

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**AS VOZES IRÔNICAS E POLIFÔNICAS DE OLGA:
ANÁLISE DA CAMPANHA *ONLINE* “CHEGA DE FIU
FIU” DA ORGANIZAÇÃO *THINK OLGA***

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Ananda Morais de Souza

Santa Maria, RS, Brasil

2015

**AS VOZES IRÔNICAS E POLIFÔNICAS DE OLGA: ANÁLISE DA
CAMPANHA *ONLINE* “CHEGA DE FIU FIU” DA ORGANIZAÇÃO
*THINK OLGA***

Ananda Morais de Souza

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado ao Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Santa Maria, como requisito parcial para obtenção do grau de **Bacharel em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda.**

Orientador: Prof. Dr. Fabiano Maggioni

Santa Maria, RS, Brasil
2015

**Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Ciências Sociais e Humanas
Departamento de Comunicação Social**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada,
aprova o Trabalho de Conclusão de Curso

**AS VOZES IRÔNICAS E POLIFÔNICAS DE OLGA: ANÁLISE DA
CAMPANHA *ONLINE* “CHEGA DE FIU FIU” DA ORGANIZAÇÃO
*THINK OLGA***

elaborado por
Ananda Morais de Souza

como requisito parcial para obtenção do grau de
Bacharel em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda

COMISSÃO EXAMINADORA:

Prof. Dr. Fabiano Maggioni
(Orientador - UFSM)

Prof.^a Dr.^a Juliana Petermann (UFSM)

Prof. Me. Janderle Rabaiolli (UFSM)

Santa Maria, 15 de dezembro de 2015.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, aos meus amados pais, João e Laci, e meu irmão, Edu, por todo amor, carinho e incentivo dados ao longo de minha vida, especialmente durante a graduação. Agradeço por compreenderem a minha falta ou distância em momentos importantes e por fazerem com que eu tivesse todo o aconchego e carinho possíveis mesmo longe de casa. Saibam que essa conquista é dedicada a vocês como demonstração de meu amor e gratidão sem fim;

Ao meu amigo e namorado, Givago, agradeço por sempre me aguardar de braços abertos. Por me dar apoio, atenção e me fazer rir, mesmo nos momentos de maior cansaço e desânimo;

À Pâmela, que me acompanhou nesses últimos quatro anos, e, apesar da correria do cotidiano, sempre se preocupou com meu bem-estar e felicidade;

A toda a minha família e amigos pela torcida, incentivo e votos de sucesso;

Aos meus amigos e colegas de faculdade, em especial, Jordana, Desireè, Maria Cláudia, Mariana e Rodrigo. Muitíssimo obrigada por ouvirem meus constantes desabafos, medos e angústias, mas, principalmente, por dividem comigo alguns dos momentos mais especiais de minha vida e me proporcionarem uma amizade tão bonita e sincera. Obrigada por aceitarem meus defeitos e acreditam em minhas capacidades;

Agradeço meu orientador, Fabiano, por toda dedicação e conhecimento cedidos a mim, pelas conversas e conselhos, tanto sobre a pesquisa quanto sobre a vida. Sem suas críticas e elogios este trabalho não seria possível;

Também agradeço a professora e amiga, Darcielle, por estar sempre aberta para me ouvir e dedicar um pouco do seu tempo. Por ser incrivelmente atenciosa, dedicada e amável;

Por fim, agradeço a Deus por permitir a realização desse sonho e ter me guiado em um período repleto de novidades e anseios, além de ter colocado em meu caminho pessoas incríveis e de coração sem igual.

RESUMO

Trabalho de Conclusão de Curso
Departamento de Comunicação Social
Universidade Federal de Santa Maria

AS VOZES IRÔNICAS E POLIFÔNICAS DE OLGA: ANÁLISE DA CAMPANHA *ONLINE* “CHEGA DE FIU FIU” DA ORGANIZAÇÃO *THINK OLGA*

Autora: Ananda Morais de Souza
Orientador: Fabiano Maggioni
Santa Maria, 15 de dezembro de 2015.

Este trabalho teve como objetivo analisar de que forma a campanha *online* “Chega de Fiu Fiu”, da organização *Think Olga*, constrói e veicula sentidos do feminismo e como esses mesmos sentidos despertam nos internautas o desejo de participar através da rede. Atuando contra o problema do assédio sexual em espaços públicos, a campanha visa transformações sociais, contestando a visão objetificada da mulher e a naturalização do assédio no Brasil. Foram feitas considerações acerca do movimento feminista e a utilização da internet como meio de divulgação e estratégia para conquista de apoio. Utilizou-se preceitos da metodologia de Análise do Discurso de origem francesa aplicando-se, em um primeiro momento, aspectos da polifonia e ironia, presentes na heterogeneidade discursiva, sobre as ilustrações da campanha. Em seguida, foram analisados comentários publicados no site por internautas interessados em discutir o tema, verificando-se como ocorreu o processo de persuasão. A partir do estudo realizado foi possível, então, identificar as estratégias discursivas utilizadas para produzir determinados efeitos de sentidos sobre o feminismo e como esses sentidos estimularam a interação e identificação com os internautas do *site Olga*.

Palavras-chave: Chega de Fiu Fiu. Feminismo. Internet. Polifonia. Ironia.

ABSTRACT

Course Conclusion Work
Department of Social Communication
Federal University of Santa Maria

OLGA'S IRONIC AND POLYPHONIC VOICES: ANALYSIS OF ONLINE CAMPAIGN "ENOUGH WITH THE CATCALLS" BY THINK OLGA ORGANIZATION

Author: Ananda Morais de Souza
Advisor: Fabiano Maggioni
Santa Maria, December 15th, 2015

This study aimed to examine how the online campaign "Enough with the catcalls", from Think Olga Organization, constructs and conveys meanings of feminism and how these same senses awaken in the internet users the wish to participate via the network. Acting on the problem of sexual harassment in public spaces, the campaign seeks social change, challenging the objectified view of women and the naturalization of harassment in Brazil. Considerations about the feminist movement and the use of the internet as a mean of dissemination and strategy for winning support were made. Were used methodological precepts from French Discourse Analysis applying, at first, aspects of polyphony and irony present in the discursive heterogeneity on the illustrations of the campaign. Then were analyzed comments published on the site for internet users interested in discussing the topic, checking how was the persuasion process. From the study it was possible to identify the discursive strategies used to produce certain effects of meanings about feminism and how these senses stimulated interaction and identification of internet users with Olga site.

Keywords: Enough with the catcalls. Feminism. Internet. Polyphony. Irony.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - Marca da organização <i>Think Olga</i>	16
FIGURA 2 - Marca da Campanha “Chega de Fiu Fiu” da <i>Think Olga</i>	17
FIGURA 3 - Página principal do <i>site Olga</i>	18
FIGURA 4 - Variação da página principal de acordo com a imagem que ilustra cada artigo..	18
FIGURA 5 - <i>Fanpage</i> da <i>Think Olga</i> no <i>Facebook</i>	19
FIGURA 6 - <i>Twitter</i> da <i>Think Olga</i>	19
FIGURA 7 - Print do site <i>Catarse</i> onde está o projeto “Documentário Chega de Fiu Fiu”.....	35
FIGURA 8 - Imagem produzida pela <i>Think Olga</i> agradecendo os financiadores.....	35
FIGURA 9 - Página principal do “Mapa do Fiu Fiu”, ferramenta que faz parte da campanha.....	36
FIGURA 10 - Ilustração 1 da campanha “Chega de Fiu Fiu”, por Gabriela Shighihara.....	60
FIGURA 11 - Ilustração 2 da campanha “Chega de Fiu Fiu”, por Gabriela Shighihara.....	62
FIGURA 12 - Ilustração 3 da campanha “Chega de Fiu Fiu”, por Gabriela Shighihara.....	64
FIGURA 13 - Ilustração 4 da campanha “Chega de Fiu Fiu”, por Gabriela Shighihara.....	66
FIGURA 14 - Internauta interessada em contribuir com a divulgação da campanha.....	69
FIGURA 15- Exemplo de internauta valorizando a campanha.....	69
FIGURA 16 - Exemplo de internauta que achou “Muito legal essa iniciativa [...]” e trouxe suas considerações sobre o assédio.....	70
FIGURA 17 - Internauta considerando que “O movimento “chega de fiu fiu” deveria ser muito mais divulgado para homens se colocarem no lugar das mulheres [...]”.....	70
FIGURA 18 - Comentário de internauta na Argentina exemplifica a extensão da campanha.....	70
FIGURA 19 - Exemplo de comentário ligado à figura 10.....	72
FIGURA 20 – Internauta questionando a prática do assédio de rua.....	72
FIGURA 21 - Internauta questionando “Pra que e por que os homens se veem no direito de exibir sua “opinião” como o corpo alheio?”.....	73
FIGURA 22 - Internauta fazendo considerações sobre a forma vulgar como muitas mulheres vestem-se.....	73
FIGURA 23 - Exemplo de respostas que seguiram em relação ao comentário a cerca da forma como as mulheres vestem-se.....	73

FIGURA 24 - Utilização da frase “Há as que gostam? Sim, e felizmente é uma minoria. Ou espero que seja [...]” faz referência à questão da figura 11.....	74
FIGURA 25 - Utilização da frase “Se há aquelas que gostam são minoria, não vale, portanto, a falta de respeito com as demais” também referente à figura 11.....	74
FIGURA 26 - Internauta Napoleão levantando o debate sobre qual o limite entre uma “cantada” aceitável e o assédio sexual.....	74
FIGURA 27 - Internauta dá explicação sobre a diferença entre “cantada” aceitável e assédio.....	75
FIGURA 28 - Exemplo de “ajuda” dada por internauta com relação aos limites das “cantadas”.....	75
FIGURA 29 - Exemplo de comentário irônico, como se a diferença fosse óbvia.....	75
FIGURA 30 - Sequência de comentários acerca da aceitação do assédio no caso do assediador ser considerado um homem bonito.....	76
FIGURA 31 - Mesmo questionamento levantado por outro internauta acerca da beleza do assediador.....	76
FIGURA 32 - Resposta de uma internauta sobre os comentários da beleza do assediador.....	76
FIGURA 33 - Exemplo claro da compreensão da ironia presente da figura 12.....	77
FIGURA 34 - Internauta relacionando o assédio a questões familiares.....	77
FIGURA 35 - Debate entre dois internautas relacionado a questões familiares.....	78

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1 A <i>THINK</i> OLGA E A CAMPANHA “CHEGA DE FIU FIU” CONTRA O ASSÉDIO SEXUAL DE RUA	15
1.1 QUEM É OLGA?	15
1.2 O FEMINISMO E OS MOVIMENTOS FEMINISTAS	20
1.2.1 A inferiorização da mulher e o assédio sexual	27
1.2.2 Olgas unidas através da arte e da rede	31
2 UM DISCURSO SOBRE O DISCURSO: INTRODUZINDO O MÉTODO DE ANÁLISE	37
2.1 A HETEROGENEIDADE DISCURSIVA	43
2.1.1 Polifonia	45
2.1.2 Ironia	48
2.2 EFEITOS DE SENTIDO E PERSUASÃO	55
3 ANALISANDO AS VOZES DE OLGA	59
3.1 AS VOZES POLIFÔNICAS E IRÔNICAS NAS ILUSTRAÇÕES DE OLGA.....	59
3.2 AS VOZES EM COMENTÁRIOS: ESTABELECENDO SENTIDOS COM OS INTERNAUTAS DO <i>SITE</i> OLGA	67
CONSIDERAÇÕES FINAIS	79
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	82

INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como tema os sentidos do feminismo veiculados na internet. Tal temática vem chamando a atenção por conta, especialmente, de sua atualidade e emergência no contexto brasileiro.

Percebe-se a crescente utilização de *sites*, *blogs*, *fanpages*, aplicativos e infinitas outras ferramentas com o intuito de levantar as pautas feministas e conquistar apoio para o movimento. Por outro lado, existem também aqueles que, por diferentes motivos, se posicionam contra o feminismo. Independente da posição assumida, a escolha por este tema se deu justamente pela sua intensa presença no contexto atual, aliado às questões das mídias digitais.

Destaca-se, além disso, que a campanha “Chega de Fiu Fiu”, escolhida como objeto de análise deste trabalho, trata da violência contra a mulher, especificamente o assédio sexual de rua. Este tema, aliás, teve uma grande repercussão recentemente pelo fato de ser escolhido como tema do Exame Nacional do Ensino Médio de 2015, levando muitas pessoas a discutirem sobre o assunto e usarem o próprio exemplo da campanha “Chega de Fiu Fiu” em suas redações.

Perante este contexto, pretende-se dar conta do objeto de estudo e realizar os objetivos propostos, voltando-se para a investigação das estratégias discursivas de uma campanha publicitária que, através do discurso verbal e visual de ilustrações e possibilidades que se abrem pelo uso da internet, estimula o debate sobre o assédio sexual de rua.

Diante disso, o problema de pesquisa que norteará esse estudo centra-se em investigar: De que forma a campanha “Chega de Fiu Fiu”, da organização *Think Olga*, constrói e veicula sentidos do feminismo e como esses mesmos sentidos persuadem os internautas a participarem através da rede?

Defronte as considerações acima e da compreensão da comunicação, especialmente, do profissional de publicidade, como produtores e disseminadores de sentidos, valores e ideias que agem diretamente no cotidiano de uma sociedade, este estudo tem por objetivo geral analisar como são construídos e veiculados sentidos do feminismo na campanha “Chega de Fiu Fiu” e como se dá o processo de persuasão.

Quanto aos Objetivos Específicos busca-se:

- 1) analisar as estratégias verbais e visuais do texto empenhadas na construção de sentido;
- 2) verificar o uso da polifonia e da ironia nos discursos engendrados nas ilustrações da campanha;
- 3) perceber que sentidos relativos ao feminismo são criados a partir do uso dos recursos linguísticos;
- 4) compreender como ocorre o processo de persuasão e identificação com os internautas a partir da elaboração de determinados efeitos de sentido;
- 5) averiguar se há correspondência de sentidos do feminismo entre as ilustrações da “Chega de Fiu Fiu” e os comentários publicados no *site*.

Justifica-se a escolha do feminismo como tema de pesquisa, essencialmente, pelo reconhecimento dos movimentos sociais, de forma geral, como efetivas formas de mobilização em prol de transformações na sociedade e busca por igualdade de direitos.

Ao estudar o movimento feminista e as problematizações que o envolve, entretanto, este trabalho adquire um caráter mais social e contribui para diferentes áreas de estudo. Nesse caso, observou-se a necessidade de contribuir de forma mais intensa à Comunicação e à Publicidade, o que resultou no interesse de analisar os sentidos do feminismo em uma campanha publicitária veiculada na internet, compreendendo a forma como essa campanha gera um interessante movimento de persuasão, identificação e interação com seu público a partir de um discurso visual e textual estrategicamente construído.

Assim, apesar do feminismo ser amplamente observado em diferentes áreas de estudo, este trabalho justifica-se pelo fato de voltar-se para o processo de produção e circulação de sentidos em ilustrações e comentários veiculados na internet, permitindo a identificação de mecanismos discursivos empregados para gerar determinados sentidos que enaltecem as reivindicações sociais deste movimento social.

Elaborou-se uma pesquisa do *Estado da Arte*, também conhecida por Estado do Conhecimento, através de buscas no Google Acadêmico¹ e no Portcom² (Portal de Livre Acesso à Produção em Ciências da Comunicação) utilizando palavras-chave relacionadas aos

¹ Disponível em: <<https://scholar.google.com.br/>>.

² Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/>>.

conceitos envolvidos nesse trabalho. Observa-se que as buscas foram feitas até a página 10 dos resultados obtidos para cada palavra-chave.

Com relação a trabalhos que pudessem utilizar o mesmo objeto empírico, buscou-se pelas palavras “*site Olga*”, “*fanpage Olga*”, “*Think Tank Olga*”, “*Coletivo Olga*”, “*Campanhas Olga*”, “*Blog Olga*” e “*Campanha Chega de Fiu Fiu*”. Não foram encontrados trabalhos em ambos os portais, demonstrando o ineditismo deste objeto empírico em pesquisas acadêmicas.

Nas buscas com palavras-chave relacionadas aos temas deste trabalho, a maioria apresentou resultados muito amplos e sem relação com as palavras pesquisadas, grande parte se referia à moda, ao jornalismo e a construção de sentido em meios de comunicação muito diversos do foco aqui delimitado, além disso, poucos se relacionavam com a construção de sentido em campanhas feministas.

Entre os trabalhos encontrados, entretanto, destacam-se: “A comunicação como processo de interação verbal e produção de sentidos” de Roseli Fígaro; a dissertação de mestrado “Os assuntos que discutimos são a cara da nossa luta: Um estudo antropológico dos debates feministas em meio às possibilidades de sociabilidade online” de Natália Silveira; “Feminismo.com: o movimento feminista na sociedade em rede” de Aleksandra Rodrigues, Danielli Gadenz e Letícia de la Rue; “Discursa, Lola, discursa: estratégias discursivas de um *blog* feminista” de Carla Candida Rizzotto e “Jovens mulheres, internautas feministas: um estudo sobre os sentidos e significados acerca das relações de gênero e geração” de Lucélia Bassalo. Estas buscas permitiram observar em que nível caminha a pesquisa científica relacionada e, após passar por uma triagem, contribuiu para a indicação de referências úteis.

A metodologia empregada na construção deste trabalho utiliza preceitos da análise do discurso de origem francesa, através de aspectos da polifonia e ironia, presentes na heterogeneidade do discurso, além de noções sobre efeitos de sentido e persuasão.

Dessa forma, são acionados autores que possuem domínio e competência suficientes para tratar dos estudos de Bakhtin, precursor da análise do discurso, já trazendo suas próprias críticas e leituras sobre eles. Assim, entre os autores, destacam-se Helena Nagamine Brandão (2004), Beth Brait (1996, 2005), Diana Luz Pessoa de Barros (2003, 2005a, 2005b) Dominique Maingueneau (1997) e José Luiz Fiorin (2003) como embasamento teórico, pois extraem o máximo desses estudos a partir de um olhar atento e minucioso. Juntamente com os

demais autores da metodologia já citados, utilizam-se as considerações de Adair Peruzzolo (2015) acerca de sentido e efeitos de sentido.

Entre os conceitos aplicados, merece maior atenção a polifonia, como mecanismo discursivo utilizado para exteriorizar as diferentes vozes presentes nos discursos e, também ironia, outro mecanismo discursivo que se baseia em estratégias de contradição e ambiguidade.

Tais conceitos foram utilizados para a análise de quatro ilustrações oficiais da campanha e comentários publicados no site que tivessem relação direta com essas ilustrações. O material de análise, produzido a partir de 2013, pode ser encontrado no site da organização *Think Olga* e também em algumas redes sociais que a mesma utiliza.

Ao realizar a análise dos sentidos do feminismo construídos e veiculados na campanha “Chega de Fiu Fiu”, este trabalho traz considerações sobre temas que emergem deste objeto de estudo.

Dessa forma, primeiramente, realiza-se uma apresentação do objeto empírico, ou seja, da campanha “Chega de Fiu Fiu” e da organização *Think Olga*, além de questões relacionadas ao contexto do objeto de estudo, tais como o movimento feminista, a questão do assédio sexual no Brasil e a utilização da internet como ferramenta contemporânea capaz de mobilizar pessoas e servir como espaço de comunicação, interação e ação social.

No primeiro capítulo são trazidos, então, autores como Gilles Lipovetsky (1997), Simone de Beauvoir (2009), Pierre Bourdieu (2012), Jussara Prá (1997), Vera Soares (2004), Venturi e Recamán (2004), Thébaud (1991), entre outros para o desenvolvimento da contextualização e panorama do feminismo no Brasil e no mundo, além de questões sobre assédio e objetificação feminina. Já autores como Manuel Castells (2005) e Pierre Lévy (1999) trazem contribuições acerca da internet e das possibilidades abertas por ela.

No segundo capítulo, apresenta-se a metodologia de análise. De forma bastante didática e explicativa, situa-se a análise do discurso dentro da semiótica com o intuito de mostrar a sua origem, desenvolvimento e especificidade. Em seguida, delimita-se a utilização da análise do discurso nas questões que abarcam a heterogeneidade discursiva e os dois conceitos escolhidos: polifonia e ironia. Ainda realiza-se uma apresentação da noção de sentido e efeitos de sentido.

Nesta etapa, como já explicado no parágrafo sobre a metodologia, são acionados autores como Helena Nagamine Brandão (2004), Beth Brait (1996, 2005), Diana Luz Pessoa de Barros (2003, 2005a, 2005b) Dominique Maingueneau (1997), José Luiz Fiorin (2003) e Adair Peruzzolo (2015).

Por fim, o terceiro capítulo divide-se em duas etapas de análise. Na primeira, aplica-se a análise do discurso sobre as ilustrações da campanha, buscando olhar, em cada uma delas, a forma como o discurso se tece polifônica e ironicamente, revelando certos sentidos do feminismo que ali se encontram. Na segunda etapa, volta-se para o estudo dos efeitos de sentido, em sua ação na troca de valores que ocorre no processo comunicacional, buscando identificar o processo de persuasão que estimula os internautas a deixarem seus comentários no site.

1 A *THINK* OLGA E A CAMPANHA “CHEGA DE FIU FIU” CONTRA O ASSÉDIO SEXUAL DE RUA

Inicia-se este trabalho com a apresentação do objeto empírico, no qual todo o desenvolvimento da pesquisa está focado, expondo-se elementos e características consideradas fundamentais para compreensão da campanha “Chega de Fiu Fiu” e da organização responsável por ela, a *Think* Olga. Ainda nesta apresentação, introduz-se o debate sobre o assédio sexual, pois este se configura como o tema central da campanha, e sua relação com uma visão objetificada da mulher. Volta-se ainda para questões acerca do feminismo e das problematizações que este assunto envolve. Por fim, cabe mostrar a relevância da internet e da produção artística feminina como ferramenta para a criação de uma visão da mulher como sujeito e não como objeto.

1.1 QUEM É OLGA?

Tanto a organização *Think* Olga quanto a campanha “Chega de Fiu Fiu” foram idealizadas pela jornalista Juliana de Faria. De acordo com o *site Think* Eva³, também criação sua, Juliana é formada pela PUC-SP, trabalhou para diferentes jornais e revistas de grande visibilidade no Brasil e na Europa. Também foi eleita uma das oito mulheres, mas inspiradoras do mundo pela Clinton Foundation e pela Revista *Cosmopolitan* US, concorreu ao Prêmio Cláudia na categoria Trabalho Social e foi considerada uma das 24 pessoas mais influentes da internet brasileira em 2014 pelo Youpix. Também, além dela, existem outras mulheres que, ocasionalmente, contribuem com a campanha, textos ou projetos desenvolvidos pela organização *Think* Olga.

Segundo texto disponibilizado na apresentação do *site*, “**Olga** é um *think tank* dedicado a **elevar o nível da discussão sobre feminilidade** nos dias de hoje” [grifo do autor]⁴. Neste sentido, é imprescindível explicar que as *think tanks* caracterizam-se como organizações ou instituições que produzem e difundem conhecimento sobre assuntos socialmente relevantes, objetivando transformações sociais, políticas, econômicas ou científicas. Em princípio, a maioria dessas organizações é independente de partidos políticos,

³ Disponível em: <<http://www.thinkeva.com.br/#!/c1se>>. Acesso em: 24 jun. 2015.

⁴ Disponível em: <<http://thinkolga.com/about-2/>>. Acesso em: 24 jun. 2015.

governos ou corporações privadas, dedicando-se a pensar de forma original às políticas de desenvolvimento e proteção⁵. *Think tanks* são, em outras palavras, as ONGs, termo mais utilizado e conhecido no Brasil.

O objetivo da Olga pode ser sintetizado na seguinte explicação: “Os novos tempos trouxeram novas características, novos sonhos e novos objetivos para as mulheres... E Olga se propõe a descobrir **quem é essa nova mulher**, o que ela quer hoje, e criar conexões criativas mais reais e verdadeiras. A partir de um diálogo honesto, encontraremos formas femininas de pensar a vida – e que elas não sejam todas cor de rosa” [grifo do autor]⁶.

Figura 1⁷ - Marca da organização *Think Olga*



Também desenvolvido por Juliana de Faria, o *site* Eva, considerado como “uma filha da Olga”, complementa a explicação do trabalho realizado pela organização. Segundo essa mídia, “Somos defensoras da igualdade social, política e econômica entre homens e mulheres e acreditamos que o feminismo é a conquista de poder pela informação. Uma mulher bem-informada - dos seus direitos, das suas possibilidades e principalmente de realidades tristes e injustas - tem mais força para lutar e para buscar alternativas e mudanças. A Eva já nasceu com um grande conhecimento nesses temas, fruto da experiência de suas fundadoras em uma organização irmã, a *Think Olga*”⁸.

⁵Disponível em: <<http://www.institutomillennium.org.br/artigos/o-que-significa-um-think-tank-no-brasil-de-hoje/>>. Acesso em 19 nov. 2015.

⁶ Descrição retirada do *site* Olga. Disponível em: <<http://thinkolga.com/about-2/>>. Acesso em: 17 maio 2015.

⁷ Imagem disponível em: <<https://www.facebook.com/thinkolga?ref=ts&fref=ts>>. Acesso em: 03 out 2015.

⁸ Disponível em: <<http://www.thinkeva.com.br/#!/ci3k>>. Acesso em: 24 jun, 2015.

Visto isso, Olga funciona como uma organização feminista, como um coletivo que traz a discussão de temas sociais e culturais relevantes para as mulheres atuando em nível nacional.

Com relação à campanha “Chega de Fiu Fiu”, veiculada no site e em redes sociais da organização desde julho de 2013, a mesma configura-se como uma campanha feminista que objetiva combater o assédio sexual em locais públicos. Já em seu nome ela faz referência, através da expressão “Fiu Fiu”, às “cantadas”, assovios ou comentários destinados às mulheres nas ruas.

Figura 2⁹ - Marca da Campanha “Chega de Fiu Fiu” da *Think Olga*



A seguinte descrição, disponível no site da organização, contribui para compreender seu objetivo central: “Quando transformamos em coisa rotineira o fato da mulher não ter espaços privados – nem mesmo serem donas do seu próprio corpo -, incentivamos a violência. E isso NÃO é normal. Vamos reforçar nossa luta contra o assédio, afinal, temos o direito [de] andar na rua sem medo de sermos intimidadas. Para isso, manteremos o debate sobre assédio sexual vivo e frequente” [grifo do autor]¹⁰.

Outro texto, também disponibilizado pela criadora, defende a ideia de que “Ninguém deveria ter medo de caminhar pelas ruas simplesmente por ser mulher. Mas infelizmente isso é algo que acontece todos os dias. Pouco se discute e quase nada se sabe sobre o tamanho e a natureza do problema. A Chega de Fiu Fiu foi criada para lutar contra o assédio sexual em

⁹Imagem disponível ao final do link <<http://thinkolga.com/>>. Acesso em: 02 set. 2015.

¹⁰ Disponível em: <<http://thinkolga.com/chega-de-fiu-fiu/>>. Acesso em: 17 maio 2015.

locais públicos. Mas queremos aqui também lutar contra outros tipos de violência contra a mulher”.¹¹

Existem, ainda, outros elementos e características da Olga que merecem realce nesta apresentação.

No que diz respeito ao *site*, principal mídia utilizada para divulgação dos projetos e campanhas da *Think Olga*, percebe-se o destaque dado para os artigos. Esses textos são escritos por diferentes autoras que seguem temas específicos, focando sempre assuntos considerados socialmente relevantes para a mulher brasileira. Ademais, a tela inicial vai mudando de acordo com a imagem que ilustra cada um desses artigos.

Figura 3¹² - Página principal do *site* Olga.

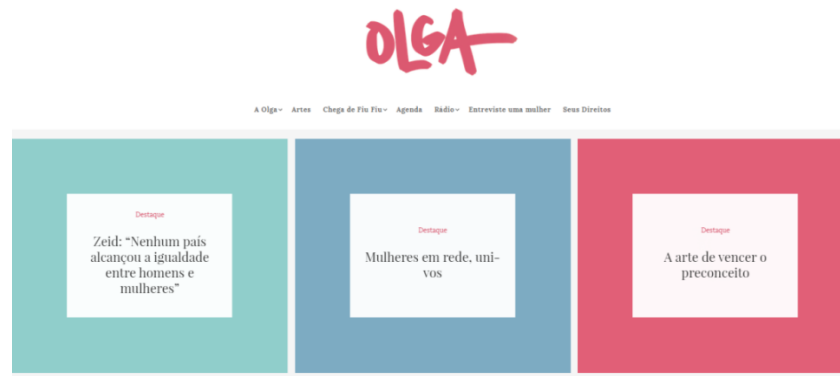
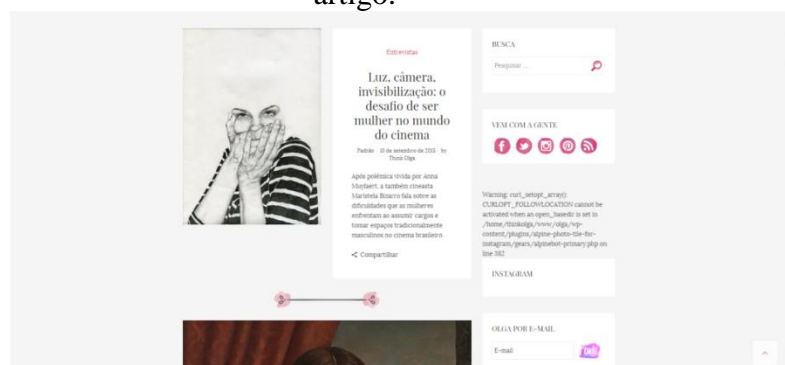


Figura 4¹³ –Variação da página principal de acordo com a imagem que ilustra cada artigo.



¹¹ Disponível em: <<http://thinkolga.com/chega-de-fiu-fiu/>>. Acesso em: 17 maio 2015.

¹² Print retirado do *site* Olga. Disponível em: <<http://thinkolga.com/>>. Acesso em: 20 set. 2015.

¹³ Print retirado do *site* Olga. Disponível em: <<http://thinkolga.com/>>. Acesso em: 20 set. 2015.

Também é válido observar o quanto o *site* Olga é bem construído, apresentando uma interface simples e clara, sendo atualizado regularmente e estando conectado a outras mídias como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Pinterest* e *E-mail*.

Figura 5¹⁴ – Fanpage da Think Olga no Facebook



Figura 6¹⁵ – Twitter da Think Olga



¹⁴ Print retirado do *Facebook*. Disponível em: <<https://www.facebook.com/thinkolga>>. Acesso em: 19 abril 2015.

¹⁵ Print retirado do *Twitter*. Disponível em: <<https://twitter.com/thinkolga>>. Acesso em: 20 abril 2015.

Segundo *site* Eva, de maneira geral, as ações da *Think Olga* focam-se em três eixos: “Análise aprofundada da mulher brasileira (em especial, dos entraves ao empoderamento e das origens das diferenças de gênero); Instrução, educação e reportagem sobre o que é necessário para superar essas diferenças; Resposta rápida e constante, frequentemente colaborativa, a alguns desses problemas, a fim de trabalhar em termos práticos rumo a soluções”¹⁶.

A *Olga* também desenvolve projetos de diversas naturezas como *workshops*, encontros, palestras, exposições, ações colaborativas e publicações. Apesar dessa variedade, seu foco é sempre voltado para o empoderamento das mulheres. Essa multiplicidade também está presente na produção de materiais, entre eles, cartilha sobre o assédio criada em parceria com a Defensoria Pública de São Paulo; ferramenta colaborativa Mapa do Fiu Fiu; cordel sobre o assédio sexual; e-book “Meu corpo não é seu”; ilustrações produzidas em parceria com artistas, etc.

Pelo exposto, percebe-se a *Think Olga* como uma organização que, através de múltiplas ações voltadas para o contexto da mulher brasileira, busca transformar uma realidade social que considera injusta, trabalhando em prol da liberdade, respeito e segurança femininas. Além disso, busca trazer à tona a questão da violência contra a mulher e do assédio sexual de rua, tratando de um problema que muitas vezes parece estar naturalizado.

1.2 O FEMINISMO E OS MOVIMENTOS FEMINISTAS

A *Think Olga* posiciona-se como uma organização feminista. Há de se destacar, entretanto, a discussão acerca das diferenças e semelhanças que envolvem os diversos movimentos feministas existentes no Brasil e no mundo, assim como o desenvolvimento histórico destes movimentos.

Para pensar sobre o feminismo a autora Vera Soares (2004) contribui para a introdução do assunto. Segundo ela, o feminismo funciona como a ação política das mulheres e propõe que elas mesmas sejam sujeitos ativos da transformação que desejam para si, lutando, especialmente, pela transformação das relações entre os gêneros.

¹⁶ Disponível em: <<http://www.thinkeva.com.br#!/ci3k>>. Acesso em: 24 jun. 2015.

Já para Thébaud (1991, p. 311), “Herdeiro inovador de muitas correntes anteriores, o feminismo coloca em termos políticos e paradigmáticos esta questão da diferença entre os sexos, sem ter, todavia, um discurso unívoco [...]”.

Além disso, o feminismo volta-se para o questionamento do papel da mulher em diferentes âmbitos como a família, trabalho e sociedade, centrando-se na constituição do poder do sujeito mulher. Também agrega, muitas vezes, dimensões como raça e classe social em suas lutas, tornando-se ainda mais amplo.

De acordo com Fritjof Capra (1990 apud PRÁ, 1997, p.46), o feminismo é considerado um dos movimentos mais expressivos do século XX, juntamente com o movimento ecológico, sendo esses capazes de alterar comportamentos, valores e normas de convivência.

Com relação à origem e ao desenvolvimento do feminismo, segundo Jussara Prá (1997), pode-se considerar o contexto da Revolução Francesa (1789), no século XVIII, como um dos momentos mais importantes, sendo durante ele que os primeiros sinais de transformação da condição feminina tornaram-se possíveis.

Nessa época, houve uma participação ostensiva das mulheres, todavia, essa participação não estava de acordo com o cenário que começava a se configurar, fazendo com que, por exemplo, as mulheres fossem excluídas da esfera pública e proibidas de se manifestar.

O século XIX, por sua vez,

pode ser tido como o momento fundador do feminismo moderno, muito embora esse não tenha conseguido se afirmar como doutrina juntamente com o liberalismo e com o marxismo, e com outras teorias que foram forjadas a partir de então (PRÁ, 1997, p. 48).

Esse período representou, então, um momento de dificuldades na busca pela afirmação do feminismo.

Após vários anos de avanços e retrocessos, foi somente na década de 1960¹⁷ que o movimento conseguiu rearticular-se, influenciado pela intensa mobilização sócio-política que

¹⁷Quadro com resumo dos acontecimentos mais importantes para o feminismo na década de 60, 70, 80 e 90 pode ser encontrado no texto de Jussara Prá (1997, p. 50) no livro “Mulher: estudos de gênero” de Marlene Strey.

passou a acontecer ao redor do mundo, especialmente nos EUA e em partes da Europa, como França e Inglaterra. Essa se tornou uma das fases mais críticas e radicais do movimento, pois se buscava atrair grande atenção para o assunto (PRÁ, 1997, p. 49).

Segundo Clemente (2009), foi nesse momento que ocorreu de fato a revolução feminina especialmente com a criação da pílula contraceptiva e o movimento de amor, paz e música, *Woodstock*, no interior dos Estados Unidos.

Deve-se observar que o movimento feminista radical, que começou em 1960 nos Estados Unidos, acabou trilhando dois caminhos diversos que acabam por influenciar a opinião que muitos têm do assunto. Por um lado, possibilitou o início da construção de uma consciência feminista, por outro, acabou dando subsídios para uma interpretação negativa do movimento (PRÁ, 1997, p. 41).

Com relação a esse caráter pejorativo,

[...] a ideia que passa é tão forte, que é comum que se nomeiem outras pessoas como feministas, com tendência à auto-exclusão. Durante algum tempo, ouviam-se muitos (as) pesquisadores(as) sustentarem a ideia de que estudavam as mulheres, mas não eram feministas e, mais, esse tem sido um argumento recorrentemente utilizado por quem não percebe que as posturas em defesa de uma sociedade justa e da igualdade social são características básicas do pensamento feminista (PRÁ, 1997, p. 41).

Muito por conta desse entrave,

Nem todos os feminismos se desenvolveram com igual sucesso nos diferentes países ocidentais. Muitas mulheres preferiam apoiar os “movimentos de mulheres” de aparência mais neutra em vez dos “movimentos feministas”; outras declaravam: “Não sou feminista, mas...”. Porém, a própria forma do seu distanciamento serviu para confirmar a centralidade do feminismo como parâmetro da política das mulheres (ERGAS, 1991, p. 587).

Deve-se destacar que existem, ainda, movimentos atuais antifeministas, compostos por mulheres contrárias ao feminismo que igualmente utilizam a internet como espaço de ação. Para muitas delas, o feminismo é um movimento ultrapassado, radical e equivocado, não sendo mais necessário nos dias atuais. Segundo reportagem do site da Revista Istoé, esses

posicionamentos são resultado da influência dos valores conservadores cristãos na educação no Brasil¹⁸.

A mesma fonte cita o caso de Silvana Delduque, 41 anos, que afirma que as mulheres deveriam prezar pelo resgate do romantismo, que é visto como submissão pelas feministas. Ela também critica as manifestações públicas dos grupos que pregam a igualdade de gênero afirmando perceber nestes atos o uso do rótulo feminista para praticar atos de atentado ao pudor.

Na visão de Lipovetsky (1997, p.93), a cultura extremista da diferença dos sexos, a visão radicalizada, se “exporta mal”, sendo diferente em cada país. Por exemplo, nos EUA há um radicalismo agressivo, já na França, códigos antigos são apenas reorganizados. “Num dos casos, as normas do passado são cobertas de indignação social, do outro, elas conservam o seu valor na condição de serem retraduzidas em função das novas expectativas femininas” (LIPOVETSKY, 1997, p.93). Já na América Latina, ele considera que o feminismo explode em tendências heterogêneas.

Segundo Thébaud (1991, p. 547), isso ocorre porque “[...] o feminismo é plural, marcado por conflitos de atribuição e debates internos, ligado, apesar de sua vontade de universalidade, a contextos políticos nacionais”.

Continuando, os anos 70 e 80 representaram a expansão do movimento feminista e a tentativa de articular e legitimar o tema dentro das universidades. Assim, grupos de pesquisa e de reflexão começaram a elaborar suas pesquisas. Como se pode imaginar, entretanto, o feminismo igualmente encontrou entraves na área acadêmica.

Inicialmente, esses estudos eram considerados como “coisas de mulher” e sem relevância científica, porém, “atualmente, vem-se tornando possível ampliar esse espectro e focar as relações de gênero, pois já se criou um campo de pesquisa amplo e uma bibliografia extensa sobre a questão da mulher” (PRÁ, 1997, p. 43). Dessa forma, dos “estudos das mulheres”, passou-se para os estudos de gênero.

[...] a teoria feminista trouxe uma contribuição efetiva para o conhecimento científico ao deslocar as análises de seu eixo tradicional – centrado em uma visão

¹⁸Disponível em

<http://www.istoe.com.br/reportagens/376787_O+MOVIMENTO+DAS+ANTI+FEMINISTAS>. Acesso em: 25 out. 2015.

dicotômica (cartesiana) e assexuada (androcêntrica) de realidade – e ao introduzir uma abordagem histórico-relacional, que enfatiza em suas investigações a combinação de relações entre sexo/gênero, raça/etnia e classes sociais (PRÁ, 1997, p. 43).

O estímulo à formação de grupos de pesquisa sobre gênero e abordagens do tipo é claro e real hoje nas universidades públicas brasileiras. Isso em grande parte pelo alinhamento ideológico dos setores da educação pública com o governo federal, que incentiva tal prática, como no caso da criação, em setembro passado, do comitê de gênero no Ministério da Educação, formado por servidores da educação pública, organismos internacionais e ONG's¹⁹.

Nos anos 90, o tema se consolida nos EUA e Europa, porém, no Brasil, ainda não se atingiu esse mesmo patamar (PRÁ, 1997, p. 50).

Dando sequência, a questão dos vários movimentos feministas, observam-se as diferenças entre dois polos principais: o igualitário e o da diferença.

Nesta perspectiva, os feminismos contemporâneos parecem ter simultaneamente andado em volta da afirmação da diferença sexual como princípio existencial básico – e portanto político – e a própria negação da importância da diferença sexual como causa legítima (e explicação) da desigualdade. Este movimento oscilatório acabou por ser identificado como o debate entre os defensores da “igualdade” e os partidários da “diferença” (ERGAS, 1991, p. 591).

Como consequência dessa divisão, a própria natureza do feminismo acaba sendo compreendida de diferentes formas, dependendo da posição que se assume.

Segundo Lipovetsky (1997, p. 71) “[...] o feminismo diferencialista pode encontrar certo eco social e isto porque responde às aspirações contemporâneas, à autonomia e à identidade”.

Uma das maiores representantes do feminismo igualitarista é Simone de Beauvoir. Para ela, “a disputa durará enquanto os homens e as mulheres não se reconhecerem como semelhantes, isto é, enquanto se perpetuar a feminilidade como tal; quem, dentre eles, mais se

¹⁹ Disponível em: <<http://g1.globo.com/educacao/noticia/2015/09/nao-e-uma-perda-diz-janine-ribeiro-sobre-alteracao-do-comite-de-genero.html>>. Acesso em: 18 nov. 2015.

obstina em a manter?” (BEAUVOIR, 2009, p. 922). Para Beauvoir, então, as diferenças entre homens e mulheres são construídas e caberia a ambos os sexos libertarem um ao outro.

Segundo Clemente (2009), ainda é possível identificar três vertentes distintas do movimento feminista: a liberal, a radical e a socialista. Na primeira, a mulher reivindica direitos iguais para homens e mulheres; na segunda existe uma relação de injustiça social com dominação masculina e, por fim, na socialista há uma visão marxista que tenta impor o patriarcado no ambiente do capitalismo tentando fazer a ligação entre as relações de gênero, meios de produção e reprodução social.

A pluralidade de definições e falta de homogeneidade do discurso feminista não reduz, entretanto, seu potencial de ação política. Apesar das diferenças, há um eixo comum entre essas vertentes que luta em prol dos direitos e igualdade da mulher (PRÁ, 1997).

Assim, mesmo não se dimensionando com precisão as mudanças sociais trazidas pelo feminismo, elas

[...] não deixam de ser perceptíveis no cotidiano de homens e mulheres, em especial quando se verifica que já não se aceita mais com a mesma naturalidade a submissão que sistematicamente vinha caracterizando a vida das mulheres. O que, sem dúvida, pode ser visto como causa e consequência daquele feminismo radical, que é claro como todo o movimento partiu de uma postura mais agressiva, repensou suas posições e as renovou porque a mudança faz parte, a transformação faz parte (PRÁ, 1997, p. 42).

Petersen (1997, p.22), sendo mais cautelosa, considera que não se pode superestimar as mudanças e avanços que vem ocorrendo, pois, elas ainda não foram suficientes para superar a desigualdade e a opressão das mulheres construídas ao longo da história.

Como apontado por ela, as mulheres ainda possuem ocupações de menor prestígio em relação aos homens e, mesmo realizando a mesma função, recebem cerca de 76% do salário deles (PETERSEN, 1997, p. 23). No ranking divulgado pelo Fórum Econômico Mundial, que considera a desigualdade entre homens e mulheres na economia, saúde, educação e política, o Brasil aparece na 71ª colocação na lista sendo que, em 2013, ocupava a 62ª posição²⁰.

Como afirma Bourdieu,

²⁰Dados disponíveis em: <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/10/141028_desigualdade_full_lab>. Acesso em 03 out. 2015.

As mudanças visíveis de *condições* ocultam, de fato, a permanência nas *posições relativas*: a igualização de oportunidades de acesso e índice de representação não deve mascarar as desigualdades que persistem na distribuição entre os diferentes níveis de escolaridade e, simultaneamente, entre as carreiras possíveis (BOURDIEU, 2012, p. 108).

Buscando compreender a realidade da mulher brasileira, a Fundação Perseu Abramo desenvolveu uma pesquisa em 2004 que contou com 2.505 mulheres de todo o país. O estudo trouxe questionamentos sobre temas variados como, por exemplo, a relação das mulheres com o trabalho assalariado e doméstico, suas opiniões acerca de temas polêmicos como contracepção e aborto, suas expectativas para o futuro e, o que mais interessa aqui, qual seu entendimento sobre o feminismo.

Segundo as análises feitas por Venturi e Recamán (2004) sobre algumas questões exploradas na referida pesquisa, revelou-se que as brasileiras, mesmo tendo origens e vivendo em realidades bastantes diversas umas das outras, compartilham “fortes traços de uma identidade comum de gênero”. De forma geral, consideram que a situação da mulher brasileira vem melhorando, apesar disso, continuam reivindicando por mudanças ainda mais significativas, especialmente com relação ao mercado de trabalho e à divisão das tarefas domésticas.

Com relação às percepções sobre o feminismo, Vera Soares (2004) também traz sua contribuição sobre os resultados obtidos na mesma pesquisa. Segundo ela, a maioria das entrevistadas não se considerou feminista, apesar disso, definiram o movimento como luta por direitos, independência, e igualdade.

Observou-se, também, que muitas delas confundem o termo feminismo com o feminino, como se representasse beleza, maternidade, ser esposa, etc. Esse é um dos resultados da falta de homogeneidade do movimento feminista e de seus discursos, como já mostrado anteriormente. Percebeu-se, ainda, que quanto melhores são as condições de vida, mais as mulheres se identificam com o termo e possuem uma noção mais exata sobre ele, reduzindo um pouco das distorções sobre o tema.

Também é interessante o fato de praticamente todas as entrevistadas considerarem a existência do machismo na sociedade, compreendendo-o como o poder do homem sobre a mulher ou poder do homem sobre outras pessoas.

A exposição realizada até aqui pode ser sintetizada pelas palavras de Ergas (1991, p. 587):

[...] no mundo contemporâneo o feminismo adquiriu significados diferentes para contextos diferentes. Reportando-nos ao dicionário definiríamos discursivamente o feminismo como “a teoria da igualdade política, econômica e social dos sexos”, e organizativamente como a mobilização necessária para “eliminar as restrições que discriminam as mulheres”, parecendo não haver uma definição universal que nos oriente no complexo terreno das políticas feministas contemporâneas. Na verdade o feminismo não é um substantivo cujas propriedades possam ser definidas de forma exacta e definitiva; poder-se-ia dizer, antes, que o termo feminismo indica historicamente conjunto variado de teorias e práticas centradas em volta da constituição e da legitimação dos interesses das mulheres. Nesta perspectiva, o que o feminismo é, ou foi, é mais uma questão histórica do que uma questão de definição.

Dessa maneira, o feminismo parte, inicialmente, de um ponto em comum: da constatação da dominação do homem em relação à mulher. Desse momento em diante os movimentos feministas diversificam-se amplamente.

1.2.1 A inferiorização da mulher e o assédio sexual

Inúmeras ações desenvolvidas pelo movimento feminista no Brasil, como no caso da organização *Think Olga*, voltam-se para as desigualdades entre os gêneros, buscando compreender e combater essa realidade social. Como será explicado a seguir, essa desigualdade entre os sexos não é um fenômeno novo e não se refere apenas ao contexto brasileiro.

Neste trabalho considera-se uma relação entre o assédio sexual e a visão inferior e objetificada que é dada às mulheres. Sabe-se, entretanto, que existem inúmeros outros fatores e condições que estimulam ou naturalizam o assédio sexual em espaços públicos, aos poucos a explicação dessa relação será desenvolvida.

Segundo Lipovetsky (1997), logo que as mulheres passaram a estar efetivamente presentes no mercado de trabalho, o assédio tornou-se comum e nada as mulheres podiam fazer, considerava-se que “seu lugar não era ali”, cabendo apenas “não provocarem os homens”. Contudo, com o tempo, o assédio sexual irrompeu na era da visibilidade e da problematização social. Pode-se ver que uma “[...] reprovação coletiva do assédio sexual

coincide com o processo de legitimação social da autonomia feminina e de deslegitimação da cultura hierárquica dos gêneros” (LIPOVETSKY, 1997, p.78).

Ao longo dos anos 60, a sexualidade passa a ser considerada como uma “relação de poder entre os sexos, um dispositivo de essência política, constitutivo da ordem patriarcal” (LIPOVETSKY, 1997, p.65). Identificou-se, portanto, que através da sexualidade o masculino também exerce poder sobre o feminino. Dessa maneira, abriu-se espaço para o movimento feminista envolver questões sobre o corpo em suas lutas.

Cada vez mais a ação de “assobiar para uma rapariga, fazer comentários sobre o seu físico, abordar uma mulher na rua ou no metropolitano são atitudes que se considera deslocadas, típicas do machismo das classes baixas” (LIPOVETSKY, 1997, p.54).

Apresentando uma perspectiva bastante crítica e negativa do movimento feminista, seguindo a ideia de um ultrafeminismo, Lipovetsky (1997) diz que

Ao alargar as definições de violência, ao abaixar os limiares de tolerância, ao criminalizar os atos que a consciência considera “normais”, o ultrafeminismo deixa de esclarecer o real, antes o sataniza, deixa de exumar uma face oculta da dominação masculina, antes cria um sensacionalismo e uma vitimologia imaginária (LIPOVETSKY, 1997, p.69).

Apesar de considerar a criação de uma “histeria vitimária” por parte das ultrafeministas, Lipovetsky (1997, p. 68) não deixa de admitir o grande número de violências contra as mulheres. A questão, na opinião do autor, é que por trás dos números existem “objetivos ideológicos de reescrita do real”.

Com relação a alguns dados sobre essa situação, Venturi e Recamán (2004) nos dizem que,

a cada 15 segundos uma brasileira é impedida de sair de casa, também a cada 15 segundos outra é forçada a ter relações sexuais contra a sua vontade, a cada 9 segundos outra é ofendida em sua conduta sexual ou por seu desempenho no trabalho doméstico ou remunerado (VENTURI; RECAMÁN, 2004, p. 26).

Na tentativa de reverter esses dados, Venturi e Recamán (2004, p. 27), sugerem seis propostas de combate à violência contra a mulher: criação de abrigos para as mulheres agredidas e seus filhos, criação de delegacias especializadas no atendimento dessas vítimas, serviços de atendimento psicológico, serviço telefônico gratuito e serviços de orientação jurídica e campanhas de TV e rádio.

Observa-se que a única proposta de ação preventiva são as campanhas, o que demonstra a grande importância da “Chega de Fiu Fiu” no combate à violência, ao assédio sexual e a inferiorização da mulher.

Na interessante perspectiva de Chacham e Maia (2004), a ambivalência da brasileira contemporânea diante das cantadas parece ter sua explicação no conflito entre querer ser desejada, e assim cumprir seu papel de gênero, e o medo de ser violada, é um risco permanente em virtude do mito da potência e do poder do homem brasileiro.

Como afirma R. Christin (1993 apud BOURDIEU, 2012, p. 30),

do mesmo modo, o assédio sexual nem sempre tem por fim exclusivamente a posse sexual que ele parece perseguir: o que acontece é que ele visa, com a posse, a nada mais que a simples formação da dominação em estado puro.

Além da ligação biológica, os papéis amorosos, apesar de tornarem-se mais flexíveis nos últimos tempos, também servem como forma de diferenciação entre os sexos. “A divisão sexual dos papéis afetivos enraíza-se numa representação da feminidade cuja essência é de se dar, de existir para o outro, de dedicar a sua vida a felicidade do homem” (LIPOVETSKY, 1997, p.20).

Ou ainda, segundo Bourdieu,

A dominação masculina, que constitui as mulheres como objetos simbólicos, cujo ser (*esse*) é um ser percebido (*percipi*), 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, ou seja, enquanto objetos receptivos, atraentes, disponíveis. [...] Em consequência, a dependência em relação aos outros (e não só aos homens) tende a se tornar constitutiva de seu ser (BOURDIEU, 2012, p. 82).

Isso mostra o quanto o trabalho realizado pelo feminismo configura-se como uma tarefa difícil, principalmente por buscar transformar o estado de naturalização da inferioridade feminina. Sendo assim, não surpreende que as mudanças necessárias demorem a tomar consistência na medida em que há uma enorme estrutura de dominação e um trabalho de reprodução desses pensamentos.

Como afirmam Venturi e Recamán,

Como todo fenômeno de opressão, no entanto, sua reprodução social não ocorreria se não contasse com a internalização dos valores e práticas dominantes por parte dos(as) oprimidos(as). Assim, mesmo tendo como maior reclamação a exploração vivida no mundo doméstico, as mulheres não deixam de expressar opiniões hegemônicas da sociedade da qual fazem parte (VENTURI; RECAMÁN, 2004, p. 23).

Apesar dessas dificuldades, Bourdieu (2012, p.106), também reconhece a importância do feminismo e considera que, através de suas ações, “[...] a dominação masculina não se impõe mais com a evidência de algo que é indiscutível”.

Seguindo essa ideia, Lipovetsky (1997, p. 235) considera que no momento atual,

A variável sexo continua claramente a orientar as existências, a fabricar diferenças de sensibilidades, de itinerários e de aspirações. A novidade não reside no advento de um universo unissexo, mas sim de uma sociedade “aberta”, onde as normas, sendo plurais e selectivas, são acompanhadas de estratégias heterogêneas e de margens de latitude e de indeterminação. Onde outrora as determinações eram mecanicistas, há agora lugar para opções e arbítrios individuais.

Ao longo da história, desenvolveu-se, então, uma visão inferiorizada da mulher em relação ao homem, essa visão estava ligada, muitas vezes, à constituição da mulher como não-sujeito e, em seguida, como sujeito-objeto, como mercadoria. De maneira que, a seguir, serão apresentadas algumas reflexões acerca da influência da publicidade e dos meios de comunicação de massa neste processo.

Inicia-se destacando a diferença da campanha “Chega de Fiu Fiu”, elaborada por uma organização feminista, de outras campanhas publicitárias comuns no país. Várias delas, podendo-se utilizar o exemplo das campanhas de bebidas alcoólicas, estimulam, pelo menos

em parte, a objetificação e a sensualização da mulher, contribuindo para a manutenção de ideais considerados machistas.

Sobressai-se, entretanto, que o objetivo deste trabalho não é tratar a publicidade apenas como a “vilã das mulheres”. Como no caso da “Chega de Fiu Fiu” ela torna-se ferramenta essencial para divulgação de múltiplas ações, como aquelas já descritas, voltadas para o combate ao assédio sexual. Cabe pensar, enfim, na publicidade como uma ferramenta que, dependendo de quem a utiliza, pode servir tanto para a transformação quanto para a manutenção de velhos ideais acerca da mulher.

Poucas pessoas afirmam que as imagens só por si sejam causa de violência ou da objetificação da mulher, embora poucas sustentem também que as imagens não derivem das identidades desiguais que a nossa cultura atribui às mulheres e aos homens, nelas não participem e as não perpetuem (HIGONNET, 1991, p. 424).

As palavras de Passerini (1991) contribuem para esclarecer o objetivo das considerações se seguem:

Não se trata já de acusar a cultura de massas da convivência com um único sexo, mas sim de caracterizar o modo como ela reformula a subordinação das mulheres, graças também aos seus novos comportamentos e modos de pensar. Ao mesmo tempo, admite-se uma função positiva dos meios de comunicação, porque capazes de propor um conjunto de atitudes que os espectadores podem assumir em relação às mulheres (PASSERINI, 1991, p. 385).

1.2.2 Olgas unidas através da arte e da rede

Em contraponto ao que foi exposto anteriormente, algumas ações buscam desvincular a imagem da mulher da ideia de objeto. No caso da organização *Think Olga*, a alternativa encontrada foi a utilização e valorização da arte produzida por mulheres, buscando uma representação feminina mais realista, natural e fiel.

Essas ilustrações servem especialmente para três objetivos principais: como forma de comunicação alternativa (fugindo das imagens produzidas da mídia tradicional); como

incentivo à arte e produção artística das mulheres (sendo importante criar e expressar-se, independente das capacidades individuais) e para criar representações femininas feitas pelas próprias mulheres, ou seja, mais realista. Assim, o desejo da *Think Olga* é “criar conteúdo sobre o universo feminino livre de estereótipo, de linguagem condescendente ou de pressões sociais”²¹.

O feminismo demonstra, nomeadamente, que a violência simbólica é tão fundamental como a violência econômica, denunciando o ostracismo a que são votadas as mulheres e as suas obras desde há séculos, e a confiscação da produção e do controlo da cultura pelos homens, em nome de uma pretensa universalidade (THÉBAUD, 1991, p.311).

Na campanha “Chega de Fiu Fiu” as ilustrações foram produzidas por sete artistas, um homem e seis mulheres, dando-se um incentivo especial à produção artística feminina. Além disso, inúmeras outras ações da organização como, por exemplo, “100 vezes Cláudia” estimulam a produção artística.

Na opinião de Higonnet (1991, p. 425), “à medida que a arte feita por mulheres é mais exposta, publicada e comentada, a arte com que as mulheres se identificam começa a ser, em parte a sua própria”.

Além disso, a internet torna-se ferramenta essencial de divulgação dessas ilustrações e contribui para a efetivação dos objetivos acima listados, como poderá ser visto a seguir.

Dessa maneira, a questão da internet torna-se parte relevante deste trabalho, especialmente, por dois motivos: por ser o meio utilizado para divulgação dos sentidos do feminismo, que propomo-nos analisar em um primeiro momento; e por permitir ao público deixar seu *feedback* sobre a campanha através da publicação de comentários, que propomo-nos analisar em um segundo momento. Mas, são expostas a seguir somente as questões mais constantes no debate sobre a internet.

A título de contextualização, Castells (2005) mostra que

A criação e o desenvolvimento da Internet nas três últimas décadas do século XX forma consequência de uma fusão singular de estratégia militar, grande cooperação

²¹ Disponível em: <<http://www.thinkeva.com.br/#!untitled/ci3k>>. Acesso em: 24 junho 2015.

científica, iniciativa tecnológica e inovação contra cultural. A Internet teve origem no trabalho de uma das mais inovadoras instituições de pesquisa do mundo: a Agência de Projetos de Pesquisa Avançada (ARPA) do Departamento de Defesa dos EUA (CASTELLS, 2005, p. 82).

Assim, a internet representa a expressão fundamental da cibercultura. De acordo com Lévy (1999),

A cibercultura é a expressão da aspiração de construção de um laço social, que não seria fundado nem sobre links territoriais, nem sobre relações institucionais, nem sobre relações de poder, mas sobre a reunião em torno de centros de interesses comuns, sobre o jogo, sobre o compartilhamento do saber, sobre a aprendizagem cooperativa, sobre processos abertos de colaboração. O apetite para as comunidades virtuais encontra um ideal de relação humana desterritorializada, transversal, livre. As comunidades virtuais são os motores, os atores, a vida dispersa e surpreendente do universal por contato (LÉVY, 1999, p. 130).

Compreende-se, dessa maneira, a internet como forma de colaboração, como um espaço de encontro, compartilhamento e invenção, o que está intimamente relacionado ao conceito de inteligência coletiva, também desenvolvido por Pierre Lévy. Ele considera que, obviamente, nenhum de nós pode saber tudo, mas que é possível somar nossos conhecimentos, associando nossos recursos e habilidades (LÉVY, 1999 apud JENKINS, 2009).

Para Lévy (1999, p. 208), o projeto da cibercultura deve ser “permitir que os seres humanos conjuguem suas imaginações e inteligências a serviço do desenvolvimento e da emancipação das pessoas é o melhor uso possível das tecnologias digitais”.

Por conseguinte, através da internet é possível encontrar pessoas com as mesmas afinidades e interesses, voltando-se para projetos comuns, “[...] em um processo de cooperação ou de troca, tudo isso independentemente das proximidades geográficas e das filiações institucionais” (LÉVY, 1999, p. 127).

Além da questão geográfica, essas tecnologias também alteram a relação de espaço e tempo.

[...] o novo sistema de comunicação transforma radicalmente o espaço e o tempo, as dimensões fundamentais da vida humana. Localidades ficam despojadas de seu

sentido cultural, histórico e geográfico e reintegram-se em redes funcionais ou em colagens de imagens, ocasionando um espaço de fluxos que substitui o espaço de lugares. O tempo é apagado no novo sistema de comunicação já que passado, presente e futuro podem ser programados para interagir entre si na mesma mensagem (CASTELLS, 2005, p. 462).

Outra questão muito discutida é o fato de a internet reduzir o controle hegemônico da grande mídia, tornando-se um novo espaço para pessoas que desejam transmitir e produzir sua própria informação. Pelo lado oposto dessa ideia de acesso e democratização, muitos acreditam que a internet também pode aumentar a exclusão, fato que hoje se questiona diante do uso crescente de celulares e internet móvel.

O fato de países e regiões apresentarem diferenças quanto ao momento oportuno de dotarem seu povo do acesso ao poder da tecnologia representa fonte crucial de desigualdade em nossa sociedade. As áreas desconectadas são cultural e espacialmente descontínuas: estão nas cidades do interior dos EUA ou nos subúrbios da França, assim como nas favelas africanas e nas áreas rurais carentes chinesas e indianas. Mas atividades, grupos sociais e territórios dominantes por todo o globo estão conectados, na aurora do século XXI, em um novo sistema tecnológico que, como tal, começou a tomar forma somente na década de 1970 (CASTELLS, 2005, p. 70).

Após esta breve explanação sobre o assunto, seguem alguns exemplos de utilização da internet pela organização *Think Olga*.

Como evidenciado na introdução deste capítulo, a organização *Think Olga* utiliza-se amplamente do meio digital, explorando tanto perfis próprios no *Facebook*, *Pinterest*, *E-mail*, etc. quanto outros *sites* disponíveis na rede, buscando visibilidade e apoio.

Como já abordado, Olga seria, pelo menos em princípio, uma organização independente de partidos políticos, governos ou empresas. No que diz respeito, então, à obtenção de recursos para desenvolvimento de projetos, identificou-se que um deles foi desenvolvido através do site de financiamento coletivo chamado *Catarse*²².

Com o slogan “Tire projetos do papel”, este site possibilita que realizadores de projetos encontrem pessoas dispostas a contribuir com pequenas doações e, dependendo do valor doado, tem direito a determinado tipo de recompensa como camisetas, *posters*, *ecobags*,

²² Site *Catarse* disponível em: <<https://www.catarse.me/pt/hello>>. Acesso em: 20 de set. 2015

etc. Se em 60 dias o projeto conseguir chegar até a meta de arrecadação previamente estabelecida, o valor das doações é efetivamente utilizado para o projeto em questão.

No caso da Olga, o *site* Catarse foi utilizado com o intuito que arrecadar dinheiro para o desenvolvimento do documentário “Chega de Fiu Fiu”, que também faz parte da campanha.

Figura 7 ²³– Print do site Catarse onde está o projeto “Documentário Chega de Fiu Fiu”.



Figura 8 ²⁴– Imagem produzida pela Think Olga agradecendo os financiadores.



²³ Disponível em: <<https://www.catarse.me/pt/videochegadefiufiu?ref=explore>>. Acesso em 18 out 2015.

²⁴ Disponível em: <<https://www.catarse.me/pt/videochegadefiufiu?ref=explore#posts>>. Acesso em 18 out 2015.

O documentário, que acabou tornando-se um longa-metragem diante do grande número de contribuições, é formado por entrevistas e cenas do cotidiano das mulheres nas ruas, gravados com o uso de óculos com uma câmera escondida acoplada, buscando investigar o assédio sexual nos espaços públicos.

Outra possibilidade de divulgação e ampliação da pesquisa sobre o assédio é a ferramenta colaborativa “Mapa do Fiu Fiu”. Essa ferramenta foi desenvolvida com o intuito de mapear os pontos mais críticos de violência contra a mulher no Brasil, permitindo um espaço de denúncia através da internet. As próprias mulheres podem marcar os locais em que foram assediadas ou que presenciaram um assédio, qual o tipo de assédio ocorreu, etc. Deste modo, cada denúncia representa um ponto no mapa e, junto a outros, mostra quais os locais mais perigosos.

Figura 9²⁵ – Página principal do “Mapa do Fiu Fiu”, ferramenta que faz parte da campanha



Sendo assim, a organização *Think Olga* utiliza a internet para discutir e dar visibilidade às pautas feministas, como o assédio sexual em espaços públicos, trazendo à tona um tema que muitas vezes é encoberto ou negligenciado.

²⁵Print da página principal da ferramenta “Mapa do Fiu Fiu”. Disponível em: <<http://chegadefiufiu.com.br/>>. Acesso em: 24 jun. 2015.

2 UM DISCURSO SOBRE O DISCURSO: INTRODUZINDO O MÉTODO DE ANÁLISE

Como escreve Brandão (2004, p. 13), “pode-se afirmar com Maingueneau (1976) que foram os formalistas russos que abriram espaço para a entrada no campo dos estudos linguísticos daquilo que se chamaria mais tarde, discurso”. Apesar disso, continuou-se ainda muito tempo a se estudar a estrutura do texto como nele mesmo e por ele mesmo (BRANDÃO, 2004), não se analisando qualquer aspecto de sua exterioridade.

Da forma como é hoje, a análise do discurso objetiva a realização de leituras críticas sobre o discurso sem pretender, entretanto,

se instituir como especialista da interpretação, dominando “o” sentido dos textos; apenas pretende construir procedimentos que exponham o olhar-leitor a *níveis opacos à ação estratégica de um sujeito* (...). O desafio crucial é o de *construir interpretações*, sem jamais neutralizá-las, seja através de uma minúcia qualquer de um discurso sobre o discurso, seja no espaço lógico estabilizado com pretensão universal. (PÊCHEUX, 1984 apud MAINGUENEAU, 1997, p. 11).

Pelas palavras de Brait (1996, p. 97),

Análise do discurso é o nome comum sob o qual se abrigam, de forma explícita ou implícita, diversos e não homologáveis caminhos do estudo da significação, e de forma mais precisa, os diversos enfoques enunciativos. Essa “tendência” aparece como uma dimensão do estudo da linguagem que tanto pode ser assumida teoricamente por diferentes semânticas, de abrangência frástica ou transfrástica, como pode, ainda, envolver objetos outros além do verbal, dependendo necessariamente do conceito de linguagem aí implicado. As diferentes vertentes que se denominam ou são denominadas “análise do discurso”, pelo fato mesmo de terem de lidar com a linguagem em funcionamento, resguardam a identidade de seu objeto e de sua perspectiva teórica, explicitando o conceito de linguagem aí envolvido ou mantendo-o subentendido, pressuposto, no caminho encontrado para a descrição e a análise (BRAIT, 1996, p. 97).

Ressalta-se que a análise do discurso está inserida em uma ciência maior, a Semiótica, constituindo-se como uma pequena parte dentro desses estudos. Essa ciência, também conhecida como Ciência Geral dos Signos ou Semiologia, foi apresentada pela primeira vez em 1916, por Ferdinand de Saussure, em seu livro *Curso de Linguística Geral*. Segundo

Brandão (2004, p.7), “qualquer estudo da linguagem é hoje, de alguma forma, tributário de Saussure, quer tomando-o como ponto de partida, assumindo suas postulações teóricas, quer rejeitando-as”.

Assim, a Semiótica pode ser compreendida, resumidamente, como a disciplina encarregada de estudar os sentidos dos textos, sendo seu principal intuito “descrever e explicar o que o texto diz e como ele faz para dizer o que diz” (BARROS, 2005a, p. 7).

Convém, neste momento, explicar o que é texto e o que é sentido, afinal estes se constituem como objetos de estudo da Semiótica.

Um texto pode ser compreendido a partir de duas visões diferentes: a primeira o vê como objeto de significação e volta seu estudo para aspectos estruturais do texto, a partir de mecanismos que o formam e dão sentido. Já a segunda visão de texto considera-o como objeto de comunicação e volta-se para a relação dele com aspectos culturais, sociais, históricos e ideológicos (BARROS, 2005a).

Segundo Barros (2005a, p. 7), entretanto, “o texto só existe quando concebido na dualidade que o define – objeto de significação e objeto de comunicação – [...]”, ou seja, a partir de seus aspectos internos (estruturais) e externos (contextuais).

Já em relação ao sentido, Peruzzolo (2015, p. 164) considera que

A questão do sentido está, hoje, comprometida pelas polissemias do uso dessa categoria: por vezes, o termo é usado de modo indiscriminado ao lado de significado ou no seu lugar e, por outras, como designativo de uma especificidade... Em outros lugares, ainda, fica conectado à concepção do que se constitui como valor.

Além disso, é importante observar que,

para a análise do discurso, não existe um sentido *a priori*, mas um sentido que é construído, produzido no processo de interlocução, por isso deve ser referido às condições de produção (contexto histórico social, interlocutores...) do discurso (BRANDÃO, 2004, p. 109).

Voltando para Saussure, não há como negar a importância de suas contribuições e o papel fundamental para o desenvolvimento da Semiótica, especialmente, pela criação da dicotomia entre língua e fala.

Para ele, “[...] a língua é o sistema abstrato, virtual ou potencial, enquanto que a fala é o ato linguístico material e concreto, é o uso que cada indivíduo faz da língua” (BRANDÃO, 2004, p.108). Porém, apesar de seus importantes estudos, certas limitações foram sendo identificadas, principalmente nas questões relativas à fala por esta se tornar secundária dentro da dicotomia proposta, adquirindo menor peso.

Um de seus principais críticos foi o teórico da linguagem russo, Mikhail Bakhtin. Diferente da visão de língua como algo abstrato, sincrônico e homogêneo estabelecida por Saussure, Bakhtin passa a considerar “a língua como algo concreto, fruto da manifestação individual de cada falante, valorizando dessa forma a fala” (BRANDÃO, 2004, p.7). Sendo assim, língua e fala seriam interdependentes e inseparáveis uma da outra, ambas adquirindo a mesma importância.

Além dessa crítica, Bakhtin também foi responsável pela criação da Teoria do Enunciado, trazendo ainda mais contribuições para área. Segundo essa teoria, o enunciado, considerado como expressão coletiva, seria composto por duas partes: uma linguística (verbal) e, outra, que envolve o contexto da enunciação (não verbal). Por conta disso, não bastaria estudar a língua apenas internamente, é preciso analisar o linguístico e o social de forma conjunta, articulando-os (BRANDÃO, 2004).

Essa visão da linguagem como interação social, em que o Outro desempenha papel fundamental na constituição do significado, integra todo o ato de enunciação individual num contexto mais amplo, revelando as relações intrínsecas entre o linguístico e o social. O percurso que o indivíduo faz da elaboração mental do conteúdo, a ser expresso à objetivação externa – a enunciação – desse conteúdo, é orientado socialmente, buscando adaptar-se ao contexto imediato do ato da fala e, sobretudo, a interlocutores concretos (BRANDÃO, 2004, p. 8).

Bakhtin, a partir dessas contribuições, tornou-se precursor dos estudos sobre texto e discurso, influenciando fortemente os estudos sobre a linguística moderna, especialmente através do conceito de dialogia, central em suas pesquisas e aplicado sobre os mais diversos objetos de análise.

A partir das considerações feitas, observa-se que a apreensão do campo da linguística, pode ocorrer de duas formas distintas que, constantemente, geram embates entre estudiosos com diferentes posicionamentos. A primeira, mais rígida, dedica-se ao estudo da língua segundo a perspectiva saussuriana, “a uma rede de propriedades formais” (MAINGUENEAU, 1997, p.11). A segunda, seguindo uma perspectiva bakhtiniana, estuda a língua segundo o entendimento que ela

[...] faz sentido para sujeitos inscritos em estratégias de interlocução, em posições sociais ou em conjunturas históricas. O termo “discurso” e seu correlato “análise do discurso” remetem exatamente a este último modo de apreensão da linguagem (MAINGUENEAU, 1997, p.11).

Em outros termos, a diferença entre Saussure e Bakhtin pode ser compreendida pela passagem “da concepção de signo linguístico como um “sinal” inerte que advém da análise da língua como sistema sincrônico abstrato, passa-se a outra compreensão do fenômeno: à de signo dialético, vivo, dinâmico” (BRANDÃO, 2004, p. 8).

A partir desse período, estudiosos da área deslocam seus estudos para uma perspectiva diferente, sendo o “fenômeno da linguagem não mais centrado apenas na língua, sistema ideologicamente neutro, mas num nível situado fora desse pólo da dicotomia saussuriana. E essa instância da linguagem é a do discurso” (BRANDÃO, 2004, p. 11).

Compreende-se, então, discurso, como “o efeito de sentido construído no processo de interlocução (opõe-se à concepção de língua como mera transmissão de informação)” (BRANDÃO, 2004, p.106). É o discurso que articula e materializa o contato entre o linguístico e o ideológico (o contexto, o social).

Dessa forma, a linguagem passa a ser um fenômeno que deve ser estudado não só em relação ao seu sistema interno, enquanto formação linguística a exigir de seus usuários uma competência específica, mas também enquanto formação ideológica que se manifesta através de uma competência socioideológica (BRANDÃO, 2004, p. 17).

A partir dessa nova concepção de estudo da linguagem, duas perspectivas diferentes sobre a análise do discurso começaram a se delinear, uma mais americana e outra mais europeia.

Segundo Orlandi,

essas duas direções vão marcar duas maneiras diferentes de pensar a teoria do discurso: uma que a entende como uma extensão da linguística (que corresponderia à perspectiva americana) e outra que considera o enveredar para a vertente do discurso o sintoma de uma crise interna da linguística, principalmente na área da semântica (que corresponderia à perspectiva europeia) (ORLANDI, 1986, apud BRANDÃO, 2004, p. 14).

Sendo assim, a perspectiva americana, que vê a teoria do discurso como extensão da linguística, têm o texto “de uma forma redutora, não se preocupando com as formas de instituição do sentido, mas com as formas de organização dos elementos que a constituem” (BRANDÃO, 2004, p. 15). Oposta a essa ideia, está uma tendência europeia que, partindo de uma “relação necessária entre o dizer e as condições de produção desse dizer” (ORLANDI, 1986, apud BRANDÃO, 2004, p.15), coloca a exterioridade como marca fundamental.

As diferenças entre as duas perspectivas também podem ser analisadas a partir das considerações feitas por Gadet²⁶ (1982 apud MAINGUENEAU, 1997, p.16). Segundo ele, as análises do discurso francesa e anglo-saxã são diferentes nos seguintes aspectos:

	AD francesa	AD anglo-saxã
Tipo de discurso	<i>Escrito</i> Quadro Institucional doutrinário	<i>Oral</i> Conversa�o cotidiana comum
Objetivos determinados	<i>Prop�sitos textuais</i> explicac�o - forma Construc�o do objeto	<i>Prop�sitos comunicacionais</i> descric�o – uso Iman�ncia do objeto

²⁶ Quadro com resumo das diferenças entre as duas perspectivas pode ser encontrado no livro “Novas tendências em análise do Discurso” de Dominique Maingueneau (1997, p. 16).

Método	“ <i>estruturalismo</i> ” linguística e história	<i>Interacionismo</i> psicologia e sociologia
Origem	Linguística	Antropologia

Fonte: (GADET, 1982 apud MAINGUENEAU, 1997, p. 16).

Apesar disso,

Quaisquer que sejam as divergências entre estas duas correntes, elas convergem para recusar uma certa concepção da linguagem – aquela que a entende como um simples suporte para a transmissão de informações, em lugar de considerá-la como o que permite construir e modificar as relações entre os interlocutores, seus enunciado e seus referentes (MAINGUENEAU, 1997, p. 20).

Ainda para Maingueneau (1987 apud BRANDÃO, 2004, p.16), a Escola Francesa filia-se à tradição europeia, unindo texto e história em seus estudos. Nos anos 60, passou a articular a linguística, o marxismo e a psicanálise, tornando-se assunto tanto de linguistas quanto de historiadores e psicólogos, ou seja, tornou-se interdisciplinar, ampla e fluida. Assim, ao unir o linguístico com o social e estender-se para outras áreas, passou a variar de acordo com o campo ou Escola no qual está sendo utilizada (BRANDÃO, 2004), tornando-se polissêmica.

O lugar de uma disciplina desta natureza não estava previamente inscrito no campo do saber. Na realidade, é preferível interpretá-la no interior de uma certa *tradição*, como o encontro de uma *conjuntura intelectual* e de uma *prática escolar* (MAINGUENEAU, 1997, p. 9).

Dessa forma, apesar de existirem duas perspectivas principais, percebe-se a existência de uma multiplicidade de análises do discurso, tais como a “[...] análise do discurso de linha francesa, da linguística textual, da análise da conversação, da semiótica greimasiana, para permanecer unicamente em alguns exemplos” (BRAIT, 1996, p. 97).

Outra questão que deve ser destacada sobre a análise do discurso é com relação ao seu objeto. Segundo Maingueneau (1997), se a análise do discurso pode designar praticamente qualquer coisa, isto provém da própria organização do campo da linguística, considerado interdisciplinar e complexo. Por conta disso, há certa dificuldade em se estabelecer um objeto

de estudo bem definido. “Vale dizer que, fazendo variar este ou aquele parâmetro, pode-se construir uma infinidade de objetos de análise. Na realidade, seria melhor questionar o que poderia não ser “discurso” [...]” (MAINGUENEAU, 1997, p.16).

Por essa razão, preceitos da análise do discurso, seguindo a linha francesa, podem ser aplicados para a análise das ilustrações que compõem a campanha “Chega de Fiu Fiu”. Como explicado, as ilustrações também podem ser consideradas discursos na medida em que estes não precisam necessariamente ser orais ou escritos, também podem ser visuais, gestuais ou envolver mais de uma expressão. De tal modo que, através de uma leitura crítica, será possível analisar quais os sentidos de feminismo que são produzidos e veiculados através das ilustrações da campanha, além de compreender aspectos sociais e ideológicos presentes nessas questões.

Após este percurso introdutório, realizado com o intuito de apresentar questões centrais para o entendimento da análise do discurso, verificou-se a necessidade de focalizar certos pontos específicos, tendo em mente a amplitude e complexidade próprias dessa metodologia. Dessa forma, a seguir serão apresentados os conceitos centrais para o desenvolvimento desta pesquisa.

2.1 A HETEROGENEIDADE DISCURSIVA

Ao longo da apresentação da metodologia, destacou-se a passagem dos estudos voltados para a dicotomia entre língua/fala, que tinham o sujeito como homogêneo e única fonte de sentido, para os estudos de questões relacionadas ao conceito de discurso e do sujeito moldado a partir de questões sociais, históricas, ideológicas, etc. Ou seja, de sua relação com o outro e com o mundo.

[...] marcado espacial e temporalmente, o sujeito é essencialmente histórico. E porque sua fala é produzida a partir de um determinado lugar e de um determinado tempo, à concepção de um sujeito histórico articula-se outra noção fundamental: a de um sujeito ideológico. Sua fala é um recorte das representações de um tempo histórico e de um espaço social. Dessa forma, como ser projetado num espaço e num tempo orientado socialmente, o sujeito situa o seu discurso em relação aos discursos do outro (BRANDÃO, 2004, p. 59).

Como afirma Brandão (2004, p. 59), caminha-se também para outra concepção de linguagem, já que “a linguagem não é mais evidência, transparência de sentido produzida por um sujeito uno, homogêneo, todo-poderoso”.

Assim, o sujeito passa a ser pensado a partir da sua heterogeneidade, ou seja, enquanto sujeito portador e formador de discursos também heterogêneos. Um sujeito que interage e divide seu espaço com o outro e, nesse espaço de troca, elabora seu discurso.

Como já afirmava Bakhtin (1992 apud BARROS, 2005b, p. 28) “A alteridade define o ser humano, pois o outro é imprescindível para sua concepção: é impossível pensar no homem fora das relações que o ligam ao outro”. Sendo assim, se o próprio sujeito se molda a partir de sua relação com o outro, seu discurso também passa a ser heterogêneo.

De acordo com Maingueneau (1997), a heterogeneidade presente nos discursos pode ser dividida em dois planos: heterogeneidade mostrada (externa) e heterogeneidade constitutiva (interna).

Apesar das separações aqui feitas, que servem para revelar as duas formas na qual a heterogeneidade se manifesta, deve-se ter claro que há uma relação de estreita dependência entre elas. Assim, apesar de alguns autores afirmarem o primado de uma forma em relação à outra, a heterogeneidade mostrada *no* discurso está intrinsecamente relacionada à heterogeneidade constitutiva *do* discurso.

[...] a primeira incide sobre as manifestações explícitas, recuperáveis a partir de uma diversidade de fontes de enunciação, enquanto a segunda aborda uma heterogeneidade que não é marcada em superfície, mas que a AD pode definir, formulando hipóteses, através do interdiscurso, a propósito da constituição de uma formação discursiva (MAINGUENEAU, 1997, p. 75).

A heterogeneidade mostrada, simplificada, envolve um conjunto de mecanismos como o uso de aspas, negação, imitação, discurso relatado, parafrase, polifonia, ironia e vários outros.

Entre esses mecanismos, optou-se por trabalhar com aspectos de polifonia e ironia, pois se tornam fundamentais para a leitura do *corpus* e para a realização dos objetivos traçados. Ao trabalhar com a presença do outro no discurso, seja de forma clara e explícita, seja de forma implícita, esses mecanismos discursivos permitem identificar várias vozes com

diferentes opiniões sobre o assédio de rua, caso aqui analisado, observando-se os embates gerados entre elas.

Deixa-se claro que muitas teorias e estudos aqui citados, especialmente aqueles desenvolvidos por Bakhtin, apresentam grande riqueza de conceitos. Para compreender sua obra é necessário construir trilhas, relacionar pensamentos e ideias que, na maioria das vezes, não se apresentam de forma tão clara ao leitor.

Esse estudioso desenvolveu, ainda, reflexões muito amplas e não sistematizadas, criando um diálogo com tendências diversas como o neokantismo, fenomenologia, marxismo, freudismo, linguística, etc. (BRAIT, 2005). Essa pluralidade de ideias e o enorme universo científico que envolve sua obra confirmam, uma vez mais, a sua importância, mas também a complexidade de suas reflexões.

Por conta disso, optou-se por utilizar outros autores que possuem domínio e competência suficientes para tratar dessas teorias, já trazendo suas próprias críticas e leituras sobre elas. Assim, autores como Helena Nagamine Brandão, Beth Brait, Diana Luz Pessoa de Barros e José Luiz Fiorin serão utilizados como embasamento teórico para apresentação da polifonia e da ironia, pois extraem o máximo desses mecanismos a partir de um olhar atento e minucioso.

2.1.1 Polifonia

Os estudos sobre o mecanismo de polifonia foram desenvolvidos, especialmente, por dois autores principais: Bakhtin e Ducrot. Apesar de seguirem perspectivas diferentes, ambos apresentam papéis de extrema relevância para o desenvolvimento desses estudos, como poderá ser visto a seguir.

Como afirma Fiorin (2005), Bakhtin analisa a questão da dialogia em seus diferentes ângulos e estuda detidamente suas diversas manifestações, tornando-se conceito central ao longo de toda sua obra. Observa-se, assim, que Bakhtin desenvolve sua teoria voltando-se para a noção de dialogismo, e não de polifonia.

De acordo com Barros (2003), os conceitos de dialogismo e polifonia acabam, muitas vezes, sendo utilizados de forma equivocada e indistinta. Entretanto,

Emprega-se o termo polifonia para caracterizar um certo tipo de texto, aquele em que se deixam entrever muitas vozes, por oposição aos textos monofônicos, que escondem os diálogos que os constituem. Reserva-se o termo dialogismo para o princípio constitutivo da linguagem e de todo o discurso (BARROS, 2003, p.5).

De acordo com Barros (2003), o dialogismo seria, então, característica essencial da linguagem e princípio constitutivo, muitas vezes mascarado, de todo discurso. Ele decorre da interação verbal entre os sujeitos, enunciador e enunciatário no espaço do texto. “Em outros termos, concebe-se o dialogismo como o espaço interacional entre o eu e o tu ou entre o eu e o outro, no texto” (BARROS, 2003, p. 3).

Dessa forma, Bakhtin separa os textos entre aqueles que apresentam “[...] várias vozes a falarem simultaneamente sem que uma dentre elas seja preponderante ou julgue as outras” (BRANDÃO, 2004, p. 62) e aqueles que apresentam somente uma voz que se faz ouvir. Diante desses pressupostos, Bakhtin opõe dialogismo e monologismo.

Esses conceitos foram especialmente aplicados por Bakhtin em romances com o intuito de observar as relações entre autor e personagens. Sendo assim, os romances monológicos são aqueles que “[...] possuem vários personagens, que são sempre veículos de posições ideológicas, para exprimir unicamente uma visão de mundo, uma ideologia dominante, a do próprio autor da obra; [...]” (LOPES, 2003, p. 74). Já os polifônicos são aqueles em que “[...] cada personagem fala com a sua própria voz, expressando seu pensamento particular, de tal modo que, existindo n personagens, existirão n posturas ideológicas [...]” (LOPES, 2003, p. 74).

Pelo exposto, a polifonia também é estudada a partir da compreensão de que o ser humano é inconcebível fora das relações que o ligam aos outros, por esse motivo, para Bakhtin “[...] a palavra não é monológica, mas plurivalente, e o dialogismo passa a ser, no quadro de suas formulações, uma condição *constitutiva* do sentido” (BRANDÃO, 2004, p. 62).

Como um dos pontos mais relevantes dessa teoria, mostra-se que ocorre um processo de dupla dialogização: “uma voltada para os “outros discursos” como processos constitutivos do discurso, outra voltada para o outro da interlocução – o destinatário” (BRANDÃO, 2004, p. 64). Em outras palavras, o dialogismo é concebido como interação verbal entre os sujeitos, no espaço do texto, e como característica do próprio texto.

Segundo Brait (2005, p. 94), “por um lado, o dialogismo diz respeito ao permanente diálogo, nem sempre simétrico e harmonioso, existente entre os diferentes discursos que configuram uma comunidade, uma cultura, uma sociedade”. “Por outro lado, o dialogismo diz respeito às relações que se estabelecem entre o eu e o outro nos processos discursivos instaurados historicamente pelos sujeitos que, por sua vez se instauram e são instaurados por esses discursos” (BRAIT, 2005, p. 95).

Por conta disso, “[...] Bakhtin aponta já as duas diferentes concepções do princípio dialógico, a do diálogo entre interlocutores e a do diálogo entre discursos, pois considera que nas ciências humanas o objeto e o método são dialógicos” (BARROS, 2005b, p. 26). Aqui fica claro, então, a relação da polifonia com a heterogeneidade do discurso.

Com base nessas ideias, Bakhtin considera que “o discurso se tece polifonicamente, num jogo de várias vozes cruzadas, complementares, concorrentes, contraditórias” (BRANDÃO, 2004, p. 65).

É preciso ter cuidado, então, no uso desses termos e dar atenção para as diferenças existentes entre monologia e dialogia x monofonia e polifonia x monofônicos e polifônicos.

Assim, chega-se até Ducrot, que também desenvolve sua teoria polifônica, porém, apresenta uma perspectiva diferente da análise do discurso, pois praticamente desconsidera o aspecto histórico, operando sua teoria em um nível mais linguístico. Ele, então, retira a noção de historicidade defendida por Bakhtin. Apesar disso, seu intuito também é contestar a ideia da unicidade e homogeneidade do sujeito.

Diferente da ideia de que os enunciados estão relacionados a um único autor, Ducrot considera que “há polifonia quando é possível distinguir em uma enunciação dois tipos de personagens, os enunciadores e os locutores” (MAINGUENEAU, 1997, p. 76).

“Por “locutor” entende-se um ser que no enunciado é apresentado como seu responsável. Trata-se de uma ficção discursiva que não coincide necessariamente como o produtor físico do enunciado [...]” (MAINGUENEAU, 1997, p. 76). Pode-se, por exemplo, assinar um documento dizendo “eu declaro [...]” sem, na realidade, ter realmente produzido o texto escrito, ou seja, não ser seu autor efetivo. Além disso, “[...] o locutor se distingue do sujeito falante empírico - o produtor efetivo do enunciado e exterior ao seu sentido” (BRANDÃO, 2004, p. 72).

O locutor é apresentado como responsável pelo dizer, mas não é um ser no mundo, pois trata-se de ficção discursiva. É aquele que fala, que conta, que é tido como fonte do discurso. É a ele que referem o pronome *eu* e as outras marcas da primeira pessoa (BRANDÃO, 2004, p. 72).

Já o enunciador pode ser compreendido como um personagem para um autor. “É a figura da enunciação que representa a pessoa de cujo ponto de vista os acontecimentos são apresentados” (BRANDÃO, 2004, p. 73).

Os “enunciadores” são seres cujas vozes estão presentes na enunciação sem que lhes possa, entretanto, atribuir palavras precisas; efetivamente, eles não falam, mas a enunciação permite expressar seu ponto de vista. Ou seja, o “locutor” põe em cena, em seu próprio enunciado, posições diversas da sua (MAINGUENEAU, 1997, p. 77).

Resumidamente, então, o locutor é aquele que fala, que conta, o enunciador aquele que vê.

2.1.2 Ironia

Voltando a atenção para o conceito de ironia, observa-se que ele também é pensado a partir da perspectiva polifônica.

A ironia constitui-se como um mecanismo discursivo muito complexo que gera ambiguidade, não apresentando, às vezes, marcas que permitam a sua identificação, “é um fenômeno sutil, passível de análises divergentes e cuja extensão é difícil circunscrever” (MAINGUENEAU, 1997, p. 99).

Com efeito, um enunciado irônico faz ouvir uma voz diferente da do “locutor”, a voz de um “enunciador” que expressa um ponto de vista insustentável. O “locutor” assume as palavras, mas não ponto de vista que elas representam. Evidentemente, isto exige que uma marca de distanciamento apareça entre as palavras e o “locutor”; caso contrário, o ponto de vista de “enunciador” lhe seria atribuído (MAINGUENEAU, 1997, p. 77).

Como bem sintetizado pelo autor, “[...] a ironia subverte a fronteira entre o que é assumido e o que não é pelo locutor” (MAINGUENEAU, 1997, p. 98).

O interesse estratégico da ironia reside no fato de que ela permite ao locutor escapar às normas de coerência que toda argumentação impõe: o autor de uma enunciação irônica produz um enunciado que possui, a um só tempo, dois valores contraditórios, sem, no entanto, ser submetido às sanções que isto deveria acarretar (MAINGUENEAU, 1997, p. 100).

Assim, “a peculiaridade da ironia é que, ao propor valores novos, ela não permite que os anteriores se apaguem: deixa-os coexistirem. Essa concomitância de valores opostos e, por vezes, inconciliáveis é sua marca, sua peculiaridade” (CASTRO, 2005, p.128).

Na ironia, ainda,

a palavra tem duplo sentido: volta-se para o objeto do discurso como palavra comum e para um outro discurso. A consideração pelo discurso de um outro implica, na verdade, o reconhecimento do segundo contexto como meio de perceber o significado da ironia (CASTRO, 2005, p.120).

Dessa forma, “o “locutor” coloca em cena um “enunciador” que adota uma posição absurda e cuja alocação não pode assumir: esse distanciamento é marcado por diferentes índices: linguísticos, gestuais, situacionais” (MAINGUENEAU, 1997, p. 98). Por isso, muitas vezes, a ironia atravessa outros elementos textuais como, por exemplo, o uso de aspas, pontos de exclamação, reticências etc. Não obstante, esses elementos podem não estar presentes ou disponíveis, o que confirma ainda mais a complexidade da ironia.

A ironia faz, então, um jogo entre o sentido literal e o sentido figurado. Ela volta-se, constantemente, contra a própria enunciação, trazendo uma ideia oposta entre aquilo que diz e aquilo que realmente quer dizer. “O enunciado irônico é interpretado, então, como uma pluralidade de vozes orientadas no eixo da contrariedade e/ou da contradição” (CASTRO, 2005, p.120).

Pode-se entender o texto irônico (unidade de enunciação do autor + unidade de enunciação do outro) como resultado de uma operação dedutiva de contradição ou contrariedade em que se recupera o elemento pressuposto como a verdadeira expressão da significação (CASTRO, 2005, p.120).

Para aprofundar o estudo sobre a ironia pode-se, ainda, utilizar o panorama elaborado por Beth Brait (1996) composto pelas perspectivas principais acerca deste recurso de linguagem, mostrando proximidades e distâncias entre elas. Seu objetivo principal, através de vias selecionadas para observar a ironia, é situar alguns momentos essenciais para a concepção e compreensão do conceito.

Apesar de apresentar a ironia em diferentes abordagens, ela deve ser vista, segundo as reflexões da autora, como um mecanismo discursivo, fazendo uma relação entre ironia, intertextualidade e interdiscursividade, para abordar a complexidade do discurso marcado pelo humor e pela ambiguidade.

De forma bastante didática, ela utiliza um aparato teórico voltado para autores como Bakhtin, Benveniste, Pêcheux e Authier-Revuz, “como sustentáculos de uma concepção discursiva que visa instituir a ironia fundada na interdiscursividade e seus diferentes mecanismos como estruturadores de texto” (BRAIT, 1996, p. 20).

Ao tratar a ironia sob essa perspectiva, conseqüentemente, acaba-se por envolver questões como a “dimensão ideológica, social, cultural, histórica, quanto pela questão da subjetividade e pela maneira como esses dois aspectos se tornam constitutivos do discurso” (BRAIT, 1996, p. 33).

Como fica claro em seu estudo, o conjunto de pesquisas relativas ao discurso irônico abrange uma multiplicidade de abordagens teóricas, em que a maioria representa tendências dominantes de determinada época, como a filosófica, psicanalítica, sociológica, retórica, literária, estilística, linguístico-pragmática, etc. Por um lado, essa diversidade de trabalhos coloca os autores em situações antagônicas, às vezes polêmicas, por outro lado, alimentam a discussão interdisciplinar e trazem diferentes olhares sobre o mesmo objeto (BRAIT, 1996).

Além das várias abordagens possíveis, a ironia pode se apresentar na forma de discursos verbais ou não verbais. Assim, segue-se a “[...] ideia de que o processo irônico, como elemento estruturador de um texto, pode aparecer sob diferentes formas de linguagem, [...]” (BRAIT, 1996, p. 43).

Destaca-se que o objetivo aqui não é aprofundar cada uma das abordagens, mas deixar claro ao leitor a multiplicidade de estudos e considerações existentes acerca do recurso irônico para, só depois disso, chegar até a concepção de ironia proposta pela autora. Em suas palavras, as principais visões sobre a ironia serão destacadas “com o intuito de servir de ponte

entre a larga tradição do estudo da ironia e a perspectiva discursiva proposta neste trabalho” (BRAIT, 1996, p. 57).

Brait começa suas considerações sobre o percurso histórico da ironia a partir de duas abordagens: a filosófica e a psicanalítica.

Entre os autores que tratam da ironia pela abordagem filosófica, Brait cita grandes nomes como Aristóteles, Hegel, Bergson, Schlegel, entre outros que tratavam a ambiguidade como configuração do riso, do humor, do cômico e da ironia (BRAIT, 1996). Esses autores permitiram a criação de diferentes conceitos de ironia como, por exemplo, ironia socrática, ironia romântica (ligada à literatura e à poesia), ironia como tropo, ironia artístico-filosófica, etc.

Contudo, destaca-se Aristóteles como um dos mais importantes estudiosos do assunto por inaugurar os estudos sobre esse fenômeno.

A postura desenvolvida por Aristóteles em relação à ironia, e que inaugura e marca profundamente o que se entende por “noção tradicional”, poderia ser traduzida como “espécie determinada de disposição e atitude intelectuais próprias de um tipo de homem”. Essa configuração da ironia como atitude tem em Sócrates, como se sabe, o modelo primeiro de comportamento irônico, [...] (BRAIT, 1996, p. 21).

Sendo assim, para Aristóteles, Sócrates é tido como um exemplo de uso da ironia, por isso o termo “ironia socrática”, como se este fosse o responsável por cristalizar, concretizar esse recurso.

Destaca-se que, ao considerar a ironia como uma atitude do ser humano, Aristóteles também acaba por fazer “referência a alguns aspectos que caracterizam a identificam essa forma de discurso” (BRAIT, 1996, p. 23).

Por essa perspectiva, muitos outros autores que se ocupam da ironia socrática deslocam a questão da “atitude” para os procedimentos discursivos que envolvem essa maneira particular de elaborar um diálogo. A forma como Sócrates conduz seu procedimento irônico é, de fato, uma “dialética” no sentido de uma verdadeira arte de dialogar. Através de um jogo de perguntas e respostas, Sócrates vai minando as teses de seus interlocutores, como se pode observar na principal fonte de ironia socrática que são os diálogos de Platão, já que Sócrates nunca escreveu (BRAIT, 1996, p. 23).

De forma que, começa-se a distanciar a ironia da ideia de atitude para focar na questão da construção do discurso.

Em outras palavras,

[...] a ironia pode ser estudada a partir das atitudes filosóficas de Sócrates e da maneira como Platão e Aristóteles interpretaram os diálogos socráticos. A “ironia socrática” pode ser considerada a partir da distinção entre ironia como atitude e ironia como linguagem (BRAIT, 1996, p. 25).

Pode ser interessante ainda, pelas considerações feitas por Bergson (1980 in BRAIT, 1996, p. 35), diferenciar humor e ironia, dois conceitos que talvez possam ser confundidos. A ironia ocorre quando “[...] se enunciará o que deveria ser fingindo-se acreditar ser precisamente o que é. Nisso consiste a ironia”. Já o humor é considerado o inverso da ironia, quando “[...] descreve-se meticulosamente o que é, fingindo-se crer que assim é que as coisas deveriam ser. É o caso do *humor*”. “Ambos são formas de sátira, mas a ironia é de natureza retórica, ao passo que o humor tem algo de mais científico”. É dessa forma que Bergson traz a questão da ironia para um plano linguístico, e não filosófico como anteriormente.

Após passar pela abordagem filosófica, parte-se para o estudo da ironia a partir da psicanálise. “Assim como ao falar em termos filosóficos volta-se eternamente para Aristóteles, quer seja para aceita-lo para retomá-lo ou para contrariá-lo, o mesmo acontece em termos de psicanálise: Freud tem sempre uma explicação” (BRAIT, 1996, p. 43).

Em seus estudos sobre a ironia, Freud leva em conta não somente o locutor e processo de instauração da ironia, mas também o ouvinte, e, obviamente, aspectos produzidos pelo inconsciente.

Para delinear uma definição do discurso irônico, procura demonstrar que o ironista diz o contrário do que quer sugerir, mas que insere na mensagem um sinal que, de certa forma, previne o interlocutor de suas intenções. Sugere, também, que o receptor da mensagem não só está pronto para descodificar o contrário do que é dito, como extrai seu prazer justamente no fato de a ironia lhe inspirar um esforço de contradição, de cuja inutilidade ele logo se dá conta (BRAIT, 1996, p. 44).

Além das abordagens filosófica e psicanalítica, Brait também traz a abordagem pragmática para seu percurso por considerar que essa também fornece elementos para se discutir o assunto. Nessa perspectiva, o fenômeno da ironia também recebe grande destaque seguindo a ideia de tropo, como figura de expressão por oposição (BRAIT, 1996).

Dentro dos estudos da pragmática, são interessantes os trabalhos desenvolvidos por Catherine Kerbrat - Orecchioni (1978, 1980 apud BRAIT, 1996) que desenvolve a ideia da ironia formada por três componentes centrais: o ilocutório, o linguístico e a actancial.

O primeiro diz respeito à ironia como atividade dupla, porque descreve uma ação do locutor e, em seguida, realiza essa ação por meio da enunciação. No segundo, o componente linguístico, a autora estabelece uma distinção entre ironia e mentira,

A presença ou a ausência do índice exhibe discursivamente a relação que se estabelece entre emissor e receptor: no caso da mentira, o enunciador desqualifica o enunciatário, enganando-o; no caso da ironia, o enunciador qualifica o enunciatário como capaz de perceber o índice e participar da construção da significação irônica (BRAIT, 1996, p. 50).

Por fim, no componente actancial, a agressão surge como uma espécie de propriedade da ironia, ocorrendo como um processo triangular que envolve um locutor, um ouvinte e um alvo ou vítima desse discurso (BRAIT, 1996), ou seja, “[...] o locutor (A¹) que dirige um certo discurso irônico para um receptor (A²), para caçoar de um terceiro (A³) que é o alvo da ironia” (BRAIT, 1996, p. 62).

Brait (1996) ainda trata a ironia em relação à literatura, onde este mecanismo funciona como princípio de estruturação de um texto e como forma de caracterizar o estilo e a visão de mundo de autores.

Existem ainda outros pontos, constantemente retomados nas diferentes perspectivas que estudam a ironia, que merecem atenção. Em meio a esses pontos estão as diferenças e semelhanças entre ironia, sátira, humor, cômico, paródia, risos, etc. (BRAIT, 1996).

Uma das possibilidades de observar esses conceitos, seguindo as ideias de Denise Jardon, é considerar que fazem parte dos “tipos de discursos cômicos”, com base em uma perspectiva voltada para a abordagem linguística (JARDON, 1988 apud BRAIT, 1996, p. 58).

Por outro lado, pode-se pensar a ironia

[...] como um discurso que através de mecanismos dialógicos oferece-se basicamente como argumentação indireta e indiretamente estruturada, como paradoxo argumentativo, como afrontamento de ideias e de normas institucionais, como instauração polêmica ou mesmo como estratégia defensiva (BRAIT, 1996, p. 58).

Após percorrer diferentes autores e perspectivas que tratam da ironia, principalmente com o intuito de explorar o conceito e “como forma de aprendizado, reflexão e problematização e, ao mesmo tempo, como estratégia para a configuração de uma proposta discursiva [...]” (BRAIT, 1996, p. 96), Brait se encaminha para desenvolver uma perspectiva discursiva de ironia.

[...] parece revelar que a ironia é produzida, como estratégia significativa, no nível do discurso, devendo ser descrita e analisada da perspectiva da enunciação e, mais diretamente, do edifício retórico instaurado por uma enunciação. Isso significa que o discurso irônico joga essencialmente com a ambiguidade, convidando o receptor a, no mínimo, uma dupla decodificação, isto é, linguística e discursiva. Esse convite à participação ativa coloca o receptor na condição de co-produtor da significação, o que implica necessariamente sua instauração como interlocutor (BRAIT, 1996, p. 96).

Para Brait, resumidamente, essa perspectiva discursiva da ironia, que ela toma como mais adequada para o estudo desse recurso, é uma combinação de diferentes elementos. Assim,

Necessariamente, aos conceitos de subjetividade, intersubjetividade, interação, conhecimentos partilhados, convivência, aspectos ligados ao comprometimento que caracteriza os sujeitos envolvidos em um procedimento irônico, juntam-se elementos linguístico-discursivos particulares, concretizados no jogo existente entre as sedimentações do uso e as deformações que lhe são infligidas. A dupla leitura mobilizada por um enunciado irônico envolve formas de interação entre os sujeitos, bem como a relação com o objeto da ironia e com as estratégias linguístico-discursivas que põem em movimento o processo (BRAIT, 1996, p. 105).

Dessa forma, a ironia acontece quando o ironista, produtor da ironia, consegue chamar a atenção do seu público e conquistar sua adesão. Essa adesão só é possível no momento em que o enunciador consegue a participação do enunciatário (BRAIT, 1996).

Essa participação é que instaura a intersubjetividade, pressupondo não apenas conhecimentos partilhados, mas também pontos de vista, valores pessoais ou cultural e socialmente comungados ou, ainda, constitutivos de um imaginário coletivo. É a organização discursivo-textual que vai permitir esse chamar a atenção sobre o enunciado e, especialmente, sobre o sujeito da enunciação (BRAIT, 1996, p. 105).

A ironia funciona, então, como um processo discursivo intertextual em que ocorre uma confluência de discursos e de vozes, sugerindo uma variedade de significados e gerando uma dupla leitura.

Na visão de Castro (2005), o texto irônico é capaz de questionar a realidade, desfazer verdades e raciocínios, dessacralizar valores instituídos e desvelar outra face do mundo.

A questão essencial é compreender tanto a ironia quanto a polifonia como formas complexas de mostrar a presença do outro, às vezes de forma explícita, às vezes de forma implícita.

Ao longo deste capítulo, buscou-se, então, revelar que é dentro de uma visão dialógica e dos fenômenos da heterogeneidade discursiva que estão inseridas as questões sobre a polifonia e ironia, dois aspectos centrais deste trabalho. Percebe-se também a riqueza e complexidade destes conceitos na medida em que vários autores, a partir de diferentes abordagens, buscam desvendá-los.

2.2 EFEITOS DE SENTIDO E PERSUASÃO

Destacou-se, até agora, os conceitos de ironia e polifonia para a análise dos sentidos do feminismo nas ilustrações da “Chega de Fiu Fiu”, entretanto, há um segundo momento de análise em que se busca compreender o processo de persuasão da campanha que estimula os internautas a deixarem seus comentários.

Neste ponto, é essencial apresentar o que se entende por sentido, uma questão vital em ambos os momentos de análise que ainda não foi tratada. Entre os estudos existentes sobre sentido, trata-se aqui das ideias desenvolvidas por Peruzzolo (2015), seguindo a Teoria da Comunicação e dos Efeitos de Sentido.

Através de um viés bastante filosófico, o autor considera sentido como “[...] estados do desejo, que são ações e paixões dos corpos no agenciamento de seus devires” (PERUZZOLO, 2015, p. 262), sendo o devir a realização de potencialidades da própria vida numa corporeidade (PERUZZOLO, 2015).

Em outras palavras, “o sentido é assim referido à realização das finalidades – intencionalidade – do ser humano. Este é uma corporeidade, cujo organismo vivo se confunde com o viver” (PERUZZOLO, 2015, p. 262).

De maneira mais clara, o que o autor diz é que sentido é o fundamento da vida e da atividade humana através de experimentações do mundo, são impulsões de ser do homem. Dessa forma, a vida é governada pelos sentidos que vivenciamos através de nossas experiências. Nessas condições de produção de sentido está a posição sociocultural dos sujeitos comunicantes, e a ação do analista é fazer migrar, fazer circular tais sentidos, não enclausura-los.

Assim, compreende-se que sentido não é algo concreto, uma coisa que possa ser definida de forma exata, por outro lado, não é tão abstrato a ponto de ser incompreensível.

Segundo afirma Peruzzolo (2005), os sentidos não estão nas mensagens ou nos textos, estão nas relações que estabelecemos uns com os outros, assim, os textos não contêm os sentidos, apenas permitem a manifestação deles. Sendo a forma como os sujeitos se utilizam da língua, tornando-a linguagem, que edifica os sentidos.

O autor considera, ainda, que

A comunicação precisa do sentido para constituir-se, isto é, fazer-se relação e, assim, desenvolver-se; e o sentido, em sua operacionalização, depende da representação dinamizada para comunicar-se, pois, as relações de comunicação são instâncias portadoras de intencionalidades e, portanto, de sentidos. Assim que é certa resposta que define a comunicação, bem como define o sentido (PERUZZOLO, 2015, p. 264).

Ainda dentro desses questionamentos, cabe trazer a questão dos efeitos de sentido que não podem ser compreendidos sem considerar suas condições socioculturais de produção.

Para o autor, o efeito de sentido envolve três instâncias: “sujeito, objeto e texto, isto é, do sujeito na sua relação com um objeto, expressa em proposições” (PERUZZOLO, 2015, p. 285).

Portanto, a produção de efeitos de sentido não se fecha no domínio de quem toma a iniciativa no dizer. Embora o texto produzido somente possa aflorar do que é a intencionalidade humana, principalmente daquelas formas consagradas nas vivências culturais, cada sujeito, que entra no agenciamento discursivo, aí chega com sua carga coletiva e individual de interesses e desejos. É por isso que, na busca do efeito de sentido, fala-se da verdade do texto, que não é a verdade do que são existencialmente as coisas e, sim, os intuítos dos sujeitos de enunciação. Estes querem fazer prevalecer o que é valor (para cada um deles) na busca de seus devires. Daí os cuidados estratégicos de persuasão e leitura de um discurso (PERUZZOLO, 2015, p. 285).

Já com relação aos processos de persuasão e interpretação, “[...] envolvem sistemas de valores, do enunciador e do enunciatário, que, como afirma Bakhtin, participam da construção dialógica do sentido” (BARROS, 2003, p. 3).

Assim, efeitos de sentido são acontecimentos incorporais, ou seja, sua significação não está nas coisas, mas resulta da colocação delas em formas culturais e discursivas (PERUZZOLO, 2015).

Processar análise dos efeitos de sentido produzidos por um discurso é procurar os valores de orientação existencial, as intencionalidades escondidas por debaixo dos significados declarados na fala (e outras formas de comunicação). Dito de outra maneira é fazer aparecer o querer dizer intencional no dizer declarado. Nesse aspecto, a produção do sentido é sempre uma proposição virtual. (PERUZZOLO, 2015, p. 284).

Utilizar as noções de efeitos de sentido e persuasão permitem, como já demonstrado, pensar o que está colocado dentro das falas dos sujeitos, quais suas intencionalidades, objetivos, intuítos através daquilo que dizem. Permite, ainda, observar as relações que os enunciadores buscam estabelecer com os enunciatários.

É por eles [os sentidos] que os sujeitos se interinstituem um em face dos outros. Fazendo suas escolhas no modo de significar-se, os sujeitos humanos fazem exibição de si (e se escondem) diante dos outros. De modo que seus discursos são estratégias de vida e constituição de si, na medida em que o sentido, que deu ao seu viver, faça sentido (PERUZZOLO, 2015, p. 284).

Por fim, como já dizia Bakhtin (1997 apud PERUZZOLO, 2015, p. 282), no momento em que um sentido toca o outro, “estabelece-se entre eles como que um diálogo que supera o caráter fechado e unívoco inerente ao sentido e à cultura considerada isoladamente”.

Para uma melhor sistematização da análise, optou-se por dividi-la em dois momentos: primeiro uma análise das ilustrações da campanha, através de aspectos da polifonia e ironia e; em um segundo momento, análise dos comentários publicados pelos leitores do site com o intuito de compreender o processo de persuasão e os efeitos de sentido que ali circulam. Portanto, será possível, por fim, compreender os sentidos do feminismo presentes na campanha.

3 ANALISANDO AS VOZES DE OLGA

Como frisado ao longo deste trabalho, objetiva-se analisar como são construídos e veiculados sentidos do feminismo na campanha “Chega de Fiu Fiu” e como se dá o processo de persuasão, fazendo com que internautas do site passem a compartilhar suas ideias e opiniões através de comentários. Dessa forma, optou-se por sistematizar a análise em dois momentos distintos.

Inicialmente, serão aplicados os mecanismos de polifonia e ironia nos textos verbais e visuais que compõem os discursos das ilustrações, buscando perceber as estratégias de construção e veiculação dos sentidos do feminismo. As ilustrações serão analisadas individualmente, sendo indicadas de acordo com seus determinados números. Entre o total de 20 ilustrações sobre a campanha “Chega de Fiu Fiu”, disponíveis no *site* Olga, quatro foram escolhidas para análise, todas desenvolvidas por Gabriela Shigihara.

Em seguida, serão analisadas as estratégias de persuasão para compreender a interação e identificação dos internautas com a campanha. Essa parte do *corpus* compõe-se de um recorte de comentários publicados no *site* Olga, coletados especificamente da aba “Chega de Fiu Fiu”²⁷. Os 307 comentários disponíveis tiveram início em 30 de julho de 2013 e foram até 02 de fevereiro de 2014. Entre estes, foram escolhidos aqueles que se referem mais diretamente as artes, citando trechos ou fazendo comentários de ilustrações específicas. Observa-se que o site, após passar por modificações no layout, está fechado para comentários, mas ainda disponibiliza os antigos.

Parte-se agora para a etapa de análise das ilustrações, buscando analisar como elas são pensadas para disseminar determinados aspectos do feminismo e questões relativas ao assédio sexual de rua.

3.1 AS VOZES POLIFÔNICAS E IRÔNICAS NAS ILUSTRAÇÕES DE OLGA

Começando pelo conceito de polifonia, é necessário retomar algumas questões que já foram apresentadas no segundo capítulo.

²⁷ Disponível em: <<http://thinkolga.com/chega-de-fiu-fiu/>>. Acesso em 29 out. 2015.

Em suma, o dialogismo, conceito desenvolvido por Bakhtin, configura-se como uma propriedade ou característica intrínseca ao discurso. A polifonia, por sua vez, constitui-se como um mecanismo para reforçar e exteriorizar ainda mais essa característica dialógica, referindo-se aos textos em que se podem perceber muitas vozes; diferente dos monofônicos, aqueles que escondem os diálogos que os constituem fazendo aparecer somente uma voz que se faz ouvir (BARROS, 2003).

Sendo assim, todo texto é constitutivamente dialógico, podendo ser polifônico ou monofônico, dependendo da estratégia que se decide utilizar.

Voltando a atenção para o conceito de ironia, observa-se que ele também é pensado a partir da perspectiva polifônica.

Como já dito por Maingueneau (1997), a ironia configura-se por sua ambiguidade, envolvendo valores contraditórios, que geralmente apresentam-se implícitos no texto. Na ironia, o “locutor” coloca em cena um “enunciador” que adota uma posição absurda e cuja alocação não pode assumir (MAINGUENEAU, 1997). Por isso, inúmeras vezes, a ironia atravessa outros elementos textuais como, por exemplo, o uso de aspas, pontos de exclamação, reticências etc.

Começando a análise das ilustrações, é interessante perceber como a **polifonia** está construída na **figura 10**.

Figura 10²⁸ – Ilustração 1 da campanha “Chega de Fiu Fiu”, por Gabriela Shigihara.



²⁸ Disponível em: <<http://thinkolga.com/cheга-de-fiu-fiu/artes/>>. Acesso em: 02 set. 2015.

Neste caso, o discurso do assediador aparece representado pela palavra “gostosa!” construída a partir de signos como caveira, bomba e outros símbolos abstratos colocados dentro de um balão de fala, riscados por um “X” na cor vermelha, demonstrando que este é um discurso que deve ser rejeitado.

Além disso, a mulher representada na figura 10 aparenta estar descontente com a fala que surge ao fundo, e sua opinião e resposta ao assédio estão representadas pelo gesto do dedo balançando, sinal tradicional de negativa. De forma sutil, os traços colocados ao redor do dedo podem representar tanto esse movimento de “vai e vem”, no sentido de negação e recusa, quanto servir para representar aspas, ou seja, a sua opinião negativa sobre o assédio.

Com relação à **ironia** construída na **figura 10**, ela não se apresenta tão intensamente como nas outras. Neste caso, percebe-se que o assunto é tratado com seriedade e firmeza, pois a mulher representada está com uma expressão séria e aparentemente insatisfeita com algo. O texto “Caminhar por um espaço público não torna meu corpo público” traz de forma direta a ideia de que não é correto assediar uma mulher, assim como qualquer outra forma de violência ou desrespeito.

Assim, nessa imagem, a ironia é reduzida para que a posição da organização seja transmitida de forma clara e pontual, mostrando que o fato de caminhar pelas ruas não permite que sejam aceitos comentários obscenos ou pejorativos, toques, assovios, etc.

Passando para a **figura 11**, destaca-se que a **polifonia** é intensificada pelo uso de aspas, igualmente mecanismo de heterogeneidade discursiva.

Figura 11²⁹ – Ilustração 2 da campanha “Chega de Fiu Fiu”, por Gabriela Shigihara.

²⁹ Disponível em: <<http://thinkolga.com/cheega-de-fiu-fiu/artes/>>. Acesso em: 02 set. 2015.



Nesse caso, as aspas contribuem para separar a opinião do assediador, expressa na frase “Tem mulher que gosta”, da opinião da assediada, ou seja, vozes e consciências independentes e distintas que representam diferentes pontos de vista sobre o assédio de rua.

Destaca-se ainda na figura 11 a característica dialógica. Na imagem é possível perceber uma referência ao “jogo” de roleta russa, que consiste em deixar só uma bala no revólver, girá-lo, apontá-lo e apertar o gatilho, trazendo grandes riscos para a própria vida ou de outros; além de uma referência ao jogo de tiro ao alvo.

De forma que, essa figura está referindo-se aos assédios que são destinados aleatoriamente a qualquer mulher na rua, independente de sua roupa, aparência, etc., como representado pelas nove mulheres da ilustração.

Além disso, esta é a única figura em que o fundo destoa dos outros, ao invés de uma espécie de mancha, este se constitui por um círculo em espiral, referente ao alvo a ser acertado, a questão é que neste caso o alvo pode ser qualquer lugar e não o centro, como geralmente ocorre nos jogos de tiro ao alvo.

Pode-se também levar em conta que na analogia com esses jogos, seguindo uma perspectiva feminista, as mulheres sempre sairiam perdendo, fazendo com que elas sintam desprazer em relação aos homens que as assediam.

De modo que, o que pode parecer uma brincadeira, elogio ou aventura para muitos homens, fazendo-se uma metáfora aos perigos de determinados jogos, refere-se justamente a algo que não é considerado como brincadeira pelas mulheres e pode trazer consequências sérias.

Esse parece ser um dos principais sentidos construídos na campanha “Chega de Fiu Fiu”, mostrar o quanto o assédio é algo indesejado, desrespeitoso e que faz as mulheres sentirem-se com medo.

Com relação à **ironia** presente na **figura 11**, é possível perceber o jogo entre o não assumido X o assumido, ou seja, assume-se falsamente o discurso do assediador com o intuito de debochá-lo, ironizá-lo.

No caso da figura 11, a frase “Tem mulher que gosta” é fortemente ironizada pela sequência “não dá pra brincar de roleta russa até achar o alvo”, mostrando o quanto essa é uma posição absurda e em desacordo com os valores e lutas do feminismo.

Uma questão bastante implícita nessa ilustração é que o trecho “até achar o alvo” dá a entender que existe algum alvo a ser acertado, ou seja, não significa que absolutamente nenhuma mulher possa gostar de ser assediada, mas que, na maior parte das vezes, isso é altamente incômodo para a maioria das mulheres. Esse é um exemplo concreto dos sentidos ambíguos que a ironia pode causar, seja consciente ou inconscientemente.

Neste ponto, cabe retomar as considerações de Bergson (1980 in BRAIT, 1996, p. 35), acerca das diferenças entre humor e ironia. A ironia ocorre quando “[...] se enunciará o que deveria ser fingindo-se acreditar ser precisamente o que é. Nisso consiste a ironia”. Ou seja, fala-se o contrário do que se quer sugerir. Já o humor é considerado o inverso da ironia, quando “[...] descreve-se meticulosamente o que é, fingindo-se crer que assim é que as coisas deveriam ser. É o caso do humor”.

Assim, percebe-se nas ilustrações da “Chega de Fiu Fiu”, de forma geral, que o mecanismo de ironia é bem mais intenso que o humor, até mesmo por tratar de um tema sério, que envolve questões como cidadania e segurança pública, buscando conscientizar as pessoas sobre um problema social. Por isso, como já mostrado na figura 10, expôs-se forma bastante explícita a discrepância do assédio sexual em uma época em que se busca igualdade e respeito entre os sexos.

Dando sequência à análise, chega-se até a **polifonia** da **figura 12**. Neste caso as aspas também são utilizadas para reforçar a polifonia, entretanto, o trecho “Uau, ele assobiou pra mim, agora eu vou dar mole!” refere-se, diferentemente das outras figuras, ao discurso irônico da mulher assediada, e não ao discurso do assediador.

Figura 12³⁰ - Ilustração 3 da campanha “Chega de Fiu Fiu”, por Gabriela Shighihara.



Assim, neste caso, a frase entre aspas refere-se a um discurso que não seria assumido por nenhuma mulher, pois segundo os ideais da campanha, nenhuma delas sente-se elogiada ou feliz por receber discursos ofensivos ou obscenos vindos de desconhecidos. Essa ideia também é reforçada pelo uso da indicação “- disse NINGUÉM”, isto é, nenhuma mulher teria esse pensamento.

A questão da polifonia, além de mostrar as ideias divergentes, também pode envolver a intensidade das vozes que se apresentam nas imagens.

Na figura 12, o trecho “NINGUÉM” está representado em maiúsculas, o que passa a ideia de um tom de voz mais alto e firme, diferente das outras frases em letra cursiva que dão ideia de continuidade. Estas características da palavra "NINGUÉM" igualmente apontam para um indicativo polifônico evidente das vozes do feminismo.

Na figura 12, o dialogismo também aparece de forma intensa e está relacionado ao uso de um discurso de origem mitológica, representado no desenho do unicórnio.

Esse animal fictício representou diversas coisas ao longo da história, mas ficou mais conhecido como símbolo de pureza, castidade e da força. Durante a Idade Média, essa imagem de pureza se espalhou pela religião cristã³¹. Além disso, os unicórnios não

³⁰ Disponível em: <<http://thinkolga.com/cheга-de-fiu-fiu/artes/>>. Acesso em: 02 set. 2015.

³¹ Qual é a simbologia do unicórnio? Disponível em: <<http://mundoestranho.abril.com.br/materia/qual-e-a-simbologia-do-unicornio>>. Acesso em 12 nov. 2015.

conviveriam com os homens e só poderiam ser capturados por mulheres, submetendo-se e seduzindo-se facilmente pelas virgens³².

Dessa forma, o desenho do unicórnio em conjunto com o discurso irônico “Uau, ele assobiou pra mim, agora eu vou dar mole!” tem o intuito de mostrar que o interesse das mulheres pelas “cantadas” de rua é tão surreal e fictício quanto o animal mitológico, por isso a referência ao final: “- disse NINGUÉM”. Assim, tanto a palavra “ninguém” quanto o unicórnio representam essa mulher inexistente, a que gostaria de ser assediada.

A **ironia** na **figura 12** está construída a partir do uso do unicórnio, animal mitológico e fictício juntamente com a expressão “- disse NINGUÉM”, reforçando ainda mais a ideia de um discurso absurdo não assumido pelas mulheres. Esse só é falsamente assumido com o objetivo de desconstruí-lo.

Nesse momento, é útil lembrar o que Brait (1996) considera sobre o mecanismo irônico. Segundo ela, a ironia pressupõe conhecimentos partilhados, mas também pontos de vista, valores pessoais e valores cultural e socialmente comungados ou, ainda, constitutivos de um imaginário coletivo. Além disso, como tratado por autores expostos no segundo capítulo, a ironia faz com que o receptor do discurso irônico desenvolva uma ação interpretativa e decodificativa da mensagem, exigindo dele certo esforço e uso de seus conhecimentos anteriores, podendo distinguir a ironia do humor ou da mentira.

Dessa forma, a figura 12 é um exemplo claro da exigência de conhecimentos e valores compartilhados, assim como, de um esforço interpretativo.

Por fim, na **figura 13**, a **polifonia** apresenta várias características já demonstradas nas outras ilustrações. Destaca-se nela o trecho “SUA MÃE NÃO!”, que está colocado em letras maiúsculas, acentuando a voz que é ativada no discurso, uma forma de rejeição ao que costuma aparecer como algo natural e aceito.

Figura 13³³ – Ilustração 4 da campanha “Chega de Fiu Fiu”, por Gabriela Shigihara.

³² Unicórnio. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/mitologia/unicornio/>>. Acesso em 12 nov. 2015.

³³ Disponível em: <<http://thinkolga.com/cheega-de-fiu-fiu/artes/>>. Acesso em: 02 set. 2015.



Nessa figura há a representação de um braço masculino, bastante musculoso, referindo-se a um homem forte e másculo. Ao mesmo tempo, há uma tatuagem, composta por um coração e a palavra “Mamãe”, mostrando ser um homem sensível que ama muito sua mãe. O desenho da tatuagem é, assim, um forte traço irônico nessa ilustração.

Assim, na figura 13 o texto “Você acha que gritar ‘ô gostosa’ na rua é elogio?” “SUA MÃE NÃO!” refere-se à tentativa de mostrar que nenhuma mulher se interessa por esse tipo de abordagem e sentiria vergonha de ver seu marido, filho, etc. tendo essa atitude.

Ainda na **figura 13** as aspas contribuem tanto para a polifonia quanto para a **ironia**, separando, em uma mesma frase, o discurso assumido e não assumido, assim como os valores contraditórios. Utilizando o exemplo da frase “Você acha que gritar ‘ô gostosa’ na rua é elogio?”, mostra a presença conjunta de duas posições antagônicas separadas pelo uso de aspas, facilitando a compreensão por parte do receptor.

Como mostrado por Castro (2005), o texto irônico é capaz de questionar a realidade, desfazer verdades e raciocínios, dessacralizar valores e desvelar outra face do mundo. Dessa forma, considera-se que tanto a ironia quanto a polifonia foram mecanismos discursivos utilizados estrategicamente na campanha “Chega de Fiu Fiu” para atender esses objetivos descritos por Castro.

Através da construção e divulgação das ilustrações, bem como a colocação de um jogo de vozes que admitem diferentes opiniões e práticas com relação ao assédio de rua, a organização *Think Olga* buscou transformar uma realidade social que considera indigna, buscando a segurança das mulheres em todos os espaços e contextos. Conclui-se, então, que

foi através do processo de construção do discurso das ilustrações que a *Think Olga* buscou, em contraponto, a desconstrução de discursos e valores vigentes.

É preciso levar em conta que o processo de recepção das ilustrações pode diferir, em certos aspectos, das estratégias discursivas elaboradas pelo produtor. Sabendo-se, entretanto, o quanto esta campanha foi bem aceita e multiplicada pelas redes sociais digitais, leva a entender que os sentidos produzidos, tanto sobre a questão do assédio sexual de rua quanto sobre o feminismo, foram compreendidos pelo público e aceitos por ele. O tópico a seguir foca nesses aspectos.

3.2 AS VOZES EM COMENTÁRIOS: ESTABELECENDO SENTIDOS COM OS INTERNAUTAS DO *SITE* OLGA

Esta etapa volta-se para a compreensão do processo de persuasão e identificação com a campanha a partir da elaboração de determinados efeitos de sentido, além de verificar como se dá a interação com os internautas e averiguar se há correspondência de sentidos entre as ilustrações da “Chega de Fiu Fiu” e as publicações dos internautas no *site*.

A partir dessa estrutura de análise foi possível, então, ir tecendo uma relação entre os efeitos de sentidos produzidos estrategicamente nas ilustrações e o processo de persuasão e identificação que envolveu os internautas, estimulando-os a publicarem seus comentários.

Antes da análise é preciso lembrar algumas considerações de Peruzzolo (2015). Segundo ele, os sentidos não estão nas mensagens ou nos textos, mas nas relações que estabelecemos uns com os outros. Já os efeitos de sentido devem ser considerados a partir de suas condições socioculturais de produção.

Com relação aos processos de persuasão e interpretação, estes “[...] envolvem sistemas de valores, do enunciador e do enunciatário, que, como afirma Bakhtin, participam da construção dialógica do sentido” (BARROS, 2003, p. 3).

Utilizar as noções de efeitos de sentido e persuasão permite pensar no que está colocado dentro das falas dos sujeitos, quais suas intencionalidades, objetivos e intuítos através daquilo que dizem. Permitem, ainda, observar as relações e interações que os enunciadores buscam estabelecer com os enunciatários.

Seguindo essa perspectiva, a campanha “Chega de Fiu Fiu” assume falsa e ironicamente o discurso do assediador com o intuito de debochá-lo e deslegitimá-lo. Esses discursos construídos estrategicamente, de forma irônica e polifônica, ao compartilharem com os receptores sentidos comuns, geraram grande identificação, especialmente por parte das mulheres.

O fato de a campanha receber até hoje a atenção de outras mídias, tanto nacionais quanto internacionais, e desenvolver ações continuadas através de outras campanhas, como a #primeiroassédio, já servem para justificar, em um primeiro momento, que os efeitos de sentido colocados nas ilustrações realmente persuadiram seus leitores e conseguem fazer com que eles compartilhem os mesmos sentidos. Assim, pela aceitação dos sentidos desenvolvidos na produção, geraram-se respostas bastante parecidas e alinhadas com o que foi proposto no discurso visual e textual das ilustrações.

Nessa perspectiva, compreende-se que a produção de efeitos de sentido não se fecha no domínio de quem toma a iniciativa no dizer, pois cada sujeito que entra no agenciamento discursivo adiciona sua carga coletiva e individual de interesses e desejos (PERUZZOLO, 2015).

Entende-se, assim, que este fato ocorreu entre a campanha e os internautas, havendo claramente uma identificação entre eles e o estabelecimento de relações comunicativas, onde as pessoas reconheceram-se com o que estava ali posto e também se apropriaram e reelaboraram o conteúdo, adicionando suas próprias ideias, perspectivas, valores, etc.

Exemplos da identificação e reconhecimento da importância da campanha estão em comentários como os que se seguem. Já no primeiro caso é possível perceber o interesse em contribuir com a disseminação das ilustrações.

Figura 14 – Internauta interessada em contribuir com a divulgação da campanha.

307 comments on “Chega de Fiu Fiu”



Karol

30 de julho de 2013 at 12:55 #

Vim pedir “permissão” pra divulgar essa campanha no meu blog e na fan page dele. Não é tão bombada quanto o thinkolga, mas tenho um público fiel que pode contar histórias interessantes.



Olga

30 de julho de 2013 at 13:36 #

Claro que pode, Karol. A ideia é mesmo espalhar! Obrigada pelo apoio! Um beijo!

Figura 15 – Exemplo de internauta valorizando a campanha.



Lilian

10 de setembro de 2013 at 13:19 #

Ta aí o espaço que sempre busquei! Deixo aqui meus parabéns pela a iniciativa da campanha! As pessoas precisam compreender o limite entre o elogio e agressão verbal, e esta é uma linha muito tênue. Muitas pessoas não sabem ainda dividir o espaço público e (infelizmente) são necessárias campanhas como esta para instigar reflexões e discutir condutas e comportamentos, em que em um mundo de respeito mútuo pareceria tão óbvio.

Dou todo meu apoio a essa ideia!

Abraços

Os elogios com relação à campanha também traziam, em muitos momentos, uma problematização do assunto. O que leva a perceber que a campanha estimulou os internautas a refletirem sobre o assunto.

Figura 16 – Exemplo de internauta que achou “Muito legal essa iniciativa [...]” e trouxe suas considerações sobre o assédio.



Alessandra [REDACTED]

9 de setembro de 2013 at 19:37 #

Muito legal essa iniciativa, inicialmente, parabéns!

Esse tema tem pouco debate no Brasil, mas sempre me interessei pois me incomoda muito ter que pensar no que vestir, o comportamento que se deve tomar quando uma mulher sai de casa. O assédio sexual de rua ou 'street harassment', é algo que incomoda à toda e qualquer mulher. Esse pensamento sórdido de uma parcela de homens que acham esse tipo de comportamento 'um elogio' tem um quê de doença.

Na semana passada, parei pra ouvir a música hit nas rádios 'blurred lines' do cantor Robin Thicke, e é totalmente um hino do estupro e do assédio sexual. Tratando mulheres como objetos sexuais, sem voz e sem poder de defesa. No clipe é possível ver vários momentos em que as modelos, despidas, fazem caras de tristeza sobre os versos da música. Provavelmente, toda mulher já sofreu um tipo de abuso na rua, e, graças a muitas reivindicações ao longo dos anos, algumas mudanças já são vistas, mas mudança total sobre tal assunto, não boto minha mão no fogo que irá se estabelecer uma sociedade sem preconceitos e que veja a mulher como um par igual, INFELIZMENTE.

Mas não custa nada abrir minha boca toda vez que algo me incomoda, e quando eu percebo que meu ponto de vista (igual ao de muitas) deve ser defendido. Quem sabe em gerações futuras (bem distantes dessa em que estamos) a coisa não mude? Assim espero um tratamento digno para minha tatatatatatataraneta..

Conte comigo! 😊

Figura 17 – Internauta considerando que “O movimento “chega de fiufiu” deveria ser muito mais divulgado para homens se colocarem no lugar das mulheres [...]”.



Camilla [REDACTED]

27 de novembro de 2013 at 00:00 #

Em minha opinião, chega de fiu fiu é uma iniciativa melhor do que a queima de sutiãs na década de 70. O movimento deveria ser mais divulgado pois, o texto mostra como realmente as mulheres se sentem quando são assediadas por desconhecidos nas ruas. O fato de uma mulher mostrar suas pernas usando um vestido ou um shorts não autoriza qualquer desconhecido a passar por ela e logo soltar o que talvez ele chame de “elogio” mas que na verdade é uma ofensa. É absurdo uma mulher ter que pensar na roupa que vai sair, que horas vai voltar e por onde vai voltar só por causa do assédio que pode sofrer. Eu mesma posso servir de exemplo. Em um dia de muito calor, sai de casa com um vestido de comprimento médio e, após entrar no ônibus, o motorista me ofendeu. Sim, é uma ofensa você ser assediada até pelo motorista de ônibus. As pessoas não podem respeitar umas as outras até em seus horários de trabalho. Em alguns casos, não precisa nem estar mostrando alguma parte do corpo, sempre tem alguém que vem e fala algo pra você. O movimento “chega de fiufiu” deveria ser muito mais divulgado para homens se colocarem no lugar das mulheres e reverter seus conceitos de elogio pois nenhuma mulher gosta de ser chamada de gostosa só pelo fato de andar desacompanhada na rua.

Também é interessante observar que a campanha gerou interesse não apenas para brasileiros, como no exemplo do comentário que segue.

Figura 18 – Comentário de internauta na Argentina exemplifica a extensão da campanha.



Maka [REDACTED]

2 de abril de 2014 at 01:54 #

Excelente campaña! Excelentes gráficas! Desde Córdoba, Argentina.

Identificou-se que a interação do site ocorreu bem mais intensamente entre os próprios internautas do que entre os internautas e a organização *Think Olga*. Entre os 307 comentários disponíveis sobre a “Chega de Fiu Fiu”, somente dois deles eram vindos da organização. Um deles foi uma resposta ao primeiro comentário publicado e o segundo foi um esclarecimento acerca das dificuldades de mediaras publicações.

Neste sentido, destaca-se o fato de ser possível identificar que a maioria dos comentários apresentava respostas de outras pessoas, ou seja, argumentava-se e debatia-se sobre o que havia sido escrito e, muitas vezes, o mesmo internauta reaparecia para defender sua opinião. A partir do jogo de vozes e efeitos de sentido criados pela “Chega de Fiu Fiu”, os internautas foram estimulados a desenvolver e expor suas próprias ideias.

Destaca-se, igualmente, o fato de tanto homens quanto mulheres publicarem comentários no *site*, assim como pessoas a favor e contra a campanha. Muitos homens mostraram-se interessados no assunto e contribuíram com os debates, fazendo questionamentos, críticas, elogios, etc.

Outra característica interessante foi o fato de existirem poucas palavras pejorativas, a não ser nos momentos em que se buscava descrever as “cantadas” que as mulheres costumam receber nas ruas. Ao contrário dos xingamentos ou discursos de ódio, facilmente identificados em redes sociais digitais, o site apresentava uma discussão extensa sobre o assédio voltada especialmente para a questão da insegurança sentida pelas mulheres nas ruas. A partir da leitura dos comentários, também se chegou à percepção de que o público apresenta um nível razoável de conhecimento, explorando o uso das palavras, metáforas e, principalmente, argumentando.

A configuração do público receptor como um conjunto bastante heterogêneo demonstra que a campanha conseguiu atingir um grande número de pessoas e, da mesma forma que estabeleceu um diálogo entre vozes heterogêneas dentro das próprias ilustrações, acabou por estimular um debate igualmente heterogêneo fora delas, utilizando a ferramenta de publicação de comentários.

Levando-se em conta que processar a análise dos efeitos de sentido é procurar analisar as intencionalidades escondidas por debaixo dos significados, a produção do sentido é sempre uma proposição virtual. (PERUZZOLO, 2015). No caso da “Chega de Fiu Fiu”, esses

sentidos virtuais colocados na campanha concretizaram-se em muitos momentos, como se percebe nos comentários.

Assim, foi interessante observar como cada ilustração, a partir de suas particularidades levantou determinados assuntos, ou seja, os efeitos de sentido colocados nas ilustrações levaram a produção de determinados sentidos por parte dos internautas.

Por exemplo, na figura 10, em que a questão do assédio é tratada de forma mais clara e explícita em que se apresenta a frase “Caminhar por um espaço público não torna meu corpo público”, surgiram comentários igualmente sérios ligados ao debate sobre a forma das mulheres vestirem-se, objetificação e sensualização. Foram utilizadas, por exemplo, as palavras “vitrine”, “mercadoria”, e frases como “Pra que e por que os homens se vêem no direito de exibir sua “opinião” como o corpo alheio?”; “A mulher não é objeto sexual”, etc.

Figura 19 – Exemplo de comentário ligado à figura 10.



Carol

6 de agosto de 2013 at 03:46 #

Espaço público não é vitrine... Para parar e ficar olhando; fazendo comentários sobre como você é uma boa mercadoria.

Figura 20 – Internauta questionando a prática do assédio de rua.

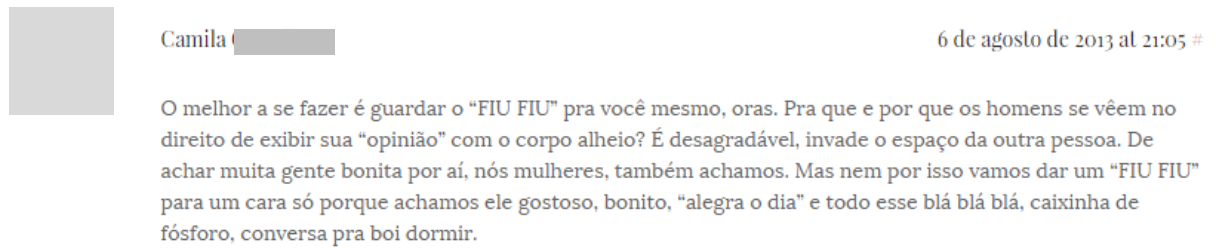


Gabriela

17 de agosto de 2013 at 18:39 #

Não é só um Assédio, é uma falta de RESPEITO. A mulher não é um Objeto Sexual. Não merecemos sermos apontadas e chamadas de diversas palavras que nos ofendem, porque somos esposas, mulheres, mães, solteiras. Temos que ter o direito de NÃO sermos vistas como vaginas deambulantes.
O machismo ofende.

Figura 21 – Internauta questionando “Pra que e por que os homens se veem no direito de exibir sua “opinião” como o corpo alheio?”.



Com relação especificamente à forma das mulheres vestirem-se, houve uma grande quantidade de comentários. A maioria das mulheres defendeu a ideia de que elas devem vestir-se da forma que considerarem melhor, entretanto, muitos homens posicionaram-se de forma mais firme com relação ao tema. Aqui se revela igualmente a diversidade de opiniões.

Figura 22 – Internauta fazendo considerações sobre a forma vulgar como muitas mulheres vestem-se.

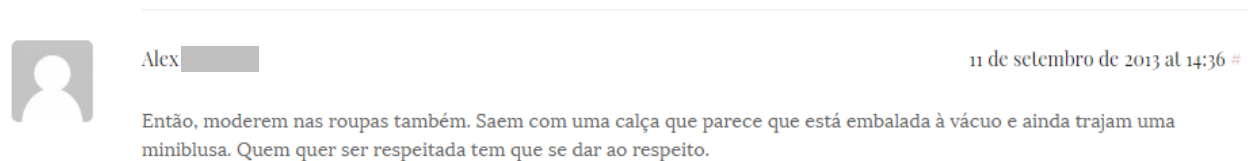
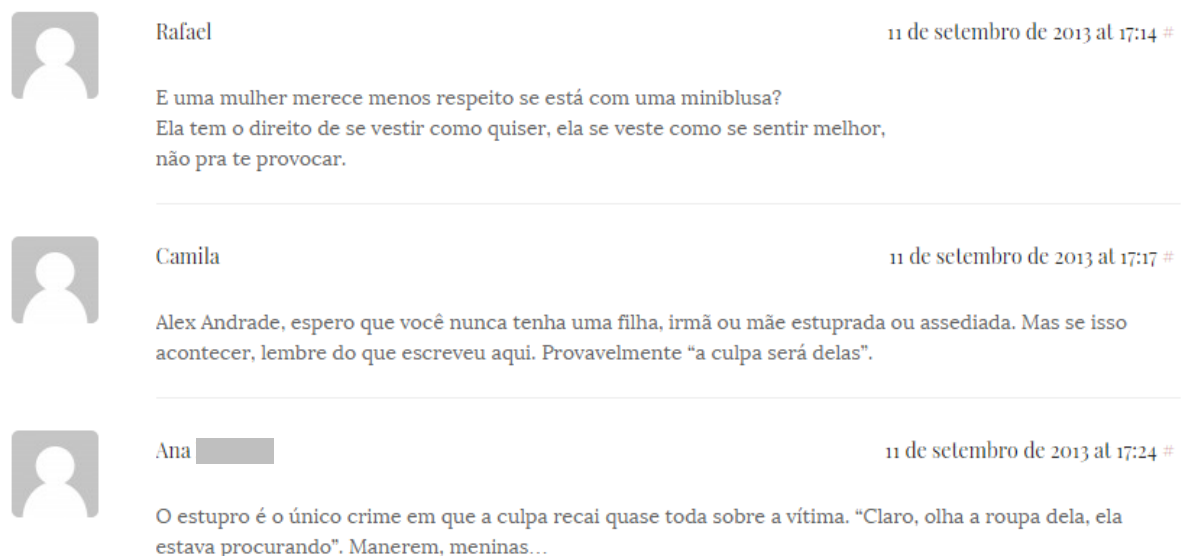


Figura 23 – Exemplo de respostas que seguiram em relação ao comentário a cerca da forma como as mulheres vestem-se.



Com relação à figura 11, referente à roleta russa e a frase “Tem mulher que gosta”, houve um grande debate relativo a mulheres que admitem ou aceitam desse tipo de abordagem, como se pode perceber nos seguintes exemplos de comentários:

Figura 24 – Utilização da frase “Há as que gostam? Sim, e felizmente é uma minoria. Ou espero que seja [...]” faz referência à questão da figura 11.



Paulo O.

10 de setembro de 2013 at 13:10 #

Acho que Dani definiu bem. Há abordagem e há assédio. Alguns caras acham, baseados em algum episódio ímpar em suas vidas, que vão ganhar uma menina bacana com cantada de pedreiro. Há as que gostam? Sim, e felizmente é a minoria. Ou espero que seja. Pelo menos no meu habitat isso não rola.

Figura 25 – Utilização da frase “Se há aquelas que gostam são minoria, não vale, portanto, a falta de respeito com as demais” também referente à figura 11.



Julia

10 de setembro de 2013 at 00:36 #

Eu apostaria que nenhuma mulher gosta de se sentir avaliada quando está na rua. Se há aquelas que gostam são minoria, não vale, portanto, a falta de respeito com as demais.

Outra questão debatida foi a diferença entre o que poderia ou não ser caracterizado como assédio e quais os limites das “cantadas”. Considera-se que esta não foi uma discussão visível nas ilustrações da “Chega de Fiu Fiu” e teria partido, então, por parte dos internautas, especialmente homens, interessados em compreender a opinião das mulheres sobre esses limites e características do assédio. Abaixo seguem exemplos da discussão e das respostas vindas das mulheres.

Figura 26 - Internauta Napoleão levantando o debate sobre qual o limite entre uma “cantada” aceitável e o assédio sexual.



Napoleão

11 de setembro de 2013 at 17:19 #

Peço que as mulheres esclareçam, se possível, se é todo tipo de elogio, cantada, etc., que caracteriza esse assédio, que a elas parece tão nocivo. Ou seja, qual seria o limite entre uma boa cantada e/ou um elogio e o assédio? Grato,

Figura 27 – Internauta dá explicação sobre a diferença entre “cantada” aceitável e assédio.

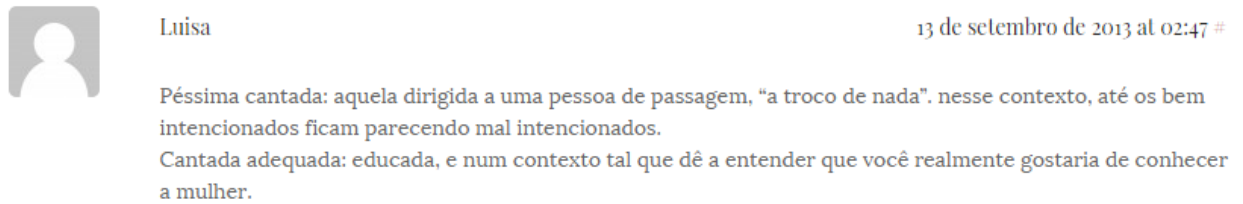


Figura 28 – Exemplo de “ajuda” dada por internauta com relação aos limites das “cantadas”.

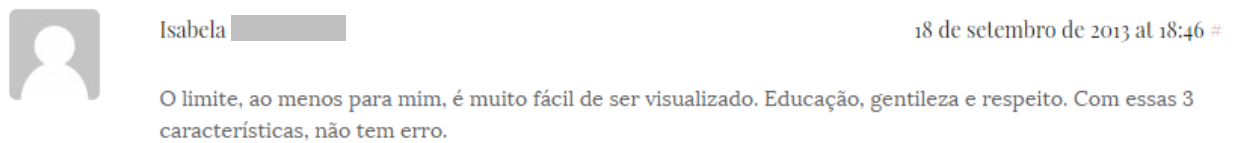
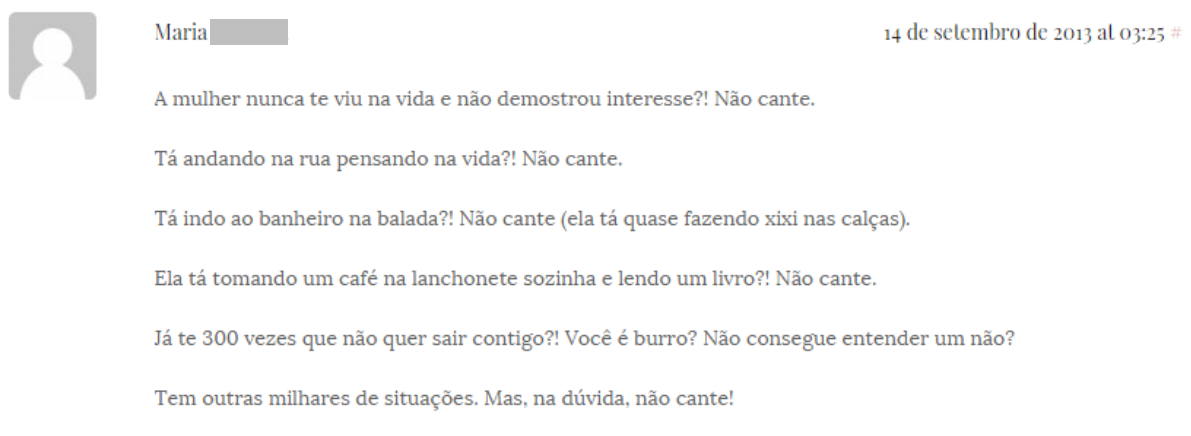


Figura 29 – Exemplo de comentário irônico, como se a diferença fosse óbvia.



Além do debate gerado pelos internautas sobre a forma das mulheres vestirem-se, também apareceram opiniões relativas à aceitação do assédio no caso do assediador ser considerado um homem bonito. Vários desses comentários foram tratados de forma irônica ou humorada. Diferencia-se, entretanto, que os homens aparentaram ser mais humoristas e as mulheres mais irônicas.

Figura 30 – Sequência de comentários acerca da aceitação do assédio no caso do assediador ser considerado um homem bonito

 Felipe  11 de setembro de 2013 at 14:00 #

O Pedreiro: "Fiu Fiu" – Opressor Machista Que Necessita Ser Morto!
Brad Pitt: "Fiu Fiu" – Deus Grego, NOSSA ELE ASSOVIU PARA MIM!

 AK AK AK 11 de setembro de 2013 at 16:49 #


Afinal, todas as mulheres do universo são heterossexuais e solteiras e 24h disponíveis para paquera e o único motivo de se sentir incomodada com assédio e desrespeito em público é o nível de beleza do agressor, certo?

Precisa parar de repetir coisas que você escuta por aí e botar essa cabeça para funcionar por dois segundos e refletir um pouco. Eu mesmo como homem heterossexual muitas vezes me senti desconfortável com o assédio de mulheres atraentes. Mulheres que em outra situação eu provavelmente me interessaria. Mas como uma pessoa normal, assédio/agressão não me dá tesão.

 AK AK AK 11 de setembro de 2013 at 17:18 #


Claro, ainda tem o fato extra de nosso rapaz machista e opressor também ser preconceituoso o suficiente para considerar que um pedreiro não pode ser atraente. Vale lembrar que o citado Brad Pitt já trabalhou fritando hambúrguer.

Figura 31 – Mesmo questionamento levantado por outro internauta acerca da beleza do assediador.

 Rodrigo 12 de setembro de 2013 at 13:38 #

Bom dia moças!! Vou fazer uma pergunta e exijo resposta: Um fiu-fiu do Brad Pitt deixaria vcs enojadas, ultrajadas e com medo de sair às ruas?

Figura 32 – Resposta de uma internauta sobre os comentários da beleza do assediador.

 Simone 13 de setembro de 2013 at 04:11 #

Uai, se o estuprador for bonito deixa de ser estupro? Se for o Brad Pitt a gente não pode reclamar? Que argumento babaca!

Com relação à figura 12, considerada a mais irônica, em que há a representação do unicórnio, foi interessante observar a percepção dos internautas com relação a essa ironia, revelando que os sentidos propostos na construção da ilustração puderam ser percebidos da mesma forma.

Figura 33 – Exemplo claro da compreensão da ironia presente da figura 12.



Bruce

12 de setembro de 2013 às 02:16 #

Entendo a lógica do “deixa de ser burro, vc acha q assobiou e eu vou te dar mole?”, pq é a análise feminina sobre isso. Nao sei explicar pq, mas não é esperando NADA em troca que homem faz isso. É pelo mero prazer da provocação.

Errado, constrangedor e desrespeitoso, sim. Mas só estou avisando que esse argumento usado no post é inválido simplesmente pq parte de um pressuposto equivocado.

Por fim, em relação a figura 13, que apresenta o texto “Você acha que gritar ‘ô gostosa’ na rua é elogio? SUA MÃE NÃO”, a questão familiar esteve bastante presente envolvendo uma discussão aparentemente mais séria e consciente da problemática.

Figura 34 - Internauta relacionando o assédio a questões familiares.



Renato [REDACTED]

9 de setembro de 2013 às 20:50 #

Boa tarde

Acho uma campanha muito válida, pois tenho filha, namorada e enteada... além de irmãs e mãe... A violência contra a mulher, seja ela física ou moral tem que parar... Já fui questionado em minha masculinidade por defender esse tipo de campanha e por ser contra gracejos e cantadas de mal gosto... Não me importo pois sou muito bem resolvido. Hoje em dia é temeroso deixar sua filha sair, ver sua namorada saindo da faculdade tarde e saber que a impunidade defende o marginal e humilha a vítima.

Figura 35 – Debate entre dois internautas relacionado a questões familiares.



JORGE

28 de setembro de 2013 at 19:49 #

Engraçado essa sua abordagem, pois há pouco tempo atrás estava pensando sobre isso. Tenho duas filhas uma de 12 e outra de 10 anos. A mais velha já começa a chamar atenção do sexo oposto. Mesmo que ache repugnante um homem adulto olhando para ela isso é fato, eles olham. Então, houve uma ocasião em que vi ela sendo observada por um cara muito mais velho (de uns 20 anos de idade) e isso me indignou de tal maneira, mesmo que ela não tivesse sido abordada de nenhuma maneira. Mas tirei satisfação com o sujeito. Mas o ponto foi que por esse motivo sendo homem me coloquei pela primeira vez no lugar de uma mulher e percebi como deve ser difícil ser mulher no sentido de desproteção, vejo como ser homem é mais "livre". Não sentimos medo de sermos abordados dessa maneira tão ameaçadora e desrespeitosa e o que é pior aceita pela maioria. Nós homens no máximo que evitamos são lugares por medo de assalto. E vi como deve ser angustiante e medonho para uma mulher ser abordada de uma maneira rude por um homem. E estou completamente a favor da sua iniciativa. Original e completamente legítima.



Priscila

3 de outubro de 2013 at 17:50 #

Fico feliz que você como Homem pode sentir e refletir sobre este assunto. Penso que a maioria dos homens devem passar por esta situação como a tua, para refletir e entender sobre este assunto. tão delicado para as mulheres e tão incompreendido pelos homens. Mais do que parar com o fiiu o sexo masculino deve respeitar o feminino.

Esta etapa voltou-se, então, para a compreensão do processo de persuasão e identificação com a campanha a partir da elaboração de determinados efeitos de sentido, buscando compreender, a partir disso, quais os sentidos percebidos, reelaborados e criados pelos internautas.

Também foi possível perceber as interações que se estabeleceram entre eles, voltadas não apenas para comentários aleatórios ou individuais, mas o estabelecimento de um debate recíproco e fundamentado. Identificou-se, igualmente, que muitos sentidos produzidos na campanha foram “continuados” pelos internautas, assim, ilustrações mais sérias apresentaram comentários mais sérios, ilustrações mais irônicas, apresentaram comentários engraçados e irônicos e assim por diante.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho voltou-se, então, para a análise da campanha *online* “Chega de Fiu Fiu”, buscando compreender tanto o processo de construção de estratégias verbais e visuais empenhadas na construção de sentido quanto o processo de persuasão e identificação com os internautas, a partir da elaboração de determinados efeitos de sentido.

Ao criar e veicular uma campanha que busca combater a violência contra a mulher, especificamente o assédio sexual de rua, a organização *Think Olga* acabou por veicular conjuntamente os valores e práticas do movimento, por isso, foi proposta a análise de sentidos do feminismo. Assim, as ações da “Chega de Fiu Fiu”, além de voltarem-se para o combate ao assédio também contribuíram para a divulgação, legitimação e conquista de apoio para o movimento, dando visibilidade para suas pautas.

Ainda com relação a este ponto, a “Chega de Fiu Fiu” e a *Think Olga* transmitem sentidos relacionados a um feminismo aparentemente liberal, que busca igualdade de direitos, condições e respeito entre homens e mulheres. O próprio fato de terem sido escolhidas ilustrações, artes mais leves, criativas, com uso de cores claras e desenhos, ao invés de fotografias que chocassem e transmitissem a realidade de forma firme e direta, demonstra que a campanha transmitiu sentidos de um feminismo mais brando, isso não significa, por outro lado, que sua luta não seja intensa e constante.

As questões mais importantes desse trabalho não são, entretanto, questões sociais relativas aos movimentos feministas, mas a construção discursiva dos sentidos do feminismo, a partir das possibilidades textuais e visuais trazidas pelas ilustrações. Assim, para a realização da leitura dessas produções, os conceitos de ironia e polifonia, foram fundamentais na medida em que permitiram a realização dos objetivos traçados, trabalhando com a questão da presença do outro no discurso, seja de forma mais clara e explícita, seja de forma mais implícita. Identificou-se, então, o intenso uso desses mecanismos discursivos nas ilustrações e o embate entre o discurso do assediador X assediada.

A metodologia de análise do discurso e os estudos precursores de Bakhtin sobre a dialogia também foram essenciais para o desenvolvimento deste trabalho e contribuíram para a análise dos sentidos ali colocados.

Percebeu-se a presença constante e notória da dialogia nas ilustrações, trazendo referências de discursos sobre espaços públicos, mitologia, jogos de roleta, etc. Além disso, a polifonia, demonstrada de formas bastante heterogêneas através de palavras, gestos ou símbolos permitiu ainda uma infinidade de outras possibilidades de representação da dialogia.

Além disso, foi possível perceber fortemente a presença da polifonia, ao invés da monofonia, nas ilustrações da campanha, sendo possível identificar um conjunto de vozes que se referem, especialmente, as vozes ao assediador em contraponto às vozes das assediadas. Ademais, percebeu-se que o discurso do assediador é tratado, constantemente, de forma debochada, como se para o público feminino fosse óbvio o fato de o assédio não ser uma forma correta de conquista nem elogio.

De tal modo, que de acordo com os objetivos traçados, foi possível perceber como foram tecidos os textos da campanha. O jogo polifônico entre a voz do assediador em contraponto com a voz da mulher assediada foi complementado pela intensa utilização da ironia, com o intuito de dessacralizar, debochar e deslegitimar o discurso do assediador.

Neste trabalho também se buscou compreender o processo de persuasão da campanha. Dessa forma, os estudos sobre sentido e efeitos de sentido foram fundamentais para compreender o processo de identificação dos internautas com a campanha. Os efeitos de sentido colocados nas ilustrações foram recebidos pelo público, geraram interesse e identificação e foram reelaborados por eles, criando novas ideias e valores.

Pode-se perceber que o uso dos mecanismos discursivos da ironia e polifonia nas ilustrações, foram escolhidos estrategicamente, pois, como mostrado, potencializam a narrativa e aumentam significativamente a persuasão, acentuando os valores que a mensagem textual quer passar.

Os efeitos de sentido também estimularam a produção de um debate entre os internautas e, como se percebeu nos comentários, o debate envolveu conhecimentos, argumentos e embasamentos que, independente das posições assumidas pelos internautas, acabaram por compartilhar suas ideias. Aquém, o público envolvido no debate aparentava ser bastante heterogêneo envolvendo mulheres e homens, jovens e adultos, contrários e a favor das “cantadas”, etc.

Outro fato importante foi que a interação se deu mais intensamente entre os próprios internautas do site do que entre eles e a *Think Olga*, que pareceu que estar mais interessada

em estimular e permitir o debate, através do recurso de publicação de comentários, do que delimitar a ação dos internautas.

Pode-se perceber, igualmente, que apesar da variedade do público receptor das ilustrações, vários sentidos foram recebidos da mesma forma que foram produzidos. Por exemplo, assuntos construídos de forma séria ou irônica, também foram tratados desta forma pelo público. Por outro lado, os sentidos da campanha foram reapropriados e fizeram surgir, de forma autônoma entre os internautas, alguns tópicos que não haviam sido levantados diretamente pela “Chega de Fiu Fiu” como, por exemplo, a forma das mulheres vestirem-se e a aceitação do assédio no caso do assediador ser considerado um homem bonito.

Este trabalho permitiu, então, analisar questões sociais relacionadas às lutas do feminismo, mas, especialmente, focar em questões discursivas, compreendendo a importância e influência dos processos de produção e veiculação de sentidos assim como a utilização e reapropriação dos discursos pelo público, através da rede.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CATARSE. Disponível em: <<https://www.catarse.me/pt/hello>>. Acesso em: 20 de set. 2015

CATARSE. **Chega de “Fiu Fiu”**. <<https://www.catarse.me/pt/videochegadefiufiu?ref=explore#posts>>. Acesso em 18 out. 2015.

BARROS, Diana. **Contribuições de Bakhtin às Teorias do Discurso**. In: BRAIT, Beth. **Bakhtin, dialogismo e construção do sentido**. 2 ed. rev. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2005b, p. 25 – 36.

_____. **Dialogismo, Polifonia e Enunciação**. In: BARROS, Diana; FIORIN, José Luiz (orgs.). **Dialogismo, Polifonia e Intertextualidade: Em torno de Bakhtin**. 2. ed. 1. reimpr. São Paulo, SP: Editora da Universidade de São Paulo, 2003, p. 1-9.

_____. **Teoria semiótica do texto**. 4. ed. 6. reimpr. São Paulo, SP: Editora Ática, 2005a.

BBC BRASIL. **Brasil cai 9 posições em ranking de igualdade de gênero**: O Brasil caiu nove posições em um ranking de igualdade de gênero divulgado pelo "Fórum Econômico Mundial", grupo conhecido pelas reuniões que realiza em Davos. Brasil, 2014. Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/10/141028_desigualdade_full_lab>. Acesso em: 03 out. 2015.

BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo**. 2. ed. 2. v. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. 11. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

BRAIT, Beth. **Bakhtin e a Natureza Constitutivamente Dialógica da Linguagem**. In: BRAIT, Beth. **Bakhtin, dialogismo e construção do sentido**. 2 ed. rev. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2005, p. 87- 98.

_____. **Ironia em perspectiva polifônica**. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1996.

BRANDÃO, Helena. **Introdução à análise do discurso**. 2. ed. rev. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2004.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura 8 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

CASTRO, Maria Lília. **A Dialogia E os Efeitos de Sentido Irônicos**. In: BRAIT, Beth. **Bakhtin, dialogismo e construção do sentido**. 2 ed. rev. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2005, p. 119 – 128.

CHACHAM, Alessandra; MAIA, Mônica. **Corpo e sexualidade da mulher brasileira**. In: VENTURI, Gustavo; RECAMÁN, Marisol; OLIVEIRA, Suely (org.). **A mulher brasileira nos espaços público e privado**. 1. ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004, p. 75-86.

CLEMENTE, Ana Priscila. **Origem e desenvolvimento do blog como mídia digital e sua contribuição para a construção de uma cultura feminina na web**. In: Alcar. 7, 2009. Fortaleza/CE. Anais, 2009.

ERGAS, Yasmine. **O sujeito mulher. O feminismo dos anos 1960 – 1980**. ... In: DUBY, Georges; PERROT, Michelle. **História das mulheres no ocidente**. Vol. 5. São Paulo: Editora EBRADIL, 1991. p. 583-611.

FARIA, Juliana de; LIGUORI, Maíra; LIMA, Nana. **Think EVA**. 2015. Disponível em: <<http://www.thinkeva.com.br/#!/c1se>>. Acesso em: 24 jun. 2015.

FIORIN, José Luiz. **O Romance E A Simulação Do Funcionamento Real Do Discurso**. In: BRAIT, Beth. **Bakhtin, dialogismo e construção do sentido**. 2 ed. rev. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2005, p. 218 – 234.

HIGONNET, Anne. **Mulheres, imagens e representações**. In: DUBY, Georges; PERROT, Michelle. **História das mulheres no ocidente**. Vol. 5. São Paulo: Editora EBRADIL, 1991, p.403 – 427.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. Ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LEIS, Hector. **O que significa um *think tank* no Brasil de hoje.** 2009. Disponível em: <[http://www.institutomillennium.org.br/artigos/o-que-significa-um-think-tank-no-brasil-de-
hoje/](http://www.institutomillennium.org.br/artigos/o-que-significa-um-think-tank-no-brasil-de-hoje/)>. Acesso em: 19 nov. 2015.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: Editora 34, 1999.

LIPOVETSKY, Gilles. **A terceira mulher: Permanência e revolução do feminino.** Lisboa: Instituto Piaget, 1997.

LOPES, Edward. **Discurso Literário e Dialogismo em Bakhtin.** In: BARROS, Diana; FIORIN, José Luiz (orgs.). **Dialogismo, Polifonia e Intertextualidade: Em torno de Bakhtin.** 2. ed. 1. reimpr. São Paulo, SP: Editora da Universidade de São Paulo, 2003, p. 63 – 81.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso.** 3. ed. Campinas, SP: Pontes: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1997.

MORENO, Ana Carolina; MOREIRA, Ardilhes. **'Foi absolutamente cordial', diz Janine sobre conversa com Dilma.** G1, São Paulo, 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/educacao/noticia/2015/09/foi-absolutamente-cordial-diz-janine-sobre-conversa-com-dilma.html>>. Acesso em 18 nov. 2015

OLGA. Brasil, 2015. Disponível em: <<http://thinkolga.com/>>. Acesso em: 02 set. 2015.

OLGA. Brasil, 2015. Disponível em: <<http://thinkolga.com/about-2/>>. Acesso em: 24 jun. 2015.

OLGA. **Chega de Fiu Fiu.** Brasil, 2014. Disponível em: <<http://thinkolga.com/cheга-de-fiu-fiu/>>. Acesso em: 17 maio. 2015.

PASSERINI, Luiza. **Mulheres, consumo e cultura de massas.** In: DUBY, Georges; PERROT, Michelle. **História das mulheres no ocidente.** Vol. 5. São Paulo: Editora EBRADIL, 1991, p.381 – 401.

PEREZ, Fabiola. **O movimento das antifeministas:** Surgem na internet comunidades de mulheres, a maioria jovens, que consideram o feminismo ultrapassado, radical e desnecessário

nos dias de hoje. 2014. Disponível em: <http://www.istoe.com.br/reportagens/376787_O+MOVIMENTO+DAS+ANTI+FEMINISTAS>. Acesso em: 25 out. 2015.

PERUZZOLO, Adair. **Elementos de Semiótica da Comunicação**. 3ª ed. Jundiaí: Paco Editorial, 2015.

PETERSEN, Áurea. Homens e mulheres: enfim, as desigualdades estão acabando?. In: STREY, Marlene (org.). **Mulher, estudos de gênero**. São Leopoldo: Editora da UNISINOS, 1997, p. 19-28.

PRÁ, Jussara. O feminismo como teoria e como prática política. In: STREY, Marlene (org.). **Mulher, estudos de gênero**. São Leopoldo: Editora da UNISINOS, 1997, p. 39-57.

REVISTA MUNDO ESTRANHO. **Qual é a simbologia do unicórnio?** Revista Mundo Estranho, 2015. Disponível em: <<http://mundoestranho.abril.com.br/materia/qual-e-a-simbologia-do-unicornio>>. Acesso em 12 nov. 2015.

SANTANA, Ana Lúcia. **Unicórnios**. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/mitologia/unicornio/>>. Acesso em 12 nov. 2015.

SOARES, Vera. **O feminismo e o machismo na percepção das mulheres brasileiras**. In: VENTURI, Gustavo; RECAMÁN, Marisol; OLIVEIRA, Suely (org.). **A mulher brasileira nos espaços público e privado**. 1 ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004, p. 161-182.

THÉBAUD, Françoise. **Desafios**. In: DUBY, Georges; PERROT, Michelle. **História das mulheres no ocidente**. Vol. 5. São Paulo: Editora EBRADIL, 1991 p. 547 - 549.

_____. **Mulheres, criação e representação**. In: DUBY, Georges; PERROT, Michelle. **História das mulheres no ocidente**. Vol. 5. São Paulo: Editora EBRADIL, 1991 p. 311 - 313.

THINK EVA. Olga. Brasil, 2015. Disponível em: <<http://www.thinkeva.com.br/#!untitled/ci3k>>. Acesso em: 24 junho 2015.

THINK OLGA (Brasil). **Chega de Fiu Fiu**. 2015. Disponível em: <<http://chegadefiufiu.com.br/>>. Acesso em: 24 jun. 2015.

THINK OLGA. Perfil do Think Olga no Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/thinkolga>>. Acesso em: 19 abril 2015.

THINK OLGA. Perfil do Think Olga no Twitter. Disponível em: <<https://twitter.com/thinkolga>>. Acesso em: 20 abril 2015.

VENTURI, Gustavo; RECAMÁN, Marisol. **As mulheres brasileiras no início do século XX**. In: VENTURI, Gustavo; RECAMÁN, Marisol; OLIVEIRA, Suely (org.). **A mulher brasileira nos espaços público e privado**. 1 ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004, p. 15-30.