Hashtag como mecanismo de voz em uma sociedade midiatizada: apontamentos sobre o caso #meuprimeiroassedio

Gabriela Schuch Kastner

Palavras-chave: Midiatização; circulação; ambiência; redes sociais; hashtag.

RESUMO EXPANDIDO

A proposta apresentada a seguir consiste no levantamento empírico/teórico inicial do projeto de pesquisa que visa investigar como a ambiência e a circulação exercem papeis fundamentais em um processo que geralmente é estudado apenas do ponto de vista da cibercultura: a utilização da hashtag como mecanismo de voz e não apenas como ferramenta de indexação. Para tal problematização, será apresentado empiricamente o caso da menina Valentina Schultz e sua relação com a hashtag feminista #meuprimeiroassedio.

Em 20 de outubro de 2015 a Rede Bandeirantes apresenta à televisão brasileira a versão júnior do MasterChef Brasil[7], apresentado pela jornalista Ana Paula Padrão e tendo como jurados os chefes Henrique Fogaça, Paola Carosella e Erick Jacquin. Entre os participantes, crianças entre 9 e 13 anos disputando o prêmio de uma viagem para a Disney com direito a cinco acompanhantes, um curso de culinária e um vale compras de R$ 1 mil por mês durante um ano e um kit de eletrodomésticos.

Ambas as edições da versão adulta de MasterChef Brasil veiculadas anteriormente pela mesma emissora – por meio da hashtag #MasterChefBR – repercutiram de forma considerável nas redes sociais, tornando-se assim assunto de matérias sobre o assunto[8]. O modelo infantil, apesar de igualmente despertar as redes sociais, alertou para a necessidade da discussão de um assunto de relevância social: o abuso – tanto sexual quanto moral – na infância.

A vítima dos comentários de cunho pedófilo era uma candidata de apenas doze anos de idade: Valentina Schultz. Tais postagens foram percebidas por outros internautas – e em sua maioria telespectadores do programa – e rebatidas. E é nesse ambiente de

[7] MasterChef é um talent show de culinária brasileiro exibido pela Rede Bandeirantes, baseado no consagrado formato original de mesmo nome exibido pela BBC no Reino Unido. O programa é apresentado pela jornalista Ana Paula Padrão e os jurados são os chefes Henrique Fogaça, Erick Jacquin e Paola Carosella. A primeira temporada estreou em 2 de setembro de 2014. A segunda temporada da estreou em 19 de maio de 2015.

[8] A segunda temporada do programa foi integrada com as redes sociais, divulgando, inclusive a vencedora, primeiramente via twitter: http://www.b9.com.br/60736/social-media/e-o-vencedor-do-masterchef-brasil-foi-o-twitter/

repulsa que surge a hashtag primeiroassedio, criada por Juliana De Faria, fundadora do coletivo feminista Think Olga e criadora da campanha Chega de Fiu Fiu, com a intenção de incentivar mulheres a exporem a precocidade em que o problema de abusos físicos e morais ocorre e consequentemente alertar para o fato de que essas atitudes não são fatos isolados ou que ficam restritos a uma troca de postagens ao longo de um programa de televisão. Milhares de compartilhamentos surgiram daí, e as histórias foram além da hashtag, dando repercussão para o assunto tanto na internet, quanto na imprensa brasileira – inclusive contando com a versão nacional de veículos renomados como BBC e El Pais.

A origem da problematização desse cenário se dá por perceber no caso características que mostram a da hashtag não como uma ferramenta de indexação, mas sim como um mecanismo de ruptura comunicacional que só é possível pelos traços da sociedade midiatizada a qual nos encontramos. A partir disso, fez-se monitoramento dessas hashtags (#MasterChefBR e #meuprimeiroassedio), com a finalidade de tentar entender o processo de circulação e mudança de sentido que as mesmas promovem em um contexto de sociedade midiatizada.

Para tal, a proposta de estudo estrutura-se em torno da percepção de quais lógicas midiáticas são acionadas pelas hashtags no caso *meuprimeiroassédio.* Além disso, questiona-se se a hashtag se configura como agente promotora de circuitos e em que medida as instituições não midiáticas desenvolvem uma prática de contágio social[9] por meio do uso de dispositivos múltiplos.

Em seu momento abdutivo de desenvolvimento do caso, foi feita a decupagem do programa MasterchefBrasil Junior. Nesse processo é possível perceber que Valentina não tem nenhum enfoque especial nos primeiros blocos. Selecionada no grupo das massas, Valentina tem um destaque maior ao ser chamada pela bancada: ela é a primeira que aparece falando (1), tem a maior quantidade de imagens de cobertura (2) e é a que aparece por mais tempo conversando com os chefes (3). Além disso, assim como com Lorenzo, a mãe de Valentina influencia e interrompe o momento que é da filha (4).

[9] Essa ideia está proposta no livro *O poder das conexões - A importância do networking e como ele molda nossas vidas* e defende que não apenas agentes patogênicos são transmitidos de uma pessoa para outra, mas também comportamentos - seja o riso ou atos suicidas, decisões sobre compras ou costumes



Imagem 1: Valentina falando na entrevista.



Imagem 2: Valentina como imagem de cobertura



Imagem 3: Valentina conversando com os jurados



Imagem 4: Mãe de Valentina interagindo com a filha



Imagem 5: Valentina também tem destaque por uma crise de choro por achar que tudo dará errado

Faz parte da estratégia da emissora chamar para que as pessoas interajam durante o programa utilizando a hashtag #masterchefbr. Além disso, ao longo do programa passam chamamentos para as redes sociais do Masterchef. A interação do primeiro episódio deu início a uma série de comentários com cunho pedófilo na internet.

Ainda durante a exibição do primeiro episódio do programa, a internet – que por meio de internautas/telespectadores comentavam o Masterchef passou a reparar nesse aspecto da menina Valentina e comentá-lo na web. Os internautas, principalmente no Twitter, postavam frases de cunho sexual relacionadas à candidata, que por ser loira e ter olhos azuis, chamava a atenção:



Imagem 6: exemplo de tuíte de cunho pedófilo postados ao longo da estreia do programa em 20 de outubro de 2015

Como forma de defesa dessa movimentação de cunho pedofilo, surge a hashtag *meuprimeiroassedio* em que mulheres expunham situações sobre a primeira vez que foram supostamente assediadas (com a intenção de mostrar que assim como com a menina Valentina essa é uma prática recorrente e que faz parte da vida das mulheres muito cedo – e também que assédio não necessariamente é apenas abuso sexual):



Imagem 7: seleção de tuítes sobre o movimento *#meuprimeiroassedio*

A hashtag *primeiroassedio*, criada por Juliana De Faria, fundadora do coletivo feminista Think Olga e criadora da campanha Chega de Fiu Fiu, com a intenção de incentivar mulheres a exporem a precocidade em que o problema de abusos físicos e morais ocorre e consequentemente alertar para o fato de que essas atitudes não são fatos isolados ou que ficam restritos a uma troca de postagens ao longo de um programa de televisão.

A Think Olga é uma ONG que surgiu em abril de 2013, idealizada pela jornalista Juliana de Faria. De acordo com a cartilha do site da ONG, seu objetivo consiste em lutar pelo empoderamento feminino por meio de informação. Para que isso seja possível, suas participantes investem na criação de conteúdo que sirva para instigar a reflexão sobre a complexidade das mulheres.

É a partir desse momento que se torna possível observar de forma abdutiva a formação de um processo de circulação. Em um primeiro momento circular, as respostas o grupo que desdenhou da causa feminista. Foi o caso do cantor Róger da banda Ultraje a Rigor, que ilustra um novo significado para a hashtag:



Imagem 8: replicação da replicação – o uso da hashtag *meuprimeiroassedio* com um novo significado

As histórias levantadas pelo movimento *#meuprimeiroassedio* foram além da hashtag, dando repercussão para o assunto tanto na internet, quanto na imprensa brasileira – inclusive contando com a versão nacional de veículos renomados como BBC e El Pais:



Imagem 9: matérias veiculadas com a pauta relacionada ao abuso infantil com ênfase no movimento *#meuprimeiroassedio*

Os reflexos das notícias veiculadas anteriormente, trazem novas forças e sentidos para o movimento #primeiroassedio. Foi o caso da criação de uma hashtag para abuso sexual em meninos e também matérias tratando de "meninas que a hashtag não alcança".

Os resultados obtidos a partir da circulação que iniciou no final de outubro seguiram dando gerando novos conteúdos. Um desses reflexos de uma sociedade midiatizada é o reflexo de conteúdo abordados na internet tomarem proporção para migrar para os meios de comunicação clássicos.

Em seis de dezembro, uma das criadoras da hashtag comparece ao programa Esquenta com Regina Casé para falar da campanha da hashtag #primeiroassedio e questões ligadas ao feminismo[10].

A participação ocorre a partir dos 4:45, com destaque a partir dos 6 minutos e 30 segundos quando Regina Casé questiona se "uma hashtag pode mudar a consciência de um país e a responsável pelo Think Olga responde "a gente começou com uma discussão via hashtag e hoje estou aqui" (dando ênfase para o ganho de espaço por meio da força da circulação na internet).

Passados seis meses do ocorrido inicial. Em abril de 2016 mulheres mexicanas fizeram circular a hashtag #miprimeracoso com exatamente a mesma finalidade proposta

[10] http://gshow.globo.com/programas/esquenta/episodio/2015/12/06/esquenta-recebe-daniela-mercury-e-paula-fernandes.html#video-4657648

pelo movimento web brasileiro. Na matéria do El País internacional, inclusive o histórico do Brasil é resgatado pela reportagem:


≡ EL PAÍS INTERNACIONAL

VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER ›

#MiPrimerAcoso: relatos sobre os dramas de ser mulher no México

Essa mobilização nas redes sociais mexicanas acontece meses depois de uma similar no Brasil, na qual milhares de mulheres, através da hashtag #MeuPrimeiroAssédio, também relatavam os abusos que haviam sofrido.

No México, segundo uma pesquisa do Instituto Nacional de Estatística e Geografia, 63% das mulheres afirmam ter sofrido algum tipo de violência sexual. Na Cidade do México o número sobe para 72%. As diferentes promotorias registram mais de 15.000 denúncias de estupro por ano. Ou seja, 40 mulheres por dia. E em apenas 1 em cada 5 casos há uma sentença condenatória.

Os índices de feminicídio envergonham muitos Estados mexicanos, com alertas de gênero decretados e a maioria dos casos sem solução. A ONU declarou na semana passada: "Boa parte das mortes violentas de mulheres fica impune porque não há investigação nem se age com a devida diligência".

MAIS INFORMAÇÕES

ONU alerta para a impunidade da violência sexual no México

O risco de ser mulher na Cidade do

Imagem 10: resgate do tema passados meses do evento inicial

O artigo a ser apresentado consiste no aprofundamento dos movimentos encontrados, bem como a apresentação de diagramas desenvolvidos considerando a latência dos conceitos de ambiência e circulação, propostos por Gomes (2005) e Fausto Neto (2010b), respectivamente.

Por fim, o trabalho proposto objetiva uma reflexão sobre o papel de conceitos provenientes de uma sociedade midiatizada na legitimação do discurso, considerando que a midiatização se revela, exatamente, pela potência dos fluxos adiante, quando o tema passa a existir na mídia como um todo, jornais impressos, revistas de beleza, televisões, redes sociais, há uma uníssono sobre.

Para tal, considera-se na análise a circulação através da relação entre atores e instituições não midiáticas, conforme proposto por Eliseo Verón (1997), que sugere ainda que a midiatização ocorra no cruzamento entre esses elementos. A partir disso, passa-se a considerar a hashtag como mecanismo de ressignificação uma vez que a mesma se constitui nesses pontos de intersecção.

Referências

BRAGA, José Luiz. **Comunicação, disciplina indiciária.** In: Revista Matrizes. Vol. 1. Nº02, abril de 2008, p. 73-88

FAUSTO NETO, A. **A circulação além das bordas**. In: FAUSTO NETO, A; VALDETTARO, S (org.). Mediatización, sociedad y Sentido: diálogos entre Brasil y Argentina. Rosário: Universidad Nacional de Rosário, 2010b, p. 2-15.

GOMES, Pedro G. **O processo de midiatização da sociedade.** Paper/Unisinos. São Leopoldo, 2005. Disponível em https://rolandoperez.files.wordpress.com/2009/02/midiatizacao-da-sociedade-pedro-gilberto-gomez.pdf. Acesso em 22.07.2016

VERÓN, Eliseo**, Esquema para el análisis de la mediatización**. Diálogos n° 48. Buenos Aires, 1997. p. 9-16