

MOBILIZAÇÃO E ENGAJAMENTO: ESTUDO DE CASO DA *HASHTAG* #METOO NA REDE SOCIAL TWITTER¹

Juliana Bittencourt Inês²

Resumo: Além de espaços para comunicação, interação e expressão, as redes sociais são transformadas em ferramentas de ativismo social. A partir desta perspectiva, o presente artigo avalia com que propósito os usuários da rede social Twitter utilizam a *hashtag* #MeToo verificando se é usada para mobilização e engajamento à campanha ou críticas, comparando o número de usuários homens e mulheres. Os métodos utilizados para análise foram a pesquisa qualitativa e quantitativa de descrição, com a técnica do estudo de caso. A fundamentação teórica, que apoia as análises, passa pela cibercultura, a comunicação mediada por computador e as redes sociais, além da problemática do assédio sexual. Os resultados aqui observados mostram que a *hashtag* #MeToo abrigou diferentes tipos de manifestações e, além disso, proporcionou que a problemática do assédio fosse pautada e discutida com uma nova ênfase.

Palavras-chave: Cibercultura. Twitter. #MeToo. Ativismo social. Assédio.

1. Introdução

O uso de *hashtags* nos sites de redes sociais se tornou uma prática comum e muito popular. Essas ‘etiquetas virtuais’ servem para unir, reunir e identificar pessoas em torno dos mais diversos temas e bandeiras. Em outubro de 2017, o mundo viu o surgimento repentino de mais uma delas. A *hashtag* #MeToo começou organicamente após as diversas denúncias de assédio e estupro contra o produtor cinematográfico Harvey Weinstein publicadas pelo jornal *The New York Times*, no dia 5 de outubro de 2017.

A matéria intitulada *Harvey Weinstein comprou durante décadas o silêncio de mulheres que o acusavam de perseguição sexual* trazia relatos que datavam um período de pelo menos 30 anos (KANTOR e TWOHEY, 2017). As acusações da reportagem logo foram seguidas por outras, que incluíam nomes de peso do cinema internacional, como as atrizes estadunidenses Angelina Jolie e Gwyneth Paltrow.

Nos dias seguintes à reportagem, alguns usuários começaram a postar em suas contas da rede social *Twitter*, embora a *hashtag* tenha migrado para outras redes, mensagens

¹ Artigo apresentado como requisito parcial para a conclusão do curso de Jornalismo da Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL, orientado pela professora Darlete Cardoso, jornalista e mestre em Ciências da Linguagem.

² Autor do Artigo. E-mail: xjulianabx@hotmail.com.

pedindo às vítimas de assédio que publicassem *#MeToo*. Essa ação tinha como propósito inicial mostrar a magnitude do problema em questão.

Entretanto, foi apenas quando a atriz Alyssa Milano também publicou uma mensagem, em sua conta pessoal do *Twitter*, convidando mulheres a responderem à mesma com *#MeToo* que a iniciativa ganhou força e popularidade. Após este fato, a *hashtag* foi usada mais de 200 mil vezes nas redes sociais nos primeiros dois dias, segundo o portal de notícias da BBC Brasil (2017). Além disso, espalhou-se por lugares fora de seu país de origem, como a Espanha, Índia, Brasil e China. Neste último país, a *hashtag* chegou a ser censurada e levou os usuários a criarem sua própria versão.

No Brasil, ações parecidas já haviam sido realizadas, como a campanha *#meuprimeroassédio*, criada pelo portal *Think Olga*. Esta *hashtag* surgiu em solidariedade à uma garota de 12 anos, alvo de comentários de cunho sexual na internet durante sua participação em um *reality show* de culinária, e convidava as leitoras do portal a relatarem quando ocorreram seus primeiros assédios (THINK OLGA, 2015). Já a campanha *#meuamigosecreto* surgiu espontaneamente no Twitter e fazia um paralelo com a brincadeira de mesmo nome comum nos finais de ano, expondo atitudes machistas vivenciadas pelas mulheres (VISCONTI e FERRARI, 2015).

O fenômeno inspira a pesquisa, cujo tema é *Mobilização e Engajamento: estudo de caso da hashtag #MeToo na rede social Twitter*. A partir do problema de estudo levantado, traçamos como objetivo principal avaliar com que propósito os usuários da rede social *Twitter* utilizam a *hashtag* *#MeToo*. Além disso, busca-se verificar se é usada para mobilização das mulheres, engajamento à campanha ou críticas e quais são elas; averiguar se os comentários são feitos apenas por mulheres ou homens também se manifestam, bem como comparar o número de usuários homens e mulheres e que tipo de engajamento ambos manifestam.

Pensar em cibercultura foi fundamental para entender o meio em que se originou uma mobilização ao redor de duas palavras – *eu também* – que atingiram proporções globais, sendo comentadas posteriormente por jornais de prestígio em diversos países e pelos maiores nomes jornalísticos do Brasil, como a *Folha de S. Paulo*, *GI* e *Globo*. A internet é hoje peça central na vida e rotina de milhares de pessoas e já faz alguns anos que ela vem sendo empregada também para mobilizações políticas e sociais. Por meio das redes sociais, o ativismo online ganhou novo espaço ao possibilitar a participação em múltiplas discussões a respeito de problemáticas atuais. Em virtude disso, julga-se importante compreender esse meio.

A pesquisadora também tem interesse na temática do assédio, visto que este problema é atualmente muito comum e pouco punido. O Código Penal Brasileiro caracteriza como assédio sexual o ato de “constranger alguém com o intuito de obter vantagem ou favorecimento sexual, prevalecendo-se o agente da sua condição de superior hierárquico ou ascendência inerentes ao exercício de emprego, cargo ou função”, no Artigo 216-A (BRASIL, 2001).

Contudo, como ressalta Fukuda (2012, p. 17),

[...] ao expressar o termo exercício do emprego, não só o assédio se apresenta enquanto crime, relacionado e limitado apenas ao espaço das relações de trabalho, e desta forma, excluindo juridicamente sua possibilidade em outros ambientes onde hierarquia e poder também se apresentam, como levanta dificuldades na interpretação e, conseqüentemente, na aplicação da lei.

Uma pesquisa realizada em novembro de 2017 mostrou que 42% das mulheres com 16 anos ou mais relatam ter sido vítimas de assédio sexual no Brasil (DATAFOLHA, 2018). Mas por se tratar de um assunto em que a vítima é, muitas vezes, considerada culpada por suas roupas, aparência, jeito de andar e até mesmo falar, e também porque não denuncia, esse número pode ser ainda muito maior. Por isso, ao buscar entender as características de uma campanha, cujo foco principal é o assédio sexual e o espaço em que ela aconteceu, espera-se que este trabalho traga ainda mais visibilidade ao tema e inspire outras pesquisas na área.

Para realizar a análise proposta, aborda-se, na fundamentação teórica, que vem a seguir, as principais características da cibercultura, da Comunicação Mediada por Computador (CMC), das redes sociais, das lutas contra o assédio. Por fim, explica-se os procedimentos metodológicos adotados para alcançar os objetivos, para, então, empreender a análise propriamente dita.

2. A cultura da internet

A história da internet é relativamente recente e marcada pela subversão de propósitos. Sua concepção ocorreu na mente de cientistas de computação na década de 1960, mas foi apenas em meados dos anos 90 que ela ganhou a forma que se conhece hoje. A partir da privatização e estruturação de uma arquitetura técnica aberta, permitiu a interconexão de redes de computadores em qualquer lugar do mundo (CASTELLS, 2003). Entretanto, as violentas rupturas produzidas pelas técnicas e sua constante e rápida evolução dão a

impressão de que ela está aí desde sempre (WOLTON, 2003). É difícil imaginar um mundo onde suas particularidades e funções deixem de existir.

Segundo Malini e Antoun (2013, p. 17), o começo da internet é marcado por uma conjugação conflituosa e contraditória.

A Internet – criada originalmente como uma máquina de combate – era um dispositivo de monitoramento e controle. Mas foi tomada de assalto por micropolíticas estranhas, fazendo da rede um meio de vida e uma máquina de cooperação social, por intermédio da multiplicação de grupos de discussão na usenet e nas BBSs (de quem as atuais redes sociais se originam), tornando a então Arpanet um dispositivo de produção de relações, de afetos, de cooperação e de trocas de conhecimentos micropolíticos, e não apenas um meio de transporte de informações científicas, financeiras e militares.

Atualmente, alguém com acesso à *Word Wide Web* tem a possibilidade de emitir a qualquer momento uma mensagem, que será recebida em instantes, sem se preocupar com fronteiras geográficas ou o limite de receptores. As formas de comunicação foram profundamente afetadas com o advento da internet, que nos últimos anos deixou de ser acessada somente em aparelhos conectados continuamente a fontes de energia elétrica para andar a todo momento nos bolsos de milhares de pessoas.

Essa maneira de interação social – veloz, múltipla e sem fronteiras – proporcionada pela internet faz parte do universo da cibercultura, ao qual o pesquisador Pierre Lévy (2010, p. 22) define como o “conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço”. Já este último seria o meio de comunicação aberto surgido a partir da interconexão mundial de computadores e suas memórias.

Para Lévy (2010), as técnicas – que possibilitam alguém adentrar no ciberespaço e consequentemente fazer parte da cultura cibernética – não determinam, mas dão condições para uma abertura de possibilidades e opções que não poderiam ser pensadas a sério sem a sua existência. Nesse sentido, a cibercultura seria então uma

[...] expressão da aspiração de construção de um laço social, que não seria fundado nem sobre links territoriais, nem sobre relações institucionais, nem sobre as relações de poder, mas sobre a reunião em torno de centros de interesses comum, sobre o jogo, sobre o compartilhamento do saber, sobre a aprendizagem cooperativa, sobre processos abertos de colaboração. (LÉVY, 2010, p. 133)

A partir desta explicação de Lévy, pode-se dizer que, ao permitir que qualquer pessoa com uma conta no *Twitter* engaje-se à sua maneira com a *hashtag*, a campanha *#MeToo*, objeto deste estudo, criou um processo aberto de colaboração, o qual não obedece a links territoriais ou relações institucionais. A mobilização em torno dessa expressão também fez surgir um espaço cooperativo em que cada ator social pode contribuir com suas vivências

sobre o assédio sexual, a fim de mostrar a amplitude do problema. Tal campanha dificilmente poderia existir com o mesmo tamanho e abrangência fora do ciberespaço e suas particularidades, já que o mesmo possibilitou a interação e comunicação instantânea entre milhares de pessoas.

Uma técnica também nunca é, por si mesma, boa, má ou mesmo neutra, mas tem seus fatores determinados pelo propósito no qual seu uso é empregado. Por isso, o pesquisador e sociólogo tunisiano ressalta a importância de “situar as irreversibilidades às quais um de seus usos nos levaria, de formular os projetos que explorariam as virtualidades que ela transporta e de decidir o que fazer dela” (LÉVY, 2010, p. 26), em seu livro *Cibercultura*.

No contexto da campanha, as virtualidades das redes sociais online são exploradas para criar uma manifestação de indignação em relação ao assédio sexual, por meio de depoimentos, relatos e outras formas de engajamento. Mas as mesmas características que permitem a criação de uma campanha como esta, um espaço público e sem restrições de conteúdo ou membros, também permite a publicação de mensagens assediosas e preconceituosas, além de todo e qualquer tipo de discurso de ódio.

Todavia, a visão otimista de Lévy a respeito da cibercultura e como ela pode criar uma inteligência coletiva é duramente contestada por Dominique Wolton (2003, p. 23), em *A Internet, e depois? uma teoria crítica das novas mídias*, ao argumentar que “apesar de suas performances, as novas mídias não são a condição, longe disso, para uma melhor comunicação humana ou social”. O autor argumenta que o grande fluxo informacional e suas mudanças constantes, em vez de gerar uma “aprendizagem cooperativa”, erguerão novas barreiras para aqueles sem as competências necessárias para assimilar tamanho fluxo de informação.

As inúmeras notícias falsas ou *fake news* que rondam todos os dias sites de notícias e, principalmente, sites de redes sociais reiteram esse argumento. Não são todos que possuem um senso crítico para refletir a respeito do que leem ou mesmo checar as informações. Tais mensagens falsas representam um perigo para a sociedade, pois possuem a capacidade de influenciar tantos leitores, que chegam a dar vida a algo que antes não passava de um boato e até mesmo mudam o rumo de uma eleição presidencial, por exemplo. Wolton (2003, p. 108) explica que

Durante dois séculos a batalha pela informação foi inseparável de uma batalha jurídica e política para definir suas regras de proteção. No caso atual é o contrário, um grande bazar se instala, livre de qualquer regulamentação. Todo o mundo pode alimentar a rede com informação e ninguém controla.

Um segundo questionamento a respeito da internet como um meio de cooperação e aprendizagem formula-se na exclusão digital. Apesar do ciberespaço poder ser alimentado por qualquer um, não são todos que - por uma série de fatores - podem fazer parte deste ambiente. Segundo Gomes (2002, p. 2), “é extremamente necessário promover a alfabetização digital, ou seja, que capacite as pessoas a utilizar as diversas mídias de acordo com suas necessidades, [...]”. Para a autora a exclusão digital não se trata apenas das formas físicas e infraestrutura tecnológica, embora estes sejam fundamentais para gerar a inclusão, mas também do conteúdo, uma vez que “o conceito de universalização [digital] deve abranger também o de democratização” (GOMES, 2002, p.2).

A internet afetou de diversas formas a comunicação, característica que faz a especificidade biológica da espécie humana, trazendo tanto novas soluções como problemas. Todavia, as práticas sociais também a transformam ao utilizá-la para inúmeras finalidades. Sobre essa perspectiva, Antoun e Maline (2013, p. 152) afirmam que hoje não resta dúvida dessa transmutação e explicam que “a atuação social, a mobilização e o engajamento viraram um valor da rede, contrapondo aquele pensamento de felicidade eterna da web comercial, que contaminava a economia e a política”.

No momento atual, existe uma necessidade de se posicionar sobre determinados assuntos, seja por vontade própria ou pressão de um grupo social. Estar por dentro dos acontecimentos e ter uma opinião sobre a política, cultura e sociedade viraram requisitos para usar as redes sociais. O posicionamento de artistas e pessoas públicas é cobrado a respeito de temas polêmicos e os usuários comuns manifestam suas indignações a todo momento.

Em função disso, pode-se argumentar que este valor colocado no engajamento e atuação social também contribuiu para a repercussão rápida e global da campanha *#MeToo*. Uma vez que foi uma pessoa pública que popularizou o termo, outras acabaram seguindo seu exemplo. Além do mais, como a mobilização buscava mostrar a magnitude do assédio e fazer as pessoas terem consciência do problema, o silêncio sobre o assunto não seria isento de significado.

Maleável e suscetível de ser alterada pelas práticas sociais, a internet não é nem uma utopia nem distopia, mas “a expressão de nós mesmos através de um código específico, que devemos compreender se quisermos mudar nossa realidade” (CASTELLS, 2003, p 11). Por isso, Lévy (2010, p. 231) considera que é ainda na pluralidade de pontos de vista do ciberespaço, o qual dá voz às minorias e multiplica ao mesmo tempo os discursos de pessoas ou grupos mal intencionados, que se encontra, “a diversidade, a complexidade e algumas

vezes a dureza do real, mil léguas distante do mundo arranjado, convencionado ou encenado que as mídias secretam”.

Ao trazer à tona assuntos que antes eram ignorados e não fazer distinção de quem tem espaço de fala, o ciberespaço se tornou o lugar para onde grupos marginalizados e minorias recorrem quando precisam ser ouvidos, criando campanhas e até movimentos sociais que deixam o mundo virtual para ganhar as ruas. Se as mídias falam do assédio em dados e estatísticas, o *#MeToo* trouxe as milhares de histórias que ficavam esquecidas por trás destes números. Os relatos pessoais sobre assédios e até mesmo estupros sofridos evidenciaram a severidade do problema de forma crua e sem filtros.

2.1 A Comunicação Mediada por Computador

O ciberespaço fomenta uma comunicação múltipla, veloz e sem fronteiras, que pode ser encontrada com facilidade nas ferramentas de Comunicação Mediadas por Computador (CMC). Utilizando uma linguagem e dinâmica própria, esta “permite uma nova capacidade multilateral de divulgação de informações, a qual ocorre de ‘todos para todos’, sem distinções claras entre emissores e receptores” (CARNEIRO, 2012, p. 7). Tal característica é comumente usada como comparativo entre a CMC e as mídias tradicionais, já que as últimas são marcadas pela unilateralidade da informação e pouca possibilidade de interatividade entre emissor e receptor.

As definições da comunicação mediada por computador também se manifestam no aspecto temporal, pois a mesma possibilita tanto a comunicação síncrona e assíncrona. A comunicação síncrona ocorre quando as partes envolvidas na comunicação participam da troca de mensagens ao mesmo tempo. Jungblut (2004, p. 105) esclarece que, para que esta forma de comunicação aconteça, é preciso que os emissores e receptores envolvidos na CMC compartilhem “simultaneamente um canal de comunicação que instantaneamente realiza as trocas de mensagens”.

Já a comunicação assíncrona – não simultânea – não necessita da presença em tempo real das partes envolvidas, pois “a troca de mensagens é intercalada por um algum período de tempo que desconfigura o caráter de instantaneidade da comunicação síncrona” (JUNGBLUT, 2004, p. 105). Isto ocorre porque na CMC existe o arquivamento das trocas de mensagens, permitindo sua revisitação e desenvolvimento contínuos.

As práticas transformaram e moldaram a internet ao longo dos anos, fazendo com que um projeto militar de transmissão de informações se tornasse um meio de comunicação

aberto a todos. Para Recuero (2009), a comunicação mediada por computador também foi alterada pelos atores sociais, que como consequência da sua apropriação fizeram surgir os sites de redes sociais.

Boyd & Ellison (2007) definem esses sistemas como tendo três características comuns, sendo elas: “I) a construção de uma persona através de um perfil ou página pessoal; II) a interação através de comentários; e III) a exposição pública da rede social de cada ator” (apud RECUERO, 2009, p. 102). Essas características são aprofundadas no tópico a seguir.

2.2 Redes sociais: espaços de fala e expressão

Segundo Wolton (2003, p. 85), apenas três palavras são necessárias para a compreensão do sucesso das novas tecnologias: autonomia, domínio e velocidade. “Cada um pode agir, sem intermediário, quando bem quiser, sem filtro nem hierarquia e, ainda mais, em tempo real”. Esta mesma explicação pode ser aplicada sem nenhuma alteração às redes sociais, visto que seu grande atrativo reside no poder concedido ao usuário. Exemplo disso é a possibilidade de criar uma persona online, seja ela fiel ou não à pessoa por trás da tela, e interagir com outros usuários sem limites de espaço, tempo e conteúdo.

A lista de plataformas criadas ou adaptadas para a interação e comunicação em rede é longa e cada uma possui propriedades específicas: Facebook, Twitter, Instagram, Tumblr, Blogs e até mesmo o e-mail são exemplos de ferramentas de CMC. Tamanha pluralidade faz com que a comunicação nesses sistemas seja, além de criativa e dinâmica, “difícil de ser capturada e enquadrada em um único foco e em uma única perspectiva” (RECUERO, 2012, p. 18). Entretanto, faz-se necessário compreender como os atores sociais vêm se comportando nesses ciberespaços, uma vez que hoje as redes sociais online estão cada vez mais presentes no dia a dia dos indivíduos, sendo utilizadas para e como forma de trabalho, estudos e expressão pessoal, incluindo o ativismo.

Nessa perspectiva, pode-se também argumentar que

as redes sociais se tornaram um ambiente de fundamental importância no que diz respeito à possibilidade do indivíduo expressar posições e concepções políticas e sociais de forma a produzir conteúdo que convida à interação. Este modelo se contrapõe diretamente ao modelo da árvore - um produz e os outros recebem - presente nas mídias tradicionais, sendo substituído por um modelo do rizoma - todos produzem e todos consomem (RESENDE, 2017, p. 3).

Ao concederem autonomia e domínio aos usuários, as redes sociais tornam-se um espaço de expressão e criação, tirando a produção de conteúdo exclusivamente das grandes

mídias e colocando nas mãos do cidadão comum. Essas ferramentas de comunicação também incentivam uma conversa pública e coletiva de problemáticas atuais, fazendo com que sejam transformadas pelas práticas sociais em meios de ativismo online e mobilização, como é o caso do *#MeToo*. Nas palavras de Santini, Terra e Almeida (2017, p. 152), “as redes sociais online são um importante espaço de disputa de fala na sociedade atual e a pluralização de narrativas é um poderoso instrumento de transformação”.

Contudo, essas novas possibilidades têm seus custos e trouxeram tanto benefícios como malefícios à sociedade. Como ressalta Lévy (2010), não se pode delimitar com que propósito alguém utiliza o ciberespaço, apenas buscar meios para transformá-lo em um ambiente de aprendizagem cooperativa.

Foco desta pesquisa, a rede social *Twitter* possui uma estrutura projetada para o imediatismo. A plataforma de *microblogging* foi fundada em 2006 e permite que qualquer indivíduo crie uma conta com poucas informações para, em seguida, publicar o que desejar livremente, seja por meio de textos, fotografias, imagens em movimento ou até mesmo uma combinação destes. O limite de caracteres por ‘*tweets*’, nome dado a uma postagem no site, é restringido, mas não o número de postagens. A interação acontece por meio das respostas às publicações, curtidas ou *retweets* (ação de repostar um *tweet* de outro usuário em sua própria conta), bem como ‘seguir’ uns aos outros.

Tais funções do sistema geram uma conversação em rede que não depende da presença física ou mesmo temporal dos atores envolvidos. Tim O’Reilly e Sarah Milstein (2009, p. 21) argumentam que

O serviço se transformou em uma ótima ferramenta para compartilhar experiências em comum. Elas não incluem somente emergências, como desastres naturais e ataques terroristas, mas também eventos, como conferência e concertos. Enquanto um surto de mensagens no twitter pode anunciar notícias em primeira mão, os posts individuais ajudam as pessoas a verificarem o que está acontecendo, conectadas com os recursos da ferramenta [...].

Neste ciberespaço, que favorece a formação de laços sociais e conexões entre os indivíduos, as indignações pessoais podem se tornar coletivas em instantes. Ainda mais quando o tema atinge pessoalmente tantas pessoas. Quando a atriz Alyssa Milano publicou uma mensagem convidando a interação por meio de respostas usando a *hashtag* *#MeToo*, os usuários viram ali uma forma protestar em relação ao assédio. Essa manifestação pode não ter ganho as ruas, mas gerou uma conversa pública e global que deu enfoque e renovada importância ao assunto.

Quanto às *hashtags*, estas são compostas pelo símbolo cerquilha ‘#’ seguido por uma palavra ou termo chave e formam *hiperlinks*, que direcionam à uma nova página contendo todas as publicações utilizando a mesma marcação. Sobre essa reunião de conteúdos em um único local, ou melhor dizendo, em um único hipertexto, Lévy (2010, p. 120) diz que o ciberespaço

nos leva, de fato, à situação existente antes da escrita — mas em outra escala e em outra órbita — na medida em que a interconexão e o dinamismo em tempo real das memórias online tornam novamente possível, para os parceiros da comunicação, compartilhar o mesmo contexto, o mesmo imenso hipertexto vivo.

No *Twitter*, essas etiquetas virtuais tinham como função inicial mostrar os assuntos mais comentados do momento, mas as práticas sociais ampliaram seu uso para diferentes propósitos: “[...] como um rótulo para identificação de uma temática, para auxiliar no rápido fluxo de comentários (frequentemente utilizado por programas televisivos, por exemplo) e como símbolo de pertencimento a uma comunidade ou movimento” (RESENDE, 2017, p. 2).

Ao utilizá-las para unir e organizar pessoas em torno de temas comuns, como a crítica a governantes e políticas públicas ou mesmo o compartilhamento de histórias e vivências, elas se tornaram também mecanismos de ativismo online e mobilização social.

2.3 Mobilizações sociais na era da internet

No Brasil, as Jornadas de Junho de 2013 são um exemplo do uso das redes sociais para a mobilização social. As manifestações naquele mês ganharam força através de redes como *Facebook* e *Twitter*, que foram utilizados para organizar protestos em diversas cidades e capitais do país, por meio da criação de eventos e compartilhamento de posts informacionais, bem como para divulgar em tempo real os acontecimentos a quem não estava nos protestos. Para Pereira (2011, p. 12), o uso da internet pelos movimentos sociais foi aprimorado, resultando em “mudanças nos repertórios adotados através de novos meios de publicização de informações, novas formas de comunicação e coordenação de mobilizações [...]”.

Em suas observações sobre os movimentos sociais na era da internet, Manuel Castells (2013, p. 127) diz que muitas vezes eles “são desencadeados por emoções derivadas de algum evento significativo que ajuda os manifestantes a superar o medo e desafiar os poderes constituídos apesar do perigo inerente a suas ações”. Nas Jornadas de Junho de 2013, por exemplo, o estopim inicial foi o aumento na tarifa dos ônibus e metrô em São Paulo, mas

ao longo do mês as reivindicações se ampliaram e as manifestações deixaram de ser apenas pelo aumento de vinte centavos nos preços das passagens. Já no contexto do *#MeToo*, o que desencadeou inúmeras pessoas a compartilharem publicamente os assédios sexuais sofridos foram as numerosas denúncias de assédio e estupro contra o produtor cinematográfico Harvey Weinstein.

O pesquisador também argumenta que essas mobilizações sociais são “conectados em redes de múltiplas formas” (CASTELLS, 2013, p. 129). Isto é, possuem uma estrutura e organização descentralizada, abdicando de lideranças formais ou centros de controle. Com isso, as chances de participação e integração são aumentadas e a probabilidade de repressão diminui. Esta característica pode ser observada na campanha analisada, a qual não possui representante oficial e permite o engajamento de qualquer usuário. Ainda sobre as definições expostas por Castells (2013), o caráter viral e a difusão tanto local quanto global são aspectos intrínsecos das mobilizações sociais na era da internet.

Além dos aspectos técnicos, que permitem a disseminação instantânea das mensagens, afirma Castells (2013, p. 131), a viralidade das mobilizações em rede acontece porque “ver e ouvir protestos em algum outro lugar, mesmo que em contextos distantes e culturas diferentes, inspira a mobilização, porque desencadeia a esperança da possibilidade de mudança”. Em relação à difusão local e global, Castells relata que os movimentos e campanhas em rede surgem em contextos específicos, mas suas abrangências são globais. Por ocorrerem no ciberespaço, o mundo inteiro pode estar conectado, aprender com as experiências e estimular o desenvolvimento.

A *hashtag* *#MeToo* teve um surgimento repentino, viral e espontâneo nas redes sociais. O uso desse termo com o propósito de lutar contra o assédio não foi uma ação criada ou planejada, mas desenvolveu-se organicamente a partir do compartilhamento de experiências, primeiro no seu país de origem dos casos noticiados e depois abrangendo diversos outros. Tendo em vistas as considerações propostas nesta seção, pode-se dizer que determinadas características expostas por Manuel Castells (2013) quanto aos movimentos em rede também são vistas e aplicadas as mobilizações e campanhas sociais na internet.

3. A problemática do assédio

No contexto feminino, o assédio não discrimina, ao contrário, seu caráter é inclusivo de todas as classes sociais, econômicas, culturais e etc., permeando a vida pública e privada igualmente. Isto ocorre porque as mulheres sempre estiveram no lado perdedor das

relações de poder. Nas palavras de Simone Beauvoir (2002, p. 98). “o lugar da mulher na sociedade é sempre eles [os homens] que estabelecem. Em nenhuma época ela impôs sua própria lei”.

As lutas travadas pelos movimentos feministas aos longos das décadas trouxeram diversas emancipações para o público feminino. “Hoje a mulher vota. Já lhe é permitido trabalhar fora de casa. Pode ter uma carreira profissional, tomar pílulas para evitar filho e fazer sexo antes do casamento. Em alguns países é permitido abortar com segurança [...]” (ROCHA, 2002, p. 52-53).

Entretanto, mesmo com todas essas e muitas outras conquistas, que buscavam - e ainda buscam - a igualdade política, econômica, social dos gêneros, o assédio continua sendo um problema agravante para a mulher na sociedade. Neste sentido, Rachel Fukuda (2012, p. 121) argumenta que

existe uma dificuldade em caracterizar o crime de assédio por parte das instituições sociais, cujo fundamento está em nosso padrão cultural que legitima comportamentos sexuais predatórios por parte do homem, e termina por não incriminar a conduta do agressor, tratando o assédio como um problema nas relações de trabalho, e não como uma violência contra a mulher.

Isto ocorre porque, culturalmente, “os desejos e os impulsos sexuais masculinos ainda são vistos como naturais e instintivos, justificando todo tipo de controle, assédio e agressões dos homens às mulheres” (SANTOS, 2015, p. 36). De outra forma, o conceito de masculinidade existente e predominante na sociedade consente e possibilita a dominação dos homens sobre o corpo feminino e, conseqüentemente, o assédio. Uma vez que estes são ensinados, desde crianças, a adotarem características prezando a força e agressividade e a reprimirem todos os aspectos que remetam à feminilidade, pois esta é vista como fragilidade ou demonstração vulnerabilidade.

Neste mesmo sentido, Cruz (2014, p. 25), com base nos pensamentos de Connell (1995; 1997), fala sobre a existência de “uma masculinidade hegemônica em cada cultura que configura a sociedade como sendo de dominação masculina”, a qual, ao receber a pressão de outras formas de masculinidade, dialoga com elas incorporando-as ou a negando-as. No entanto, “todas as feminilidades são subalternas, mesmo expressando resistências e formas diferenciadas da feminilidade padrão esperada” (CRUZ, 2014, p. 25).

Já as mulheres, desde a infância, são ensinadas a controlarem todos os aspectos de seus corpos, podendo o comportamento e tom de voz, tendo que tomar um cuidado especial com suas roupas e adequando-as para que não atraiam atenções indesejadas. Meninas são ensinadas que as ações agressivas por parte de garotos são as maneiras que eles encontram para

demonstrar o afeto, são ensinadas a sentar direito, comer direito, andar direito. Toda ação precisa ser remodelada à uma visão patriarcal e machista e, ainda assim, a culpa do assédio pertence à vítima. Como expressa a pesquisadora Tania Rocha (2002, p. 45):

A sociedade mundial pela preservação do macho exige de um menino que ele seja forte, que não chore e que dê continuidade às regras mundialmente conhecidas para submeter as mulheres ao seu domínio. Para a menina as exigências são muito mais duras e constantes. Ela passa a vida toda tendo que se moldar nos mínimos detalhes para ser aceita.

Em suma, as normas culturais estabelecidas não só permitem como legitimam o assédio, posto que este é também “um importante meio de controle social, cuja função principal consiste na domesticação das mulheres, ocorrida de formas diferentes em cada tempo e espaço” (SANTOS, 2015, p. 33).

Levando em conta os aspectos abordados nessa seção, argumenta-se que o assédio está enraizado na cultura, a qual sempre foi e continua sendo determinada pelos homens. Como escreve Chimamanda Ngozi Adichie (2015, p. 65), em seu livro *Sejam todos feministas*, “a cultura não faz as pessoas. As pessoas fazem a cultura. Se uma humanidade inteira de mulheres não faz parte da nossa cultura, então temos que mudar [...]”. Para transformar esta violação rotineira a não somente as mulheres, mas a todo corpo que remete ao feminino, é preciso urgentemente rever nossa visão e valores sobre as concepções de masculinidades e feminilidades presentes nos dias atuais.

Com isso, passamos a tratar a seguir da metodologia que permite analisar a mobilização e engajamento ao *#MeToo* em seção posterior.

4. Aspectos Metodológicos

A metodologia do presente trabalho consiste na pesquisa qualitativa de descrição, no âmbito das pesquisas exploratórias, sendo o tipo de pesquisa a análise do conteúdo dos comentários direcionada para a finalidade da comunicação. Quanto à técnica será empregado o estudo de caso, por meio da análise de publicações que utilizaram a *hashtag* *#metoo* entre os dias 15 e 19 de outubro de 2017. Também é adotada a pesquisa quantitativa de descrição, para verificar o número de postagens comparativamente entre homens e mulheres, assim como entre as postagens coletadas para análise, a quantidade por categoria de manifestações, conforme explicação abaixo.

Visto que em apenas dois dias houve mais de 200 mil publicações utilizando a *hashtag* (BBC Brasil, 2017), foi necessário determinar um recorte de quantidade, tendo em

vista que a cada dia mais de 200 postagens eram efetivadas. Vale ressaltar que a rede social em análise não contabiliza a quantidade diária de *tweets*. Pela grande quantidade de engajamentos diários, no total, foram selecionadas 250 (duzentas e cinquenta) publicações para análise de conteúdo, sendo elas as primeiras 50 (cinquenta) publicações de cada um dos cinco dias após o *tweet* da Alyssa Milano, feito no dia 15 de outubro de 2017, e cuja popularidade desencadeou a campanha. O recorte temporal de cinco dias consecutivos justifica-se, porque, dessa maneira, seria possível verificar como o conteúdo das publicações mudava no decorrer do tempo. Além disso, não foram levadas em consideração as publicações de perfis comerciais, como de mídias jornalísticas e outras organizações.

A coleta de dados foi realizada por meio de capturas de telas dos *tweets* no ano seguinte ao surgimento do #metoo, já que a própria plataforma da rede social em questão permite a busca histórica de termos chaves com recorte temporal. Após a seleção do material, foi feita a separação das postagens entre os gêneros presentes nos perfis, levando-se em conta fatores como a foto de perfil, pronomes utilizados, biografia, nome e endereço de usuário no momento da categorização.

As próximas divisões foram feitas de acordo com os objetivos propostos, ao fim chegou-se a três principais categorias, sendo elas: mobilização, críticas à campanha; e outras formas de engajamento. Por mobilização, refere-se nesta pesquisa, as publicações contendo depoimentos/relatos, uma vez que este ato tinha a intenção de mobilizar os indivíduos para mostrar a abrangência do assédio. Já por engajamento, entende-se que diz a respeito a todas as interações e comentários utilizando a *hashtag*. Mas, neste caso, a última categoria é restringida às publicações, cujos conteúdos não se encaixam nas anteriores. Além disso, os *tweets* usadas como exemplos na análise também foram traduzidas livremente do inglês pela autora.

5. Apresentação, análise e discussões sobre as postagens do #MeToo

A cibercultura abriga uma pluralidade de vozes, cujas mensagens podem ser emitidas sem filtro algum. Seus conteúdos estão livres de amarras ou edições feitas por outros indivíduos além daqueles que as emitem. Wolton (2003, p. 88) descreve que as tecnologias quando vistas como uma figura de emancipação individual, são “uma nova fronteira. Não é somente a abundância, a liberdade e a ausência de controle que seduzem, como também essa ideia de autopromoção possível, de uma escola sem mestre [...]”. Entretanto, o autor critica

aqueles que veem o ciberespaço como a condição para o surgimento de uma sociedade em rede livre e solidária, a qual permitiria e emergência de uma nova cultura.

Contrariando essa perspectiva de Wolton, Pierre Lévy (2010, p. 206) fala desse mesmo espaço como um ambiente de aprendizagem cooperativa, em que ocorrem trocas recíprocas e comunitárias, cujo papel principal “é colocar os recursos de grandes coletividades a serviço das pessoas e dos pequenos grupos — e não o contrário”.

Dadas essas duas visões que ora se opõem quanto às possibilidades apresentadas pela cibercultura, a presente análise tem como objetivo principal responder aos seguintes problemas de pesquisa, como já mencionados na introdução: com que propósito os usuários do Twitter utilizam a *hashtag* #MeToo? É usada para mobilização de mulheres, engajamento à campanha ou críticas e quais são elas? Os comentários são feitos apenas por mulheres ou homens também aparecem e que tipo de engajamento ambos manifestam?

Para encontrar as resoluções e conclusões destes questionamentos, foram analisadas e categorizadas 250 publicações, conforme explicação na seção anterior, com a assinatura ‘*me too*’ no site de rede social *Twitter*. Sendo assim, os próximos tópicos apresentam os resultados obtidos e observações realizadas.

5.1 *Tweets* por gênero

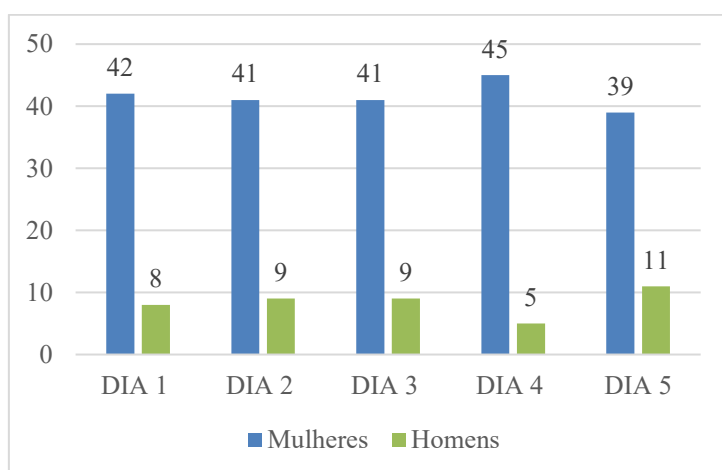
A primeira divisão de análise busca verificar se havia ou não a manifestação de homens na campanha, na medida em que a *hashtag* nasce de um movimento feminino. Para tal, foi realizada a separação dos *tweets* pelos gêneros apresentados nos perfis dos usuários. No entanto, antes de prosseguir com as observações, faz-se necessário um adendo a respeito do conceito de gênero empregado no presente trabalho, visto que a palavra abriga um significado muito maior do que a simples diferenciação mulher/homem.

Segundo Cruz (2014, p. 24), a palavra “gênero se refere à construção social de significados de masculinidades e de feminilidades que compõem, em conjunto com outros marcadores sociais, os atributos de cada sujeito, e é resultado do modo como cada sociedade se organiza e produz sua cultura”. Logo, gênero é uma definição pluralista que abriga muito mais do que o sexo biológico dos sujeitos e seu significado é permeado pelas diferentes culturas e normas sociais. Tendo esta elucidação em vista, optou-se por empregar a dicotomia homem/mulher na análise em razão de que o gênero também “expressa relações de poder tanto quanto outros marcadores sociais e com eles se combina” (CRUZ, 2014, p. 23). E como foi posto anteriormente, o assédio parte de uma relação de poder.

Das 250 publicações coletadas, 209 *tweets* foram feitos por mulheres e 41 por homens, entre os dias 15 e 19 de outubro de 2017. Além disso, como mostra o Gráfico 1, a proporção de postagens realizada pelos dois gêneros manteve um padrão similar no decorrer dos cinco dias determinados. Tais evidências mostram que, apesar da presença do público masculino, foram as mulheres que mais se engajaram na campanha.

Com base nesses dados, retoma-se o conceito de ciberespaço como um ambiente que “abriga negociações sobre significados, processos de reconhecimento mútuo dos indivíduos e dos grupos por meio da atividade de comunicação (harmonização e debate entre os participantes)” (LÉVY, 2010, p.231). Ao ser utilizada tanto por homens e mulheres, a *hashtag* apresenta tanto os ideais de reconhecimento mútuo, visto na maior proporção de engajamentos de mulheres, como os processos de negociação e debate, já que nela contém publicações de ambos os gêneros.

Gráfico 1 - *Tweets* com a *hashtag* #metoo feitos por homens e mulheres.



A disparidade proporcional entre os gêneros pode ser explicada, em um primeiro momento, pelo fato de a campanha ter sido criada por mulheres e para elas. Contudo, vale lembrar que o assédio parte de uma relação de poder, o qual “caracteriza-se por um constrangimento realizado por uma pessoa em posição de superioridade em relação à vítima” (FUKUDA, 2012, p. 7). Historicamente, essas vítimas sempre foram as mulheres, que, apesar da emancipação adquirida ao longo dos anos por meio das lutas feministas, ainda vivem “um transbordamento das regras impostas socialmente à esfera privada para a pública, e a exigência de adequação do papel social feminino, antes confinada à esfera doméstica, ao espaço público” (FUKUDA, 2012, p. 5). Sendo assim, o engajamento maior pelo público

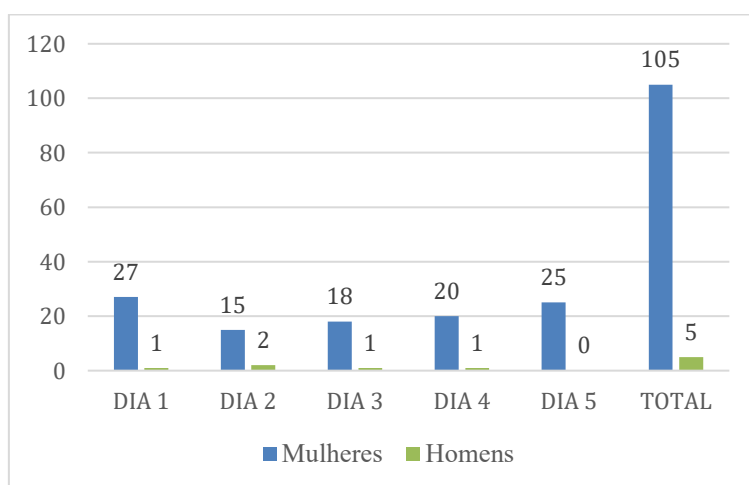
feminino se dá por uma junção dos fatores: a intenção com que a campanha foi criada e em razão do assédio ser um problema específico deste gênero.

Quando se trata do ciberespaço, pode-se dizer que as mulheres encontraram por meio do uso das redes sociais uma forma de dar voz às violências vividas e, no uso de uma *hashtag* específica, uma ferramenta de unificação e identificação. Manuel Castells (2013, p. 134), a respeito do papel importante da internet no âmbito da comunicação, diz que “as pessoas só podem desafiar a dominação conectando-se entre si, compartilhando sua indignação, sentindo o companheirismo e construindo projetos alternativos para si próprias e para a sociedade como um todo”.

5.2 Relatos por gênero

Uma segunda categorização busca verificar o número de *tweets* que se caracterizavam como depoimentos. Posto que campanha tenha surgido para o relato de assédios sofridos por parte das mulheres, expondo assim a magnitude e abrangência dos casos. No total, 110 publicações, das 250 coletadas, continham explicitamente narrativas de assédios. Ainda desses, 105 depoimentos foram feitos por mulheres e 5 por homens, como mostra o Gráfico 2. Esses dados apontam que a *hashtag* não foi utilizada apenas para partilhar depoimentos, ainda que eles representem uma quantidade significativa do total e é a categoria de maior peso, conforme veremos na sequência da análise.

Gráfico 2 - Relatos com a *hashtag* #MeToo por homens e mulheres



Com relação ao maior número de depoimentos por parte das mulheres, este pode ser visto como uma manifestação do Feminismo 2.0, o qual seria “um dos efeitos das

transformações vividas nesta sociedade em rede, porém relacionado especificamente à questão da inserção social das mulheres” (SANTINI, TERRA e ALMEIDA, 2017, p. 154). Além disso, Pereira (2011, p. 5) ressalta que “não há como negar que o acesso à informação, à produção e distribuição são elementos-chave para se avaliar as relações de poder nas sociedades democráticas”.

Os canais de informações e liberdades para produzir e distribuir conteúdos próprios são características intrínsecas do ciberespaço. Por isso, argumenta-se que, ao compartilharem seus relatos, as mulheres influenciaram umas às outras e viram na *hashtag* uma ferramenta capaz de dar visibilidade à questão e quem sabe assim trazer a mudança.

5.3 As muitas histórias do #MeToo

Ao realizar a análise dos 110 relatos de assédio, observou-se que em algumas publicações as descrições dos acontecimentos eram detalhadas, expondo informações pessoais como a idade em que ocorreu ou quem foi o agressor. A título de exemplo, a usuária @kim_resists, no dia 15 de outubro, postou uma mensagem que continha o seguinte trecho: *Eu fui assediada sexualmente por meses aos 19 por um assistente de gerente muito mais velho. Eu contei ao gerente da loja que escolheu olhar para o outro lado. #MeToo*. O relato apresenta uma narração curta, em vista do limite de caracteres – 280 – da plataforma, porém específica de um caso de assédio.

O relato da usuária @PINsykes também portava descrições detalhadas dos acontecimentos. No dia 17 de outubro, ela publicou: *Falando do #metoo, o meu foi aos 13 anos num avião quando um velho de 75 anos perguntou se alguém já tinha entrada na minha “caixa”*. A usuária também republicou seu *tweet*, no mesmo dia, acrescentando a seguinte mensagem: *Ou talvez meu momento #MeToo foi quando um velho colocou a sua mão na minha vagina no metro e eu fiquei tão atordoada que somente a removi*. As duas mensagens apresentam relatos claros de assédio em locais públicos, que haviam ocorrido em algum momento passado.

Entretanto, outras publicações continham apenas #MeToo para sinalizar a inclusão do autor à mobilização e não traziam detalhes pessoais. No dia 15 de outubro, a usuária @kica333 publicou: *A quantia de pessoas contribuindo para esta hashtag é absolutamente desoladora e ter que incluir eu mesma faz ainda ser pior #metoo*. O propósito da sua mensagem é justamente mostrar que ela também faz parte da campanha, mas sem expor as particularidades do assédio sofrido, adotando um comportamento mais reservado. Essa

postura prezando a privacidade do emissor foi observada em outras publicações, como a feita pela usuária @Afelia no dia 19 de outubro: *Sim, é claro #MeToo. Eu apenas não quero contar sobre isso.*

Quanto aos depoimentos feitos pelos homens, estes também apresentavam as duas formas descritas acima, relatos detalhados com informações pessoais e outros prezando pela privacidade. Como exemplo do primeiro, o usuário @Stevoptweets postou, no dia 15 de outubro, a seguinte frase: *Eu não quero conversar sobre isso, ou protelar no passado, mas eu deveria ter falado anos atrás. Eles ainda andam livremente. #metoo.* Em sua mensagem, o autor indica ter sido assediado ao escrever que ‘deveria ter falado antes’ para se referir ao acontecimento e ‘eles ainda andam livremente’ para falar da existência de mais de um agressor, mas não fornece outras informações sobre as particularidades do caso.

Já em relação ao segundo, o usuário @StewartThurLOW postou no dia 18 de outubro: *Eu fui assediado sexualmente por uma mulher no trabalho. Eu relatei imediatamente & fui ridicularizado porque eu era um homem gay trabalhando num bar gay #MeToo.* O emissor da mensagem escolheu descrever quem era o agressor e onde ocorreu o assédio, relatando o que aconteceu após ter denunciado e adotando uma postura pública sobre sua vida pessoal. O *tweet* também mostra que homens são vítimas de assédio e mulheres podem causá-lo. A não inclusão desses aspectos foi criticada na campanha, porém tais engajamentos são abordados mais a fundo no próximo tópico.

No que se refere ao uso de *hashtags* para mobilização social, os pesquisadores Fábio Malini e Henrique Antoun (2013, p. 232) argumentam que, ao nomear movimentos ou campanhas sob uma única palavra, é possível reunir uma quantidade enorme de relatos e informações em um único lugar (*hiperlink*), que

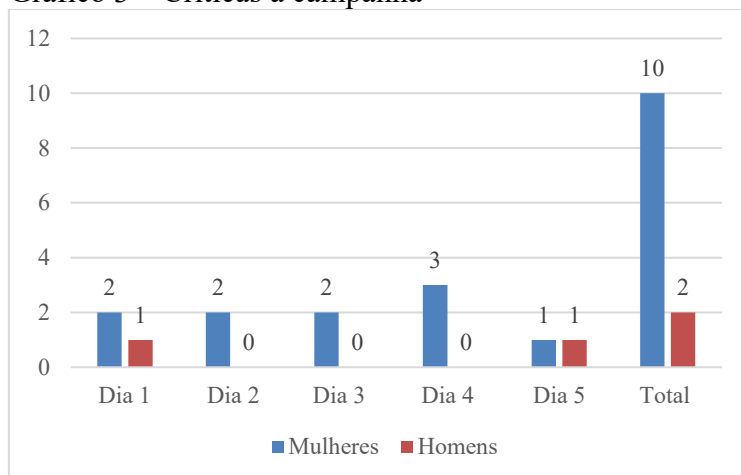
Criam uma “tag de ordem” comum, pois vai ganhar significado a partir do aluvião de tweets, postagens e publicações feitos pela multidão conectada. Embora sejam todos singulares, eles levam uma assinatura única (a hashtag), permitindo ao acontecimento sair debaixo do espaço público das ruas para se colocar sobre o espaço público da atenção midiática.

Em outras palavras, a quantidade de relatos reunidos dentro do #MeToo nas redes sociais levaram a temática do assédio para a grande mídia, deram ênfase no assunto e abriram o espaço para a formulação de problemáticas cruciais e necessárias a respeito dessa questão em nossa sociedade e cultura.

5.4 Críticas à campanha

Das 250 publicações analisadas, apenas 12 eram críticas à campanha em si, sendo 10 feitas por mulheres e 2 por homens. O Gráfico 3 apresenta o número de críticas diárias por gênero.

Gráfico 3 – Críticas à campanha



Foi observado que as críticas ao *#MeToo* não se restringiam apenas a um aspecto da campanha, mas traziam diferentes levantamentos, as quais em alguns casos eram pontuais e relevantes. No primeiro dia, 15 de outubro, a usuária @Jessicka criticou a exclusão dos homens na mobilização, sua publicação dizia: *Agressão sexual pode acontecer com homens e mulheres por homens e mulheres. #MeToo inclui #homenstambém*. Uma vez que significativa parte dos depoimentos relatavam o homem como agressor e assediador, o fato de que o assédio pode acontecer em situações opostas ou com pessoas do mesmo gênero, sejam elas homens ou mulheres, pode passar despercebido. A finalidade comunicacional da mensagem era ressaltar esta perspectiva.

Outra crítica semelhante foi postada pela usuária @authorsehanson também no dia 15: *Podemos, por favor, obliterar o mito de que homens e meninos não podem ser abusados sexualmente e assediados? Por favor e obrigada. #MeToo*. No entanto, como foi mostrado pela publicação do usuário @StewartThurlow anteriormente, essas perspectivas estavam presentes dentro do *#MeToo*. Contudo, visto que os usuários masculinos representam apenas 16,4% das 250 publicações analisadas, a proporção dos relatos foi muito menor do que as das mulheres.

A respeito disso, Fukuda (2012, p. 120 e 121) no artigo *Assédio Sexual - Uma releitura a partir das relações de gênero* diz que o “crime de assédio sexual pode ser cometido por homens e mulheres contra pessoas do mesmo sexo ou do sexo aposto. Contudo,

como demonstra pesquisas disponíveis, a mulher está no grupo mais diretamente atingido por este tipo de crime [...]”.

Já no segundo dia, 16 de outubro, a usuária @i_Udita publicou *#MeToo é uma campanha super estúpida. Eles estão fazendo parecer que toda mulher já foi assediada e todo homem é um estuprador*. Seu comentário critica toda a campanha sem um argumento base, invalidando qualquer saldo positivo que a mobilização possa trazer às pessoas envolvidas e à sociedade. Sobre o lado negativo que a campanha poderia criar, o usuário @Zigmanfreud postou, no dia 15 de outubro, a seguinte mensagem: *Gee, eu me pergunto se essa hashtag #MeToo poderia facilitar algumas acusações falsas e uma cultura que criaria mais convicções erradas*.

Ambas mensagens criticam a campanha num aspecto geral, mas é justamente por conter essas oposições que a campanha pode existir, uma vez que o ciberespaço não faz qualquer tipo de seleção entre seus usuários. “Simplemente, na Web está tudo misturado em proporção ao extraordinário volume de informações e de comunicação que ele gera” (WOLTON, 2003, p. 103).

Além do gênero, foram observadas críticas a respeito de questões raciais e de classe. A usuária @alwaysstheself publicou sua posição no dia 17 de outubro em dois *tweets*. O primeiro continha a seguinte mensagem: *Quando mulheres pobres, da classe trabalhadora, negras ou índias dizem #MeToo, ninguém se importa. Quando mulheres brancas ricas dizem, homens perdem seus empregos*. Já a segunda publicação trazia um questionamento: *Se você somente se importa com a violência sexual quando ela afeta atrizes brancas e famosas, você realmente se importa com a violência sexual? #MeToo*

Ambos comentários se fazem ainda mais pontuais em virtude de que uma campanha, de mesmo nome e objetivo, já havia sido criada anos antes por uma ativista afro-americana dos direitos civis do Bronx, em Nova York. Tarana Burke começou a usar a expressão “*Me Too*” em 2006 para empoderar mulheres e meninas negras através da empatia. Entretanto, o seu movimento era apenas conhecido nas comunidades em que atuava. A ativista também contou em entrevista que a semente para seu trabalho surgiu em 1996, quando, ao ouvir os relatos de abuso que uma menina passou nas mãos do seu padrasto, não teve coragem para dizer nada, nem mesmo eu também (OHLHEIS, 2017).

Ao utilizarem a *hashtag* para criticar a própria mobilização, os usuários reiteraram a conjectura do ciberespaço como um ambiente aberto e livre a todos os tipos de manifestações, indiferente da posição do emissor quanto aos temas em questão. Neste ponto,

Lévy (2010, p. 207), mesmo acreditando na construção de uma inteligência coletiva visando o bem público e desenvolvimento humano, ressalta que

A luta das forças e dos projetos nos proíbe a ilusão da disponibilidade total da técnica [a internet]. Além das restrições econômicas e materiais que os imitam, nossos projetos devem compor com projetos rivais. Mas o próprio fato de que haja conflito nos confirma o caráter aberto do devir tecnológico e de suas implicações sociais.

Em suma, a cibercultura abriga uma pluralidade e diversidade de interesses e pontos de vista muitas vezes contraditórios. Contudo, é esta condição aberta que permite o nascimento de mobilizações sociais. Ao não fazer distinção entre seus atores, a internet se torna uma faca de dois gumes, na qual um lado não pode existir sem o outro.

5.5 Outras formas de engajamento

Com relação a outras formas de engajamento, observou-se que possuíam diferentes conteúdos e propósitos. Um deles foi o apoio às vítimas de assédio que relatavam suas histórias, tanto por parte das mulheres quanto homens. A usuária @Anyazazz escreveu a seguinte mensagem no dia 16 de outubro de 2017: *Eu apoio todas as vítimas de assédio sexual. Vocês não estão sozinhas/os e vocês são fortes. #MeToo*. O conteúdo da publicação mostra que a finalidade comunicacional da emissora era oferecer sua empatia e suporte para com as outras usuárias da *hashtag*, ressaltando que elas não estão sozinhas.

Outro exemplo de *tweet* com conteúdo similar, na qual predominavam palavras de apoio e solidariedade, foi o da atriz estadunidense Alexandra Daddaria (@AADadario). No dia 19 de outubro, ela postou: *Eu quero que outras mulheres saibam que está tudo bem falar. Eu sei como é o sentimento de estar assustada demais. Vamos mudar o estigma. #MeToo*. A publicação tinha como intenção reconfortar as mulheres com medo de relatarem suas histórias de assédio, visto que, em muitos casos, a vítima ainda é culpabilizada ou desacreditada. Além disso, chama os receptores para mudar esta situação.

Sobre o estigma em torno do assédio sexual, Santos (2015, p. 33) explica que

apesar dos avanços que se deram no campo da sexualidade nas últimas décadas, o assédio sexual ainda é um tabu. Trata-se de uma prática social pouco discutida e que parece ser interpretada, de forma solitária, apenas por quem já o sofreu em algum momento de sua vida. Diante desse fato, não raramente, as mulheres culpam-se, ou seja, questionam se suas ações foram adequadas, provocadoras ou insinadoras.

A partir desta perspectiva, pode-se argumentar que as mulheres, as quais sempre interpretaram o assédio de forma solitária, encontraram nos relatos do #MeToo identificação e pertencimento, fazendo com que publicassem palavras de apoio, solidariedade e reconforto

para com as outras usuárias. De acordo com Wolton (2003, p. 86), “A [inter]Net como suporte de uma nova solidariedade mundial se encontra, aliás, no centro de vários debates, obras, proposições políticas e culturais”.

Santini, Terra e Almeida (2017, p. 160) são autoras que corroboram com essa concepção. Para elas, “as redes sociais online criam e sustentam a solidariedade entre os indivíduos mobilizados mesmo que esses indivíduos nunca tenham se encontrado pessoalmente”. Isto acontece porque, prosseguem os autores, “ao fazer uma denúncia de violência contra a mulher, o crime deixa de ser invisível e se torna público, gerando empatia de outras mulheres que sofreram situações semelhantes ou daquelas que se identificam com a vítima em algum nível ou circunstância”.

No dia 19 de outubro, o usuário @goldroom publicou que *gostaria de tirar um segundo para aplaudir todos por manifestarem-se esta semana com #metoo. Nós todos precisamos melhorar, sermos mais conscientes, e sermos homens melhores*. Nesta mensagem, observam-se dois objetivos principais: o primeiro, como apresentado acima, mostrar apoio a todos que postaram seus depoimentos, e o segundo ressalta a importância de os homens serem mais conscientes deste problema, enfatizando que é preciso mudar e ser melhor.

Da mesma forma, o *tweet* publicado no dia 15 de outubro pelo usuário @brycetache dizia: *Caras, depende de nós educar a nós mesmos e outros homens e garotos para que nenhuma garota ou mulher tenha que dizer #MeToo*. Aqui o sujeito indicou que não basta apenas dizer ‘*Eu também*’, é preciso educar os homens para que não perpetuem o assédio. As duas mensagens acabam dando ênfase às ações do público masculino e aconselham que é necessário melhorá-las.

As primeiras duas publicações descritas mostraram que “por meio dos computadores e das redes, as pessoas mais diversas podem entrar em contato, dar as mãos ao redor do mundo” (LÉVY, 2010, p. 122), fazendo surgir uma rede de apoio virtual. No âmbito das conversações por meio dos sites de redes sociais, a pesquisadora Raquel Recuero (2012, p. 17 e 18) diz que

são essas conversas públicas e coletivas que hoje influenciam a cultura, constroem fenômenos e espalham informações e memes, debatem e organizam protestos, criticam e acompanham ações políticas e públicas. É nessa conversação em rede que nossa cultura está sendo interpretada e reconstruída.

As duas últimas postagens dão um pequeno indício de como a cultura pode ser reinterpretada por meio das conversas no ciberespaço, uma vez que os usuários aparentaram reconhecer a problemática do assédio e terem consciência da necessidade de mudança.

Ainda sobre as outras finalidades de engajamentos, a *hashtag* #MeToo também foi utilizada para realização de críticas e comentários acerca da própria sociedade. A usuária @emmadelahunty_ publicou no dia 16 de outubro: *No despertar do #MeToo, a mídia tem responsabilidade pela maneira que eles reportam o assédio sexual & violência contra mulher*. A emissora fez uso da *hashtag* para uma finalidade diferente da proposta no começo, optando por criticar a maneira como as grandes mídias tratam do assunto.

Outro exemplo deste modo de engajamento, desta vez criticando a cultura, foi da usuária @tipsytales, que postou no dia 18 de outubro: *#metoo não é somente sobre os homens lá fora que assediam sexualmente mulheres, é sobre nossa cultura inteira. Nós todos permitimos esse problema*. A mensagem traz a questão da problemática do assédio, que não se resume aos homens, mas está enraizada em nossa cultura, a qual permite sua existência e perpetuação.

A usuária @tcwittes, no dia 16 de outubro, também realizou uma postagem sobre a questão cultural, dizendo que *#MeToo foi um grito ensurdecador: nós precisamos mudar nossa cultura. Hoje, eu estou alegre por ver tantos prometendo #EuVou ser parte da mudança*. Além de falar sobre a importância de transformar a cultura vigente, a autora da publicação trouxe uma visão positiva ao mencionar que viu outros usuários buscando a mudança.

Sobre o aspecto cultural, Santos (2015, p. 29) explica que olhares, comentários e beijos roubados, os quais, mesmo não conotando ato sexual, implicam em uma maneira de os homens exercerem seu poder e virilidade moral sobre os corpos femininos. Além disso, a autora complementa que “ao silêncio da mulher, a manutenção do *status quo* é perpetuada. Porém, culturalmente, estabeleceu-se que certos assuntos da vida cotidiana devem ser mantidos em silêncio [...]”, como é o caso do assédio.

Ao criarem a campanha #MeToo, as mulheres trouxeram para a esfera pública uma questão historicamente silenciada, encontrando na cibercultura um espaço para que “estas questões sejam tematizadas, articuladas e publicizadas, tornando assim possível a inclusão, através da produção e distribuição de informações daqueles que até então encontravam-se ‘inexistentes’” (PEREIRA, 2011, p. 7).

Em razão das informações exemplificadas, entende-se que o uso da *hashtag* #MeToo possibilitou que vítimas de assédio sexual usufruíssem de um lugar de fala. Como consequência da proporção de relatos, a mobilização fez que essas pessoas também fossem ouvidas por um conjunto muito maior de pessoas. A partir desse ponto, Mendes, Ringrose e

Keller (2018, p. 244, tradução nossa³), autoras que também realizaram uma pesquisa relacionada ao assunto, explicam sobre a *hashtag* analisada e outras variantes usadas com o mesmo intuito:

Essas campanhas estão fornecendo importantes espaços para uma ampla gama de mulheres e garotas (em relação a idade, habilidade, raça e outros fatores) participarem em debates públicos sobre assédio sexual. Essas plataformas também estão fazendo as vozes e participações de mulheres e garotas visíveis em maneiras que podem gerar um tipo de efeito ondular testemunhado por nós no rescaldo de #MeToo, em que muitos homens poderosos (principalmente brancos) estão sendo responsabilizados por casos históricos de abuso e assédio.

Como exemplos desse rescaldo, há o produtor Harvey Weinstein, um dos primeiros grandes nomes a serem denunciados. O cineasta foi demitido de sua empresa própria empresa, expulso da organização do Oscar e enfrenta acusações judicialmente. Já o ator estadunidense Kevin Spacey, acusado de assediar um ator adolescente há mais de 30 anos, também viu sua carreira desmoronar após as denúncias, sendo cortado completamente de um filme já gravado e da série em que era protagonista no serviço de *streaming Netflix* (G1, 2017).

No contexto de Hollywood, o #MeToo levou para a pauta do assédio para a grande mídia que fez o trabalho de vilanizar os acusados. Isto fez com que, mesmo sendo tarde para a tomada de ações no âmbito judicial, houvesse consequências para estas pessoas. Em contrapartida, questiona-se o papel da campanha para as pessoas comuns, já que a situação continua da forma que sempre foi. Indivíduos detentores de uma posição de vantagem assediam quem está abaixo e estas, por uma série de fatores, são obrigadas a permanecerem caladas.

#Metoo, #MeuPrimeiroAssédio e #MeuAmigoSecreto são apenas alguns exemplos de campanhas de combate ao assédio, as quais pensaram na cibercultura como um meio de inspirar a mudança. Segundo Resende (2017, p.10),

Não podemos reconhecer nas mídias sociais a capacidade de transformar o sistema ou de qualquer revolução política, mas devemos reconhecer seu potencial de reunir pessoas em busca de um mesmo propósito, conectando-as em ambientes de discussão e apoio que frequentemente não existem em suas redes de convivência presenciais, caracterizando o ciberativismo.

Essas campanhas não diminuem ou substituem a importância do ativismo offline, ambos devem agir em conjunto na busca de mudanças. Tais mobilizações também comprovam que a coragem de uma mulher é viral e contagiante e faz com que outras sigam

³ These campaigns are providing important spaces for a wider range of women and girls (in relation to age, ability, race and other factors) to participate in public debates on sexual harassment, sexism and rape culture. These platforms are also making women's and girls' voices and participation visible in ways that can generate the type of ripple effect we have witnessed in the aftermath of #MeToo, where many powerful (mainly white) men are being held accountable for historic instances of abuse and harassment.

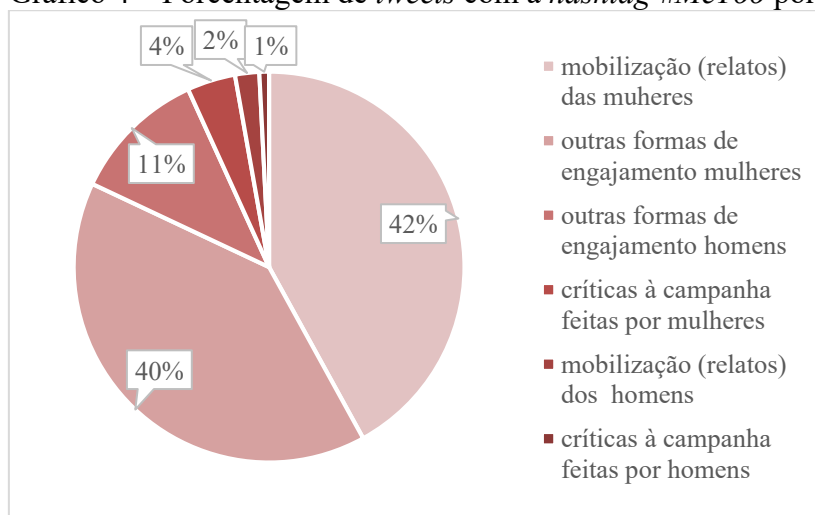
seus exemplos. Em dados momentos, elas também rompem as barreiras de gênero, como visto pela existência de relatos tanto de homens quanto de mulheres dentro da *hashtag* analisada.

6. Considerações Finais

Em vista das discussões apresentados neste artigo, conclui-se que os usuários do *Twitter* utilizaram a *hashtag* #MeToo para múltiplos propósitos, como a mobilização de mulheres, por meio dos relatos de assédio sofridos; mensagens de apoio e solidariedade para com outros usuários, uma vez que as vítimas encontraram nessa campanha um espaço aberto de identificação; críticas à cultura e sociedade, que permitem a perpetuação do assédio por meio de uma série de normas passadas de geração em geração. No caso das críticas à própria campanha, algumas eram construtivas com argumentos válidos, como aquelas que reiteram a condição do assédio como algo que não faz distinção entre gênero, e outras nem tanto.

Contudo, o número total de relatos de assédio por parte das mulheres, 105 das 250 publicações coletadas, aponta para que, sim, o propósito principal da campanha foi a mobilização das mulheres para mostrar a magnitude e abrangência do assédio na sociedade atual durante o período escolhido. O Gráfico 4 apresenta as porcentagens de acordo com cada tipo de manifestação para elucidar os resultados gerais da análise.

Gráfico 4 – Porcentagem de *tweets* com a *hashtag* #MeToo por categoria de análise.



Sobre a manifestação de mulheres e homens, observou-se que a *hashtag* conteve a participação e engajamento de ambos, sendo o público masculino em uma menor proporção. Os dois gêneros se engajaram na campanha, relatando suas histórias de assédio, criticando e postando palavras de solidariedade e apoio.

Em suma, das 250 publicações, 42% (105 *tweets*) eram relatos de assédio de mulheres; 40% (100 *tweets*) eram outras formas de engajamento por parte do público feminino; 11% (28 *tweets*) eram outras formas de engajamento por parte dos homens; 4% (10 *tweets*) eram críticas à campanha realizadas por mulheres; 2% (5 *tweets*) foram relatos de assédio dos usuários masculinos e 1% (2 *tweets*) eram críticas à campanha também feitas por eles.

Outras considerações apontam também que a cibercultura foi uma condição fundamental para o surgimento da mobilização, visto que ela foi responsável por possibilitar a união de pessoas em diferentes partes do mundo em torno do tema. Nas palavras de Pierre Lévy (2010, p. 51),

as particularidades técnicas do ciberespaço permitem que os membros de um grupo humano (que podem ser tantos quantos se quiser) se coordenem, cooperem, alimentem e consultem uma memória comum, e isto quase em tempo real, apesar da distribuição geográfica e da diferença de horários.

O mesmo pode-se dizer a respeito da comunicação mediada por computador, já que esta proporcionou que indivíduos compartilhassem no ciberespaço suas histórias e vivências, comunicando e influenciando uns aos outros. Um exemplo é a postagem da usuária @h_pike_ no dia 18 de outubro: *eu estava com medo de tweetar isso, mas a coragem de tantas outras é inspiradora, e é por isso que eu acho importante para mim dizer #MeToo*.

Todavia, cabe ressaltar que, apesar de a campanha ter atingido uma ampla gama de pessoas e revitalizando a pauta do assédio, ainda há inúmeras histórias que não são compartilhadas e pessoas que permanecem em silêncio. Outras tantas, também não possuem acesso a esse ciberespaço, por estarem excluídas do meio digital ou não serem alfabetizadas na linguagem da internet.

Neste sentido, Elizabeth Gomes (2002, p. 02) argumenta sobre a importância de “conceber soluções e promover ações que envolvam desde a ampliação e melhoria da infraestrutura de acesso até a formação do cidadão, para que este, informado e consciente, possa utilizar todos os serviços disponíveis de um computador e da Internet”.

Os conceitos e percepções a respeito da cibercultura dos autores aqui apresentados, principalmente Pierre Lévy (2010) e Dominique Wolton (2003), confundem-se e misturam-se. Se por um lado o ciberespaço abriga uma fonte para aprendizagem coletiva e desenvolvimento social, por outro, ele sozinho não é capaz de mudar a raiz de uma cultura ou solucionar os problemas de uma sociedade. Ainda assim, é quase inquestionável seu papel em promover discussões públicas capazes de influenciar a mudança. Em outras palavras, o

ciberespaço “permite à sociedade encontrar um novo meio de se relacionar e debater questões pertinentes a todos de forma direta, porém, não face a face” (CARNEIRO, 2012, p 7-8).

A campanha *#MeToo* mostrou ao mundo a magnitude e abrangência do assédio sexual. Ele não discrimina gêneros, classe, raça ou qualquer outro aspecto e pode acontecer com qualquer um que esteja em uma posição de inferioridade. Por isso, percebe-se a importância de tal campanha.

Contudo, questiona-se ainda até quando será preciso que as pessoas exponham suas histórias, dores e vivências para elucidar esse assunto? Já não está mais que na hora de nós, como uma sociedade, pararmos de abusar da coragem alheia e começarmos a buscar formas efetivas de solucionar este problema? Questões como essas nos fazem acreditar na importância da pesquisa, pois, de um lado, ajudam no conhecimento do problema e, por outro, a acreditar na capacidade de buscar soluções.

A internet é sim um meio eficaz e poderoso para manifestar assuntos que infrinjam os direitos de pessoas ou grupos marginalizados. “Por meio do computador ligado à Internet, o ciberespaço assegura e reforça o seu papel de mediador simbólico das manifestações culturais e sociais no contexto histórico contemporâneo” (CARNEIRO, 2012, p. 5). Nesse contexto, o uso de *hashtags* em sites de redes sociais se tornam ferramentas capazes de fazer assuntos ignorados pelas grandes mídias virarem pauta. Entretanto, quando o assunto é assédio não basta mais elucidar o problema, já são conhecidas uma infinidade de histórias, é preciso então se perguntar qual é o próximo passo? Com essas reflexões, deixamos em aberto para dar continuidade às pesquisas, sob novos olhares e teorias.

Eu gostaria que as mulheres não tivessem que rasgar aberto nossos passados e mostrar tudo a você e deixá-lo ver nossa dor para que você acreditasse em nós.⁴

— Lindy West

⁴ I wish women didn't have to rip our pasts open and show you everything and let you ogle our pain for you to believe us.

Referências

ADICHIE, Chimamanda Ngozi. **Sejamos Todos Feministas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

BEAUVOIR, Simone. **O segundo sexo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.

BBC Brasil. **#METOO**: a hashtag que expõe a magnitude mundial do assédio sexual. 2017. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-41652306>>. Acesso em: 10 out 2018.

BRASIL. Lei n. 10.224, de 15 de maio de 2001. Dispõe sobre o crime de assédio sexual e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/leis_2001/110224.htm> . Acesso em: 02 de nov. 2018.

CARNEIRO, Jessica de Souza. **A comunicação mediada por computador e a cultura do ciberespaço**. In: I Colóquio Semiótica das Mídias. vol. 1, nº 1. João Pessoa, PB: UFAL, 2012. Disponível em: <http://www.ciseco.org.br/anaisdocoloquio/images/csm1/CSM1_JessicaSouza.pdf>. Acesso em: 15 out. 2018.

CASTELLS, Manuel. **Redes de Indignação e Esperança: Movimentos Sociais na Era da Internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013. Páginas 127-140 da parte.

_____, Manuel. **A galáxia da Internet: Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CRUZ, Tania. **Sexualidade e orientação sexual: cultura e transformação social**. Palhoça: UnisulVirtual, 2014.

DATAFOLHA, **Assédio sexual entre as mulheres**. Instituto de Pesquisa Datafolha, Opinião Pública, dossiês. São Paulo, jan. 2018. Disponível em: <<https://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2018/01/1949701-42-das-mulheres-ja-sofreram-assedio-sexual.shtml>>. Acesso em: 15 out. 2018.

FUKUDA, Rachel Franzan. **Assédio Sexual: Uma releitura a partir das relações de gênero**. Simbiótica, Ufes, v.ún., n.01, jun. 2012. Disponível em: <<http://periodicos.ufes.br/simbiotica/article/view/4512/3516>>. Acesso em: 05 nov. 2018.

GOMES, Elizabeth. **Exclusão digital: um problema tecnológico ou social?**. RIO DE JANEIRO: TRABALHO E SOCIEDADE , ano 2, nº especial, dez. 2002. Disponível em: <http://www.radio.faced.ufba.br/twiki/pub/GEC/RefID/Elisabeth_Gomes_ED.pdf>. Acesso em: 07 nov. 2018.

G1. **Kevin Spacey será cortado de filme já pronto de Ridley Scott; Christopher Plummer vai regravar cenas.** 2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/christopher-plummer-substitui-spacey-em-filme-de-ridley-scott.ghml>>. Acesso em: 10 nov. 2018.

JUNGBLUT, Airton Luiz. **A heterogenia do mundo on-line:** algumas reflexões sobre virtualização, comunicação mediada por computador e ciberespaço. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 10, n. 21, jan./jun. 2004. Páginas 97-121 da parte. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832004000100005>. Acesso em: 01 nov. 2018.

KANTOR, Jodi; TWOHEY, Megan. **Harvey Weinstein Paid Off Sexual Harassment Accusers for Decades.** 2017. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2017/10/05/us/harvey-weinstein-harassment-allegations.html>>. Acesso em: 10 nov. 2018.

LÉ VY, Pierre. **Cibercultura.** 3ª Edição. São Paulo: Editora 34, 2010.

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. **A internet e a rua:** ciberativismo e mobilização nas redes sociais. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MENDES, Kaitlynn; RINGROSE, Jessica; KELLER, Jessalynn. **#MeToo and the promise and pitfalls of challenging rape culture through digital feminist activism.** European Journal of Women's Studies, 2018, Vol. 25(2). Páginas 236–246 da parte.

MORAES, Roque. **Análise de conteúdo.** Revista Educação, Porto Alegre, v. 22, n. 37, 1999. Disponível em: <<http://pesquisaeducacaoufrgs.pbworks.com/w/file/60815562/Analise%20de%20conte%C3%BAdo.pdf>> Acesso em: 05 nov. 2018.

OHLHEIS, Abby. **The woman behind ‘Me Too’ knew the power of the phrase when she created it — 10 years ago.** The Washington Post, 2017. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2017/10/19/the-woman-behind-me-too-knew-the-power-of-the-phrase-when-she-created-it-10-years-ago/?noredirect=on&utm_term=.a82f119d566d>. Acesso em: 30 out 2018.

O'REILLY, Tim; MILSTEIN, Sarah. **Desvendando o Twitter.** São Paulo: Digerati Books, 2009.

PEREIRA, Marcus Abílio. **Internet e mobilização política:** os movimentos sociais na era digital. In: COMPOLÍTICA (Ed.). Encontro da Compolítica. v. 4. Rio de Janeiro: Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <<http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2011/03/Marcus-Abilio.pdf>>. Acesso em: 30 out 2018.

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede:** comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2012

_____, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. 1ª Reimpressão. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RESENDE, Gabriella Weiss. **Hashtags como mecanismos de movimentos sociais: #primeiroassedio, #meuamigosecreto e a Primavera das Mulheres**. In: XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Volta Redonda - RJ – 22 a 24/06/2017. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2017/resumos/R58-1291-1.pdf>>. Acesso em: 15 out 2018.

ROCHA, Tania. **Sexo sem nexos**. Florianópolis: Lagoa Editora, 2002.

SANTOS, Simone Alvez. **Assédio sexual nos espaços públicos: reflexões históricas e feministas**. In: história, histórias. Brasília, vol. 3, n. 6, 2015. Disponível em: <<http://periodicos.unb.br/index.php/hh/article/view/13344/13277>>. Acesso em: 15 out. 2018.

SANTINI, Marie; TERRA, Camyla; ALMEIDA, Alda Rosana Duarte de. **Feminismo 2.0: a mobilização das mulheres no Brasil contra o assédio sexual através das mídias sociais (#primeiroassedio)**. PP & Inovação, Rio de Janeiro, v. 3, n. 1, mar. 2017. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/p2p/article/view/2341/2390>>. Acesso em: 30 nov. 2018. Páginas 149-164 da parte.

THINK OLGA. **Hashtag Transformação: 82 mil tweets sobre o #PrimeiroAssedio**. Think Olga, 2015. Disponível em: <<http://thinkolga.com/2015/10/26/hashtag-transformacao-82-mil-tweetssobre-o-primeiroassedio/>>. Acesso em: 10 out. 2018.

VISCONTI, Harumi; FERRARI, Bruno. **#MeuAmigoSecreto: nova campanha na internet denuncia o machismo do dia a dia**. 2015. Disponível em: <<https://epoca.globo.com/vida/experiencias-digitais/noticia/2015/11/meuamigosecreto-nova-campanha-na-internet-denuncia-o-machismo-nosso-de-cada-dia.html>>. Acesso em: 10 out. 2018

WOLTON, Dominique. **A internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

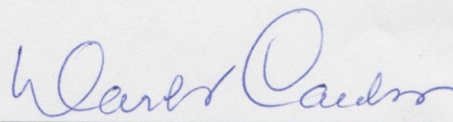
JULIANA BITTENCOURT INÊS

**MOBILIZAÇÃO E ENGAJAMENTO: ESTUDO DE CASO DA HASTAG
#METOO NA REDE SOCIAL TWITTER.**

Este artigo foi julgado adequado à obtenção do grau de bacharel em Jornalismo e aprovado em sua forma final com média 10,0, pelo Curso de Jornalismo da Universidade do Sul de Santa Catarina.

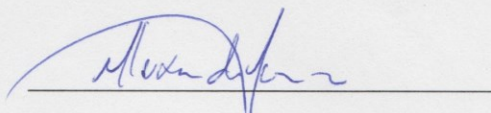
Tubarão, 12 de dezembro de 2018

Prof. Me. Darlete Cardoso (Orientadora)



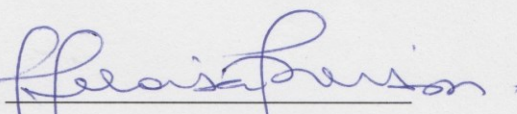
Universidade do Sul de Santa Catarina

Prof. Dr. Alexandre Lenzi (Convidado)



Universidade do Sul de Santa Catarina

Prof. Dra. Heloisa Juncklaus Preis Moraes (Convidada)



Universidade do Sul de Santa Catarina