando em relação ao caso e denunciando de forma assertiva um caso de assédio. Podemos deduzir isso por meio das frases “O portal Futebol NE vem a público demonstrar total repúdio às agressões [...]” e “Os COVARDES não vão ganhar essa luta!”. Eles estão usando o texto como meio de expressão; ele está registrando os valores e opiniões do portal que se declarou abertamente contra o assédio e as violências machistas. Esse fato pode vir a ter resultados positivos, visto que o público da página é amplo e eles carregam diversos aspectos socioculturais, como religiões distintas, classes sociais e recortes de gênero.

Dessa forma, a maneira com que eles trataram o assunto pode influenciar e até mudar a opinião dos seguidores sobre a presença da mulher no futebol e o repúdio à violência contra elas. Se observamos essa possível tentativa de influência de forma sintática, vemos que o uso frequente das palavras: agressão, machismo e covarde pode indicar mais uma maneira de reforçar o que o “Futebol NE” pensa e o tipo de público que eles desejam ter a partir da intervenção que eles propuseram.

A imagem de Mari Rios é uma fotografia posada. Fazendo uma análise apenas de observação podemos identificar que o registro não é espontâneo. Levando a deduzir que ele surgiu entre um acordo da repórter e do fotógrafo para uma composição específica. Na publicação, a fotografia está posta de forma mais ilustrativa de modo que, por meio da imagem, não é possível identificar que ela sofreu algum tipo de agressão. Entretanto, os elementos que compõem a fotografia como, o microfone, o estádio e a camisa de time, fomentam associações mentais que remetem a algo ligado ao mundo do futebol, deixando um leque aberto de possibilidades de interpretação. Dessa maneira, vemos que nesta publicação o texto tem um peso maior. Fica nítido que ela precisa da parte escrita para completar seu sentido, caso contrário, ela seria só uma fotografia de uma repórter em um campo de futebol. Nesta publicação, a #DeixaElaTrabalhar não é usada apenas como uma marcação ao final de tudo, ela é citada diretamente no corpo do texto, reforçando o apoio explícito da página à campanha. Esse fato indica como a campanha conseguiu realmente reverberar e se tornar um apoio e uma ferramenta de denúncia nos casos de assédio sofridos pelas jornalistas esportivas.

A segunda publicação estudada nessa categoria é uma denúncia feita por uma usuária do *Instagram* chamada Karina Rezende⁴⁸. Ela utiliza a mesma imagem empregada para divulgar a campanha #DeixaElaTrabalhar, mas faz um trocadilho criando uma nova *hashtag* com os dizeres #DeixaEleAssediar? A ilustração vem acompanhado de um texto, no qual ela explica os detalhes de como ocorreu o assédio, quais as medidas que tomou e como vem buscando por justiça desde então. (Figuras 8 e 9).



Figura 8: Imagem com o fundo preto e a frase #deixeleassediar?, ao lado o texto que acompanha a publicação.
Fonte: Reprodução, *instagram* Karina Rezende.

⁴⁸ Conta de Karina Rezende no *Instagram*. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Bs1s881FaCB/>. Acesso em: 25 de agosto de 2020.

mim recebi, ontem, uma ligação da Gerente de Comunicação do Mineirão. Me informou que eu, a vítima do assédio, não posso saber de nada relacionado ao caso e ao assediador pois é um assunto da empresa e não me diz respeito. O Museu e outros setores do estádio possuem diversas funcionárias mulheres que vivem o cotidiano de trabalhar em um ambiente que os homens reivindicam como pertencentes a si: um Estádio de futebol. Essas mulheres estão sendo protegidas e resguardadas tendo em vista que em um caso de assédio nenhuma atitude é tomada e, muito menos, informada a parte lesada? Será necessário acontecer algo ainda pior para que a empresa tenha algum posicionamento? O que aconteceu dentro do Estádio foi um crime que pode ser enquadrado nos artigos 215 e 216 do Código Penal brasileiro. É impossível se manter calada diante disso. Qual será a ação do conhecido como "Gigante da Pampulha"? Se apequenar e ser conivente com o assédio ou mostrar que é gigante não pelas campanhas publicitárias mas sim por ser transparente e íntegro com quem é lesionado?

Ver todos os 1,586 comentários

brenoajacks @mineirao

raffamalheiros @mineirao

Figura 9: Terceira parte do texto.

Fonte: Reprodução, instagram Karina Rezende.

Ela já inicia o texto invocando o Mineirão (administrado pela Minas Arena), que é acusado pela vítima ao longo do texto de ser conivente com o caso de assédio. Logo em seguida, ela aciona a #DeixaElaTrabalhar e afirma que a publicação é uma denúncia. A autora da publicação faz do texto um meio de expressão, no qual ela se posiciona sobre o caso, se expondo enquanto vítima e pedindo alguma atitude da administração do estádio. Fazendo uma análise sintática crítica do corpus do texto, vemos que a autora não utiliza termos políticos como “machismo”, mas usa as palavras “agarrada”, “assédio” e “vítima”, palavras fortes, na medida em que projeta mentalmente a ação que ocorreu com ela. Entretanto, ao longo da parte escrita, ela faz diversas indagações que dão um certo peso ao texto. Esses questionamentos mostram o descaso com que ela e o caso vêm sendo tratados.

Uma parte que chama atenção é o fato de que o post de Karina, é um dos poucos analisados que tratam o assédio como o que ele realmente é: um crime. Ela cita até mesmo o Código Penal Brasileiro: “O que aconteceu dentro do estádio foi um crime que pode ser enquadrado nos artigos 215 e 216 do Código Penal Brasileiro”. Outro ponto que podemos observar, é que ela cita a data em que ocorreu o assédio e há quanto tempo está lutando por justiça, o fato aconteceu em dezembro de 2018. Desse modo, vemos que ela utiliza o trocadilho com a campanha “Deixa Ela Trabalhar”, para chamar atenção. Ela vê a *hashtag* com um olhar de esperança, como mais uma tentativa de conseguir justiça para o seu caso.

Sendo assim, mais uma vez fica claro a potência do movimento e como as mulheres se ancoram nele na tentativa de ver alguma repercussão ou algum tipo de consequência em relação aos assédios. Por meio de análise do seguinte parágrafo,

“O museu e outros setores do estádio possuem diversas funcionárias mulheres que vivem o cotidiano de trabalhar em um ambiente que os homens reivindicam como pertencentes a si: um Estádio de Futebol. Essas mulheres estão sendo protegidas e resguardadas tendo em vista que em um caso de assédio nenhuma atitude é tomada e, muito menos, informada a parte lesada?” (REZENDE, 2018, s/p).

Percebemos que a autora utiliza, de forma não explícita, remete ao conceito de sororidade por demonstrar uma preocupação com o risco eminente que outras mulheres que trabalham no estádio passam de sofrer um abuso e não ter nenhum tipo de punição ao algoz. No campo teórico, a sororidade é definida como “uma relação pactual de irmandade entre mulheres instituída política e eticamente, como um corpo unido com um propósito em comum, de onde advém práticas que propõe, preservam e estimulam mútua proteção, solidariedade e a defesa de direitos de classe” (PENKALA, 2014, p.225). Outro ponto a observar é que na frase “funcionárias mulheres que vivem o cotidiano de trabalhar em um ambiente que os homens reivindicam como pertencentes a si: um Estádio de Futebol”, a argumentação da autora reforça uma percepção pontuada ao longo desta pesquisa: alguns homens se sentem donos do futebol e tudo o que o rodeia.

A imagem empregada para ilustrar a publicação, diferente das analisadas até aqui, não tem nenhum símbolo ligado à mulher, nem ao jornalismo esportivo, mas ela é a primeira que faz uma referência clara a “#DeixaElaTrabalhar”. Ela utilizou a mesma arte da campanha, com o fundo preto e a *hashtag* centralizada escrita em branco, usando o símbolo linguístico textual “#DeixaEleAssediar” e acrescentando um ponto de interrogação, interpelando o usuário da rede. Com esse feito, pode-se deduzir que ela consegue chamar atenção de um número maior de pessoas, porque a imagem é provocativa e não revela nada sobre o que é o caso, só supõe que aconteceu um assédio. Nas outras postagens vemos pelo menos indícios de possíveis vítimas e da situação, ou o local onde aconteceu o caso, porém nessa imagem nada é revelado. A publicação necessita do texto para fazer sentido, sem ele a imagem é apenas um questionamento.

Categoria C: Apropriações individuais pelas profissionais da área

Nesta categoria, agrupamos as apropriações da *hashtag* pelas jornalistas que atuam no meio esportivo. A primeira postagem analisada é a da comentarista Ana Thaís Matos⁴⁹ que vem se destacando no meio esportivo por seu trabalho de excelência. Ela se tornou a primeira mulher a comentar uma partida de futebol pela TV Globo. Atualmente, sua conta no *Instagram* possui 149 mil seguidores. A publicação selecionada para esta análise traz uma caricatura que ilustra um caso de assédio de grande repercussão ocorrido durante a Copa do Mundo de 2018. Um grupo de torcedores brasileiros gravou e publicou um vídeo no qual aparecem ao redor de uma mulher branca, estrangeira, gritando as palavras “buceta rosa”. Sem entender a tradução das palavras, os assediadores levam a mulher a repetir os dizeres. A situação causou revolta em praticamente toda a população brasileira e não foi diferente com Ana Thais Matos. Ela publicou em seu *Instagram* uma charge acompanhada de um texto no qual expõe a sua opinião, repudia o ato e deixa claro sua indignação com o ocorrido (Figura 10).



Figura 10: Charge que ilustra o assédio sofrido por uma mulher estrangeira durante a Copa de 2018 por torcedores brasileiros.

Fonte: Reprodução, instagram Ana Thaís Matos.

A jornalista faz um desabafo sobre a situação, como é possível perceber nas frases: “é uma mistura de vergonha, raiva, tristeza e outros sentimentos que só nós mulheres sabemos e entendemos” e “esses infelizes verbalizam a violência diária que vivemos”. Podemos constatar

⁴⁹ Conta de Ana Thaís Matos no Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/anathaismatos/?hl=pt-br>. Acesso em: 25 de agosto de 2020.

que ela faz um discurso a partir do seu lugar de fala de mulher, que ocupa um grupo social de minorias que, como ela mesmo ressalta, passa por diversas violências em nossa sociedade. Assim, Ana consegue uma aproximação e uma comunicação direta com outras mulheres. É interessante observar que mesmo ela sendo jornalista, ela não fala somente para as suas colegas de profissão, mas sim para toda classe feminina. Por meio do texto, é possível destacar que ela também já passou por situações de machismo no dia a dia e ainda demonstra como isso está presente culturalmente nos homens brasileiros: “como brasileira vejo muitos caras desse tipo diariamente”.

A jornalista fala da campanha diretamente no corpo do texto, usando o caso de assédio para argumentar a necessidade e importância que o movimento tem para as jornalistas e mulheres no geral. A fala dela sobre a *hashtag* é o único momento em que ela faz alusão a sua profissão: “Eles (assediadores) mostram que o #DeixaElaTrabalhar é necessário todos os dias”. De forma geral, observamos que ela está falando para as mulheres de todas as áreas. Outro ponto de análise, é o fato de Ana se expressar de forma tão incisiva ao usar as palavras: “infelizes”, “animais”, “mediocre”, “sujo” e “machista” para se referir aos homens do vídeo. Vale lembrar, que o contexto às vezes se torna essencial para compreendermos o significado de uma mensagem. Portanto, podemos deduzir que o contexto de revolta pública que se criou em torno do caso, proporcionou a ela, uma maior liberdade para se expressar dessa forma.

A charge que ilustra a postagem é de autoria do cartunista Gilmar⁵⁰ e foi publicada originalmente em seu *Facebook* e logo se espalhou pela internet, sendo apropriada também por Ana Thais Matos. O desenho faz menção a uma das maiores vergonhas do futebol brasileiro, o “7 a 1”, no jogo entre Brasil e Alemanha, na semifinal da Copa do Mundo, no Estádio Mineirão em Belo Horizonte, em 2014. Ela traz sete homens, vestidos com a camisa da seleção brasileira e com o rosto desfigurado com uma aparência de boçal, lembrando os homens da caverna, segurando um celular. No meio, vemos a figura da mulher, que é retratada sem nenhuma adaptação ou desconfiguração.

O fato de a charge trazer os homens vestidos com a camisa da seleção, remete ao nicho que ocorreu o assédio, além de identificar a nacionalidade deles. As vestes por si só já remetem ao futebol brasileiro, mas o autor traz sete homens vestidos com a amarelinha. No sentido conotativo, cria-se a associação ao 7 a 1, resultado que é tido como a maior vergonha do futebol nacional. É como se o autor quisesse dizer que essa vergonha superou o 7 a 1, que ela é ainda

⁵⁰ Publicação da charge no Facebook de Gilmar. Disponível em: <https://www.facebook.com/CartunistaDasCavernas/photos/a.552357218199858/1388323294603242/?type=3>. Acesso em: 25 de agosto de 2020.

maior e mais triste. Porém, para realizar tão conotação, o receptor necessita de conhecimentos culturais ligados ao meio esportivo. O autor figurou os homens com barbas, cabelos e sobrancelhas grandes e desgrenhadas, os dentes são enormes e pontudos, eles têm nariz grandes e com verrugas, os olhos têm olheiras roxas ao redor, as mãos e braços são peludas com unhas grandes. A expressão deles passa uma sensação de que eles estariam bramando algo de forma boçal, tal como um animal. Analisando de forma crítica, parece que o autor tentou levar para o desenho todo o repúdio que ele sentiu dos homens que gravaram o vídeo e cometeram o ato. Pode-se supor que ele quis desenhar a verdadeira face dos assediadores.

A segunda postagem analisada nesta categoria é o da jornalista Laura Zago⁵¹, que é repórter da CBF TV e tem 8.482 mil seguidores no *Instagram*. A publicação traz a imagem do momento em que ela foi assediada durante uma cobertura e um texto no qual ela relata o que aconteceu e como a situação é recorrente com ela e outras jornalistas esportivas. (Figura 11).



Figura 11: Momento exato em que Repórter Laura Zago (segurando o microfone) e a entrevistada foram surpreendidas pelo assediador.

Fonte: Reprodução, instagram Laura Zago.

Em seu texto, Laura expõe mais um caso de assédio ocorrido durante a Copa do Mundo de 2018. Portanto, a repórter usa o texto como uma forma de registro, não só desse caso, mas de outros. Ela declara abertamente que essa não foi a primeira vez que ela sofreu essa violência.

⁵¹ Conta de Laura Zago no Instagram. Disponível em: https://www.instagram.com/laurazago_/?hl=pt-br. Acesso em: 25 de agosto de 2020.

Segundo sua fala no texto, durante o mundial, ela foi assediada três vezes e tem conhecimento de outras colegas de profissão que passaram por isso no Brasil. Laura também usa o texto como um meio de expressão. Na frase: “É um desrespeito, eu estudei, me preparei, cheguei aqui na Rússia e não é para ficar sendo desrespeitada durante o meu trabalho”, ela apresenta o quão injusto é essas situações que ela e outras mulheres vivem no meio esportivo. Isso mostra o quanto o machismo permeia a área, visto que mesmo ela sendo uma profissional, como a mesma ressaltou no texto, qualificada para estar no cargo, ela não é levada a sério pelo fato de ser mulher.

A publicação de Laura ainda mostra que é necessário educar a população sobre o que é assédio, pois muitas vezes essa violência é suavizada na nossa sociedade, sendo categorizada como ela mesmo salienta no texto, uma piada, uma brincadeira. Isso é tão evidente no país que a repórter ainda tem que explicar no texto a diferença entre o que é torcer e o que é assediar: “gritar o nome do time, fazer festa durante o nosso trabalho faz parte do evento, é normal, natural e aceitável [...] Mas há uma distância bem grande entre você fazer uma festa e ser assediada”. Fazendo uma análise sintática, percebemos que Laura se impõe firmemente contra o assédio; mesmo não utilizando palavras mais fortes, ela utiliza a palavra “machista”, por exemplo, apenas uma vez.

A imagem que acompanha a publicação é um *print*⁵² do vídeo que gravou o momento do assédio. Nela, não é possível ver o momento exato da violência, mas sim a reação da repórter e da mulher que ela estava entrevistando. O *frame*⁵³ está desfocado, o que leva a uma interpretação de que algo está errado, além disso, o posicionamento da repórter e da entrevistada está diferente do que é visto na televisão e também indica uma anormalidade. Quem está em destaque é a entrevistada. O rosto dela tem uma expressão de repúdio, e ao mesmo tempo é possível perceber que ela procura o rosto de Laura, que está virado para o agressor, no sentido oposto da câmera. Na imagem é possível deduzir a posição das mulheres graças ao símbolo da profissão de repórter, o microfone. O elemento ao fundo, que parece um estádio, também leva a interpretação de que o ato aconteceu durante a cobertura de um evento esportivo. Mesmo com todos esses índices, ainda não dá para afirmar o que aconteceu, ela ainda precisa do texto para completar seu sentido.

Categoria D: Apropriações da hashtag pela imprensa esportiva

⁵² O Print screen é uma técnica utilizada para capturar em forma de imagem tudo o que está presente na tela de um computador/celular/tablet.

⁵³ Quadro de imagens fixas de um produto audiovisual.

Essa categoria explora como foi a repercussão da *hashtag* na imprensa esportiva. O primeiro meio analisado é o “Esporte Interativo⁵⁴”, um canal de televisão fundado em 2007 que se destaca por cobrir principalmente campeonatos europeus e os principais eventos esportivos. A emissora possui uma conta no *Instagram* com mais de 8 milhões de seguidores. A publicação analisada traz a imagem da repórter Monique Danello durante uma cobertura, minutos antes de ser assediada. A foto é acompanhada de um texto (Figura 12).

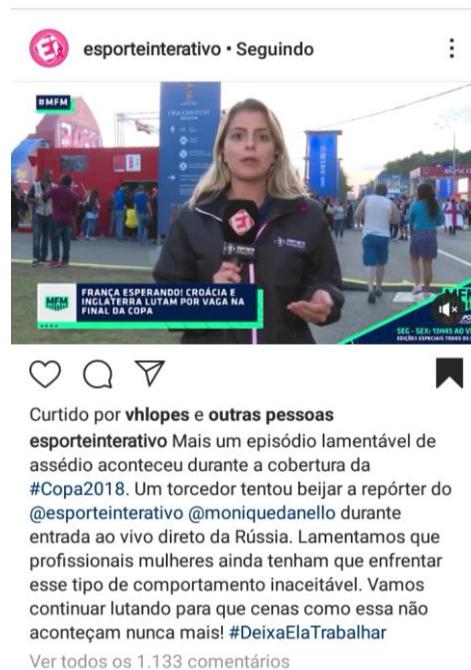


Figura 12: Print da repórter Monique Danello em uma entrada ao vivo durante a Copa do Mundo de 2018, momentos antes de ser assediada.

Fonte: Reprodução, instagram Esporte Interativo.

A publicação feita pelo “Esporte Interativo” tem um ponto que merece atenção, a repórter que foi vítima do assédio é funcionária do meio de comunicação. Desse modo, o que se espera é que o canal se manifeste de forma mais incisiva, dando mais ênfase ao caso e à própria repórter. Entretanto, o que acontece é o contrário. O “Esporte Interativo” se posiciona de forma neutra, usa o texto como uma maneira de registrar um evento e também os valores da empresa, mostrando que eles não concordam com o ocorrido, mas nada além. Ao realizar uma análise sintática crítica do texto, podemos confirmar isso observando não a presença de algumas palavras, mas sim a ausência delas. Fazendo um comparativo entre essa e as outras categorias já analisadas, vemos que eles não chamam o ato de “machismo” e não usam a palavra “vítima”. Isso demonstra uma preocupação do site e da conta em não desagradar os muitos tipos de

⁵⁴ Conta do Esporte Interativo no Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/esporteinterativo/?hl=pt-br>. Acesso em: 25 de agosto de 2020.

público que eles possuem, lembrando que são mais de 7 milhões de pessoas seguindo a página. Ou seja, eles precisam de um discurso que demonstre que eles não apoiam a atitude, mas que não os comprometa de forma que parece que eles estão seguindo uma linha política ou ideológica, como o movimento feminista, por exemplo. Entretanto, o texto também é usado para influenciar a audiência, trazendo novas referências sobre atos que são normalizados pela sociedade, mas que na verdade são uma violência contra a mulher. Dessa forma, o texto pode ter um efeito positivo e desencadear mudanças reais no comportamento e pensamento do público da página.

Outra parte do corpus do texto que merece ênfase é a frase: “vamos continuar lutando para que cenas como essa não aconteçam nunca mais!”. Ela leva a crer que o “Esporte Interativo” faz algo de concreto contra o assédio. Porém, ao analisar de forma superficial a conta do canal, vemos que o conteúdo é praticamente todo voltado para o futebol masculino. Além disso, em busca rápida pela internet utilizando as palavras chaves “Esporte Interativo #DeixaElaTrabalhar”, “Esporte Interativo campanha” e “Esporte Interativo assédio”, não encontramos nenhum conteúdo referente às atitudes relativas ao meio para lutar contra essa violência. E, como agravante, além da repórter Monique Danello, outra profissional da casa, Bruna Dealtry, também foi vítima de assédio. Inclusive, foi o caso dela que deu início a campanha #DeixaElaTrabalhar. Ou seja, essa é a segunda vez que ocorre um caso de assédio envolvendo as profissionais da emissora e mesmo assim eles não tiveram nenhuma conduta real e nenhum posicionamento mais incisivo sobre a violência. Isso demonstra que a frase citada acima pode ser interpretada apenas como uma estratégia da empresa para ganhar visibilidade e para passar a imagem de “politicamente correto”, pois não expressa uma realidade de fato.

A imagem usada para a publicação aparenta ser um *print* do vídeo que registrou o momento do assédio. Mais uma vez, ela está segurando um microfone, que é um índice que representa a profissão de Monique. A imagem traz diversos símbolos linguísticos: uma *hashtag*, uma legenda, uma chamada para outros jogos e outros elementos ao fundo de difícil identificação. Os componentes escritos ajudam a identificar o local e a atividade que a repórter estava realizando no momento do assédio. Ao fundo, as pessoas passando e algo semelhante a um *outdoor* com o símbolo da Copa do Mundo 2018, mostram que elas estavam ao vivo durante uma cobertura do evento. Entretanto, não há na imagem nada que remeta à violência sofrida pela repórter. Dessa forma, ela se torna ambígua e necessita do texto para completar seu sentido.

A segunda publicação analisada nesta categoria é a da conta “Dibradoras⁵⁵”. Elas possuem um blog vinculado ao UOL Entretenimento e uma conta no *Instagram* com mais de 100 mil seguidores. O principal assunto tratado por elas é a cobertura de notícias sobre o futebol feminino e outros relacionados. A publicação analisada traz a imagem da jornalista Karine Alves, do canal Fox Sports Brasil, minutos depois de ser assediada por um torcedor que tentou beijá-la a força. Além disso, ela vem acompanhada de um texto, no qual elas relatam o que aconteceu com a profissional e também declara apoio a repórter e a campanha. (Figura 13).



Figura 13: Print da repórter Karine Alves durante entrada ao vivo, minutos antes de ser assediada.
Fonte: Reprodução, instagram Dibradoras.

No início do texto já podemos observar a diferença na forma como o “Dibradoras” e o “Esporte Interativo” tratam sobre o assédio. Elas já iniciam o texto colocando Karine como uma vítima dessa violência. Além disso, elas se destacam também por fazer algo que até agora não apareceu nas outras publicações analisadas: as “Dibradoras” elogiaram a postura da profissional que continuou a cobertura mesmo após o fato. “Toda a nossa admiração à repórter, que seguiu seu trabalho sem se abalar”. Esse também é um dos posts, até agora, que mais fez menção a campanha #DeixaElaTrabalhar, ela aparece três vezes ao longo do texto. O “Dibradoras” é comandado exclusivamente por mulheres e se coloca no mercado com um meio que dá espaço para os conteúdos da modalidade feminina. Dessa forma, o texto é utilizado

⁵⁵ Conta do Dibradoras no Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/dibradoras/?hl=pt-br>. Acesso em: 25 de agosto de 2020.

como um meio de expressão, simbolizando os valores que elas defendem. Do mesmo modo, podemos deduzir que elas conhecem o tipo de público que acompanha a página. Sendo assim, elas se portam sobre os casos de assédio de maneira mais militante, e não precisam usar o texto como um instrumento para seduzir e influenciar sua audiência. Podemos perceber isso através da análise sintática na escolha das palavras: “vítima”, “assédio”, “violência”, “misoginia” e “machismo”.

Do mesmo modo que o Esporte Interativo, a imagem escolhida para ilustrar a postagem também é um *frame* que captou os minutos antes do assédio feito por um torcedor. A repórter aparece vestindo um uniforme da emissora Fox Sports Brasil, segurando um índice da profissão, o microfone. Além disso, há uma legenda, um símbolo linguístico, que ajuda a audiência a ler melhor a cena, pois ela sinaliza o local que Karine estava e a atividade que ela realizava no momento do assédio. Como a imagem é um *print* de um vídeo, ela tem uma ideia de movimento, que impossibilita uma interpretação maior da fisionomia da vítima, entretanto, a expressão dela passa uma sensação de desconforto e de susto. Em segundo plano, vemos a figura de um homem, que podemos deduzir ser um torcedor pois ele está usando a camisa de time. Sem informações adicionais, analisando apenas a imagem, ela pode trazer a falsa ideia de que foi ele quem cometeu a violência contra Karine, porém, ele foi mais um espectador e testemunha do assédio. Mais uma vez, o quadro por si só não possibilita o entendimento de que houve uma violência, os seus símbolos só permitem a conotação para o ambiente do futebol. Portanto, essa imagem necessita do texto para uma compreensão completa do seu sentido.

Os dois meios analisados nessa categoria seguem linhas ideológicas diferentes. Isso é mais uma vez pontuando no fato de que as “Dibradoras” optaram por usar outras *hashtags* além da #DeixaElaTrabalhar. Elas também acionaram as *tags*: #chegadeassedio, #chegadefiuuiu, #jornalismoesportivo, #jornalismo e #juntassomosmaisfortes. O fato demonstra que elas apoiam a causa feminista e as mulheres, não somente no que diz respeito ao que acontece no meio do esporte, mas em todas as causas que as rodeiam. Outro ponto é que elas usam *tags* específicas da profissão como a #jornalismo e #jornalismoesportivo, dessa maneira, elas utilizam o poder dessa ferramenta para pautar a discussão do machismo e assédio no âmbito profissional, meio em que o assunto por vezes é ignorado.

3.3 Resultado das análises

Após analisar texto e imagem de cada publicação, podemos observar que no geral, todas demonstraram apoio a campanha. A menção a #DeixaElaTrabalhar apareceu no corpo do texto em quatro publicações e nas outras ela foi utilizada como uma marcação no final da postagem. As contas também demonstram ter um grande conhecimento do seu público alvo, a publicação

do “Esporte Interativo” presente na Categoria D, é uma das que deixa isso mais claro. O texto da publicação é raso e aparenta apenas cumprir um papel de politicamente correto, das contas analisadas, a do canal é a que possui mais seguidores. Portanto, isso mostra como eles precisam se posicionar diante de assuntos desse tipo, mas, não podem deixar transparecer nenhum tipo de segmento ideológico. Já a segunda postagem dessa categoria, é da conta “Dibradoras”, elas também comprovam conhecer bem seus seguidores. Porém, diferente do “Esporte Interativo” elas se posicionam no mercado contra o machismo e a favor da igualdade de gênero no esporte. O canal de comunicação é administrado por mulheres e produz conteúdo voltado principalmente para as modalidades esportivas femininas.

O grupo de publicações da Categoria A mostrou o mesmo. As contas que carregam no nome do usuário a palavra “feminista” foram mais incisivas na maneira de se posicionarem contra o assédio, usaram palavras mais fortes e exigiram mudanças reais contra esse tipo de violência. A publicação do “Futebol NE” presente na Categoria B, chamou atenção por se tratar de uma conta noticiosa, mas que usou a #DeixaElaTrabalhar como um recurso de denúncia de assédio e ainda se destacou por não suavizar o discurso, usou sem medo as palavras machismo, agressão e covardes. A outra postagem desta categoria foi uma das mais relevantes. “Karina Rezende” relata detalhadamente o assédio que sofreu e tudo o que vem sendo feito desde então para conseguir justiça. A publicação e o uso da *hashtag* se mostraram como mais uma tentativa de chamar atenção para o caso, de usar essa visibilidade para pressionar de algum modo a administração do estádio Mineirão.

O texto também foi uma maneira que a vítima encontrou de se expressar sobre como se sentiu ao ser assediada e também após ver que o seu agressor não sofreu nenhuma consequência. A Categoria C, também demonstrou ser mais incisiva, o motivo para isso pode ser o fato de que os textos das duas publicações foram escritos por mulheres, jornalistas esportivas, que também já sofreram assédio no exercício da profissão. A palavra assédio foi a que mais apareceu nas publicações, ela foi citada nove vezes, as palavras vítima e agressão/agressores foram utilizadas quatro vezes cada uma. O termo machismo/machista apareceu cinco vezes, violência três e covardes apenas uma. A partir desses dados, percebemos como o assédio afeta as jornalistas esportivas no exercício da sua profissão e de como elas precisavam de uma iniciativa como a campanha #DeixaElaTrabalhar. As publicações que foram de autoria das próprias jornalistas podem ser lidas como um desabafo, após tanto tempo sofrendo diversas violências, agora, após a campanha, elas encontraram um modo de alertar e expor essas situações.

CONCLUSÃO

Ao longo desta pesquisa identificamos diversos vestígios que nos ajudaram a compreender os motivos pelos quais as jornalistas esportivas precisaram se organizar em uma campanha clamando pelo simples direito de trabalhar sem serem violentadas. Inicialmente, o trabalho realizou uma investigação para entender como se deu a inserção da mulher no mercado

de trabalho. Durante muito tempo, foi imposto ao sexo feminino as tarefas do lar e da reprodução, elas tiveram que lutar para conquistar direitos básicos, como o de trabalhar e votar. Porém, ao alcançar o direito de trabalhar, elas se depararam com uma hierarquia de gênero que lhes impuseram funções subalternas. Os avanços da industrialização permitiram que a partir dos anos 1970 o número de mulheres trabalhando aumentasse. Entretanto, ainda hoje elas continuam enfrentando diversas adversidades no mercado de trabalho: elas sofrem com uma dupla jornada, salários mais baixos (mesmo realizando a mesma função que um homem), machismo e diversos tipos de assédio. Com os dados coletados, percebemos que o ambiente de trabalho é tido como uma área de domínio do homem. No jornalismo, essa supremacia não é diferente, principalmente quando partimos para a área esportiva.

Ao adentrarem neste ambiente, apesar de terem conquistado diversos avanços dentro do jornalismo esportivo, as mulheres enfrentam machismo, desconfiança das suas capacidades profissionais, assédios e objetificação de seus corpos. Frequentemente elas são classificadas como musas e a beleza passou a ser vista como uma aliada da mulher na área. Desse modo, identificamos um padrão físico comum nas jornalistas esportivas: a maioria tem pele branca, cabelos lisos e são magras. Esse modelo pode ser um reflexo de um estereótipo também presente no telejornalismo, porém, isso não as isentam de sofrer assédio. Identificamos que a internet vem sendo uma aliada da mulher e está exercendo um papel fundamental na luta contra as adversidades que o sexo feminino enfrenta no jornalismo esportivo. As redes sociais se tornaram uma alternativa aos meios de comunicação tradicionais. O feminismo se apropriou dessa qualidade e as transformou em uma plataforma que vai muito além de só compartilhamento do dia a dia das pessoas, elas se tornaram um espaço de luta.

O grande uso da internet está se tornando a principal característica do feminismo contemporâneo, que vem sendo classificada por uma parte da academia como a “quarta onda”. Ela consegue abranger um maior número de mulheres e de público, portanto países da América Latina, mulheres negras e pessoas de regiões periféricas encontraram um bom espaço para articular a própria luta contra a violência de gênero. Além disso, a união entre as mulheres e a tecnologia também fez surgir o termo ciberfeminismo. Dentro desse ambiente digital as mulheres utilizam diversas estratégias, uma das mais eficientes são as *hashtags*. Elas são um tipo de linguagem específica das redes sociais que agrupam assuntos e pessoas em comum. Para o ciberfeminismo as *hashtags* se tornaram uma ferramenta que pode ser acionada como uma estratégia para a luta feminista. Essa linguagem passou a ser utilizada por diversos movimentos políticos para facilitar a conexão com grupos apoiadores e também como uma forma de disseminar um assunto, possibilitando novos meios de debate.

Através da *hashtag*, as jornalistas esportivas encontraram uma maneira de chamar atenção para o machismo que elas sofrem no exercício da profissão. A #DeixaElaTrabalhar denunciou os assédios que elas sofrem e conseguiu fazer com que o assunto reverberasse na sociedade. Encorajada pela campanha, outras mulheres e outros meios também se posicionaram contra essa violência. As análises realizadas nesta pesquisa mostram que a *hashtag* foi acionada como uma estratégia de denúncia, como um meio de expressão e como forma de reforçar a luta pela igualdade no jornalismo esportivo. O resultado comprova que o poder abrangente das *hashtags*: elas quebram barreiras dos nichos e bolhas, são usadas para aumentar engajamento e são instrumentos de mudanças sociais utilizadas na luta pela igualdade de gênero.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBU, Debora. **Ciberfeminismo é o novo feminismo no Brasil?** 2017. Disponível em: <https://feed.itsrio.org/ciberfeminismo-%C3%A9-o-novo-feminismo-no-brasil-3a6aaca7cf66>. Acesso em: 8 mar. 2017.

ALEXANDRINO, Viviane Aparecida. A mulher no jornalismo esportivo: análise da participação feminina no telejornalismo brasileiro. **Passei Direto**, Cornélio Procópio, p.1-64, 2011.

(ABRAJI), Associação Brasileira de Jornalismo Esportivo. **Mulheres no Jornalismo Brasileiro**. 2019. Disponível em: <<https://www.mulheresnojornalismo.org.br/>>. Acesso em: 26 jun. 2019.

AMARAL, G. A. Os desafios da inserção da mulher no mercado de trabalho. *Itinerarius Reflectionis*, v. 2, n. 13, p. 1-20, 2012.

ARAÚJO, Júlia Silveira de. O pessoal ainda é político: hashtags e compartilhamento de testemunhos pessoais como estratégia ciberfeministas. In: ABCIBER, 9., 2016, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: Puc, 2016. p. 1-12.

AURELIANO, Fernanda Leite; SILVA, Fernando Firmino da. A padronização Estética das apresentadoras dos principais telejornais brasileiros. In: INTERCOM, 38., 2015, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: Uep, 2015. p. 1-15.

BARROS, Chalini Torquato Gonçalves de; SAMPAIO, Rafael Cardoso. Internet como esfera pública?: análises de usos e repercussões reais das discussões virtuais. **Periódicos Ufba**, Bahia, p. 87-104, 2010.

BRASIL, Oxfam. **País estagnado: Um retrato das desigualdades brasileiras**. 2018. Disponível em: <https://www.oxfam.org.br/sites/default/files/arquivos/relatorio_desigualdade_2018_pais_estagnado_digital.pdf>. Acesso em: 26 jun. 2019.

BATISTA, Pollyana. **Estudo prático: O que é o movimento #MeToo?**. 2018. Disponível em: <<https://www.estudopratico.com.br/o-que-e-o-movimento-metoo/>>. Acesso em: 25 jun. 2019.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2003. 512 p.

BIROLI, Flávia. Divisão Sexual do Trabalho e Democracia. **Dados: SciELO**, [S.L.], v. 59, n. 3, p. 719-754, set. 2016. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/00115258201690>.

BITTENCOURT, Maria Clara Aquino. #CONTRATARIFA: Produção e Circulação de Hashtags pelo Jornalistas Livres. **Mídia e Cotidiano**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 9, p.1-20, 29 jul. 2016. Anual.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. 9. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010. 160 p.

BRAGA, José Luiz. SOBRE “MEDIATIZAÇÃO” COMO PROCESSO INTERACIONAL DE REFERÊNCIA. In: COMPÓS, 15., 2006, Bauru. **Anais....** São Paulo: Compós, 2006. p. 1 - 16.

CAMPAGNA, Tatiane Gonsales; KUTZKE, Letícia Paula. Mudança na rotina profissional de mulheres jornalistas devido ao assédio sexual, verbal e moral. **Paradoxos**, Uberlândia, v. 4, p. 38-52, 2019.

CARDOSO JUNIOR, Hélio Rabello. Conceitos Onto-políticos no pensamento de Gilles Deleuze: "Minoria" como "Devir-minoritário". *Revista de Ciências Sociais: Política e Trabalho*, Londrina, v. 49, n. 15, p.21-28, set. 1999.

COELHO, Paulo Vinícius. *Jornalismo Esportivo*. 1ª ed. São Paulo: Editora Contexto, 2003.

CORREIA, A. M. H. *O assédio moral na trajetória profissional de mulheres gerentes: evidências nas histórias de vida*. 2004. Dissertação (Mestrado em Administração)– Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2004.

COSTA-MOURA, Fernanda. Proliferação das #hashtags: lógica da ciência, discurso e movimentos sociais contemporâneos. In: *Ágora*, v. XVII, Rio de Janeiro: 2014.

DARIDO, S. C. Futebol feminino no Brasil: do seu início à prática pedagógica. **Motriz**, Rio Claro, v. 8, n. 2, p. 6-15, 2002

DEALTRY, Bruna. “Sou repórter de futebol, sou mulher e mereço ser respeitada”. Rio de Janeiro, 13 de mar. 2018. Disponível em: <https://www.facebook.com/watch/?v=2052816038066618>. Acesso em: 30 de ago. 2020.

DESLANDES, Suely Ferreira. O ativismo digital e sua contribuição para a descentralização política. **Ciência & Saúde Coletiva**, [S.L.], v. 23, n. 10, p. 3133-3136, out. 2018. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/1413-812320182310.21122018>.

DUARTE, Constância Lima. Feminismo: uma história a ser contada. In: HOLANDA, Heloisa Buarque de (org.). **Pensamento feminista brasileiro: formação e contexto**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019. p. 25-47.

DUARTE, Cristina Rothier; MELO, Lafayette Batista. AFORIZAÇÕES E FEMINISMO NA INTERNET: estudo de frases curtas empregadas no movimento primavera das mulheres. **Revista do Gel**, São Paulo, v. 14, n. 1, p. 269-287, 2017.

DUTRA, Zeila Aparecida Pereira. A primavera das mulheres: ciberfeminismo e os movimentos feministas. **Feminismos**, Bahia, v. 6, n. 2, p. 19-31, 2018.

ESPORTE, Globo. **Globo esporte:** Bolsa Redonda estreia domingo com Fernanda Gentil. Envie seu vídeo. 2013. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/programas/esporte-espetacular/noticia/2013/11/comandado-por-fernanda-gentil-bolsa-redonda-estrela-no-domingo.html>>. Acesso em: 25 jun. 2019.

FELGUEIRAS, Ana Cláudia M. Leal. Breve Panorama Histórico do Movimento Feminista Brasileiro. Das Sufragistas ao Ciberfeminismo. In: Revista Digital Simonsen, Nº 6, Maio. 2017. Disponível em: www.simonsen.br/revistasimonsen ISSN:2446-5941

FENAJ, Federação Nacional do Jornalistas. **Violência:** Contra Jornalistas e Liberdade de Imprensa no Brasil. 2017. Disponível em: <https://www.fenaj.org.br/wp-content/uploads/2018/01/relatorio_fenaj_2017.pdf>. Acesso em: 26 jun. 2019.

FRANÇA, Ana Letícia de; SCHIMANSKI, Édina. Mulher, trabalho e família: uma análise da dupla jornada de trabalho feminina e seus reflexos no âmbito familiar. Ponta Grossa: Emancipação, 2009. Disponível em . Acesso em: 26 de jun. de 2019.

FRANZINI, Fábio. Futebol é "coisa para macho"? Pequeno esboço para uma história das mulheres no país do futebol. **SciELO**, São Paulo, v. 25, n. 50, p.315-328, dez. 2005.

FREITAS, Bruno; MONTAGNANA, Laís; CARNEIRO, Leandro. Intrusas no Gramado: Como o ambiente machista ataca mulheres que trabalham com esporte. Disponível em:<<https://www.uol/esporte/especiais/mulheres-e-o-jornalismo-esportivo-na-tv.htm#faltam-mulheres-sobram-cliches-e-preconceitos>>. Acesso em: 26 jun. 2019.

FREYRE, Gilberto. **Casa Grande e Senzala:** formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal. São Paulo: Global, 2019. 691 p.

FOLLADOR, Kellen Jacobsen. A MULHER NA VISÃO DO PATRIARCADO BRASILEIRO: UMA HERANÇA OCIDENTAL. **Revista Fatos e Versões**, Uberlândia, v. 1, n. 2, p.3-16, 2009.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Metodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas S. A., 2009. p. 280.

GOLDENBERG, Mirian. Gênero e corpo na cultura brasileira. **SciELO**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 2, p.65-80, 2005.

GOMES, Pedro Gilberto. MIDIATIZAÇÃO: UM CONCEITO, MÚLTIPLAS VOZES. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 23, n. 2, p.1-20, 21 mar. 2016. EDIPUCRS. <http://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2016.2.22253>.

GUTERMAN, Marcos. **O futebol explica o Brasil:** Uma história da maior expressão popular do país. São Paulo: Contexto, 2009. 306 p.

LEMOS, Marina Gazire. **Ciberfeminismo:** novos discursos do feminismo em redes eletrônicas. 2009. 132 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação, Pontifca Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2009.

LESSA, Patrícia. Mulheres, corpo e esporte em uma perspectiva feminista. **Motrivivência**, Santa Catarina, v. 24, p.157-172, jun. 2005.

LOPES, John Willian; VELOSO, Maria do Socorro Furtado; LACERDA, Juciano de Sousa. #VoteLGBT e o ciberativismo em prol da representação política no Brasil. **Reciis**, Natal, v. 1, p. 1-14, 2019.

MAIA, R. Democracia e internet como esfera pública virtual: aproximando as condições do discurso e da deliberação. Apresentado no X Encontro Anual da Compós, Brasília, p. 46-60, 2001.

MARQUES, Gabriela Miranda. Feministas libertárias: Práticas contemporâneas de resistência. Seminário Internacional Fazendo Gênero 10 (Anais Eletrônicos). Florianópolis, 2013.

MEDEIROS, Jackson da Silva. Considerações sobre a esfera pública: redes sociais na internet e participação política. Scielo, Campinas, v. 25, n. 1, p.27-33, abr. 2013. Anual.

MENDONÇA, Renata. **Dibradoras**: Band alavanca audiência com futebol feminino em estreia das transmissões. 2019. Disponível em: <<https://dibradoras.blogosfera.uol.com.br/2019/05/20/band-triplica-audiencia-com-futebol-feminino-em-estrela-das-transmissoes/>>. Acesso em: 25 jun. 2019.

MERLI, Karina. **Jornalismo Júnior**: Por trás dos dibres femininos - Quem são as Dibradoras. 2018. Disponível em: <<http://jornalismo.com.br/por-tras-dos-dibres-femininos-quem-sao-as-dibradoras/>>. Acesso em: 25 jun. 2019.

MORELLI, Bianca Teixeira; RENÓ, Denis Porto. Configurações do bios midiático: o papel do youtube na sociedade midiaticizada. **Razón y Palabra**, Cuba, v. 1, p. 1-15, 2016.

NORMAN, Jim. **Football Still Americans' Favorite Sport to Watch**. 2018. Disponível em: <<https://news.gallup.com/poll/224864/football-americans-favorite-sport-watch.aspx>>. Acesso em: 26 jun. 2019.

NYE, Andrea. **Teoria Feminista e as Filosofias do Hoimem**. Rio de Janeiro: Record: Rosa dos Tempos, 1995. 284 p.

OLIVEIRA, Ester Borges. **Futebol Feminino**: relações de gênero, construção social, afirmação e ampliação do feminino no esporte. 2018. 10 f. TCC (Graduação) - Curso de Educação Física, Antropologia e Educação Física, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2018.

PEREZ, Olívia Cristina; RICOLDI, Arlene Martinez. A quarta onda do feminismo: interseccional, digital e coletiva. In: X CONGRESSO LATINO-AMERICANO DE CIÊNCIA POLÍTICA, 10., 2019, Monterrey. **Anais [...]**. Monterrey: Alacip, 2019. p. 1-22.

PEREIRA, Rosângela Saldanha *et al.* A mulher no mercado de trabalho. In: II JORNADA INTERNACIONAL DE POLÍTICAS PÚBLICAS, 2., 2005, São Luís. **Mundialização e Estados Nacionais: a questão da emancipação e da soberania..** São Luís: Ufmu, 2005. p. 1-8.

PIZA, Mariana Vassallo. **O fenômeno Instagram**: considerações sob a perspectiva tecnológica. 2012. 48 f. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Sociais, Sociologia, Universidade de Brasília, Brasília, 2012

REIS, Josemira Silva. FEMINISMO POR HASHTAGS: AS POTENCIALIDADES E RISCOS TECIDOS PELA REDE. In: MUNDO DE MULHERES E FAZENDO GÊNERO 11, 13., 2017, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: Fazendo Gênero, 2017. p. 1 - 13.

REZENDE, Daniela Leandro. Patriarcado e formação do Brasil: uma leitura feminista de Oliveira Vianna e Sérgio Buarque de Holanda. **Pensamento Plural**, Pelotas, p.1-10, dez. 2015.

ROBERTO, Mariana. **#Ativismo**: o poder social da hashtag. o poder social da hashtag. 2018. Disponível em: <https://www.elblogdelacomunicaciondigital.com/pt/ativismo-o-poder-social-do-hashtag/>. Acesso em: 5 jun. 2018.

ROCHA, Fernanda de Brito Mota. **A quarta onda do movimento feminista**: o fenômeno do ativismo digital. 2017. 137 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciências Sociais, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2017.

ROALY, Danielson. Proibido para homens. Disponível em: <http://www.unasp-ec.com/canaldaimprensa2/PortalAntigo/canalant/debate/trint3/debate3.htm>. Acesso em: 25 jun. 2019.

RODRIGUES, Carla. **Revista Serrote**: Erguer, acumular, quebrar, varrer, erguer. 2017. Disponível em: <https://www.revistaserrote.com.br/2017/01/erguer-acumular-quebrar-varrer-erguer-por-carla-rodrigues/>. Acesso em: 25 jun. 2019.

ROSADO-NUNES, Maria José. Teologia feminista e a crítica da razão religiosa patriarcal: entrevista com Ivone Gebara. **Rev. Estud. Fem.**, Florianópolis, v. 14, n. 1, p. 294-304, Apr. 2006.

ROVERI, Fernanda Theodoro. **BARBIE NA EDUCAÇÃO DE MENINAS: DO ROSA AO CHOQUE**. São Paulo: Annablume, 2012. 134 p.

SANTOS, Marli dos; TEMER, Ana Carolina Rocha Pessôa. **Mulheres no jornalismo**: práticas profissionais e emancipação social. São Paulo: Cásper Líbero, 2018. 218 p.

SBROGGIO, Adriana Magrin Rivera; OSIS, Maria José Martins Duarte; BEDONE, Aloísio José. O SIGNIFICADO DA RETIRADA DO ÚTERO PARA AS MULHERES: UM ESTUDO QUALITATIVO. **SciELO**, Campinas, p.270-274, 2005

SGORLA, Fabiane. Discutindo o “processo de midiaticização”. **Mediação**, Belo Horizonte, v. 9, n. 8, p.61-68, jun. 2009. Anual.

SILVA, Claudiene Diniz da. **HASHTAGS SOB O VIÉS DA SEMÂNTICA DA ENUNCIÇÃO**. 2017. 229 f. Tese (Doutorado) - Curso de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2017.

SILVA, Maria C. P.; COSTA, Marta M.; SALLES, José G. C. A imprensa brasileira e o futebol feminino, discurso produzido e (re)produzido. In: Coletânea do IX Encontro Nacional de Recreação e Lazer. Belo Horizonte: UFMG/EEF/ CELAR, 1997, p. 472-481

SILVA, Tainan Maria Guimarães Silva e. O colorismo e suas bases históricas discriminatórias. **Unifacs**, Salvador, n. 201, p.1-19, 2017.

SOUSA, Brisa Pozzi de; SILVA, Flávio Pacheco da. Linguagem natural no twitter e linguagem documentária em tesouros: da hashtag #nãomereçoserestuprada ao descritor estupro. **Incid**, Ribeirão Preto, v. 6, n. 2, p. 20-43, 2016.

SODRÉ, Muniz. Bios Midiático. **Dispositiva**, Belo Horizonte, v. 2, n. 1, p. 108-110, 2013.

SOUSA, Roberta Meneses. Casa Grande e Senzala e o Patriarcado: um diálogo crítico com a teoria feminista. **Emancipação**, Ponta Grossa, v. 14, n. 1, p. 61-72, 2014.

TIBURI, Marcia. **CULT: O que é feminismo?**. 2015. Disponível em: <<https://revistacult.uol.com.br/home/o-que-e-feminismo/>>. Acesso em: 25 jun. 2019.

THOMPSON, John B.. A nova visibilidade. **Matrizes**, n. 2, p. 15-38, 2008.

VIEIRA, Gabriel de Moraes. **A objetificação da mulher no jornalismo esportivo**. 2016. 79 f. Monografia (Especialização) - Curso de Jornalismo, Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

VIEIRA, Kauê. **Hypeness: Conversamos com as Dibradoras, as minas que deram um bico no machismo pelo amor ao futebol**. 2018. Disponível em: <<https://www.hypeness.com.br/2018/06/conversamos-com-as-dibradoras-as-minas-que-deram-um-bico-no-machismo-pelo-amor-ao-futebol/>>. Acesso em: 25 jun. 2019.

WISNIK, José Miguel. **Veneno Remédio: o futebol e o Brasil**. São Paulo: Campanhia das Letras, 2008. 446 p.

WOLF, Naomi. **O Mito da Beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres**. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.