

MELINA CASTRO MATOS

**#DEIXAELATRABALHAR: O QUE O SILENCIAMENTO DA CAMPANHA NAS  
REDES SOCIAIS TRAZ DE INDÍCIOS QUANTO AO DIREITO DA MULHER  
JORNALISTA ESPORTIVA EM EXERCÍCIO DE SUA FUNÇÃO**

Viçosa – MG

Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFV

2022

**MELINA CASTRO MATOS**

**#DEIXAELATRABALHAR: O QUE O SILENCIAMENTO DA CAMPANHA NAS  
REDES SOCIAIS TRAZ DE INDÍCIOS QUANTO AO DIREITO DA MULHER  
JORNALISTA ESPORTIVA EM EXERCÍCIO DE SUA FUNÇÃO**

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social – Jornalismo à Universidade Federal de Viçosa, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Mariana Ramalho Procópio Xavier.

Viçosa – MG

Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFV

2022



Universidade Federal de Viçosa  
Departamento de Comunicação Social  
Curso de Comunicação Social - Jornalismo

Monografia intitulada “#DeixaElaTrabalhar: o que o silenciamento da campanha nas redes sociais traz de indícios quanto ao direito da mulher jornalista esportiva em exercício de sua função”, de autoria da estudante Melina Castro Matos, aprovada pela banca examinadora constituída pelos seguintes professores:

---

Profa Dra Mariana Ramalho Procópio Xavier – Orientadora  
Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFV

---

Prof. Dr. Ricardo Duarte Gomes da Silva  
Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFV

---

Juliana de Oliveira Pina  
Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFV

Viçosa, 04 de agosto de 2022.

## **RESUMO**

O mercado de trabalho ainda é um espaço, de certa forma, hostil às mulheres, uma vez que são vítimas de desvalorização profissional, com grande diferença salarial quando comparado aos homens, e, sobretudo, de assédio, em suas diferentes formas. Um dos setores que tem sido alvo de discussões sobre o direito das mulheres e seu espaço no mercado de trabalho é o jornalismo esportivo, pois ainda há uma cultura de que “futebol não é coisa de mulher”, fortalecendo estereótipos de exclusão e desvalorização. Assim, considerando a importância de trazer à tona a discussão sobre o direito das mulheres, pretende-se analisar a campanha iniciada com a #DeixaElaTrabalhar, ao analisar o perfil @deixaelatrabalhar no *Instagram*, para compreender o papel da rede social, especificamente o *Instagram*, na luta das mulheres jornalistas esportivas por seu espaço no mercado esportivo e contra o assédio e o machismo. Para isso, foi realizado o modelo epistemológico chamado estudo de caso na pesquisa comunicacional, tendo como base a análise do discurso. Foi observado que esse perfil foi criado para ser um espaço de luta, de desabafo para outras vítimas, de exposição clara de esforços contra a violência e a discriminação contra as mulheres, em especial as jornalistas esportivas, no entanto, apesar da visibilidade, o apoio a essa luta não foi algo permanente, ou que tenha causado mudança significativa, uma vez que após comentários de repressão, não houve mais publicações. O silenciamento da campanha nas redes sociais mostra que apesar de ser um direito estabelecido, o exercício da função da mulher jornalista ainda não é livre, pelo contrário, é carregado de medo e revestido de persistência e clamor por justiça e igualdade, que deve ser considerado e colocado em discussão para que esse silenciamento seja combatido.

## **PALAVRAS-CHAVE**

Redes Sociais. Discurso de Ódio. Jornalismo Esportivo. Direito das Mulheres.

## **ABSTRACT**

The labor market is still a space, in a way, hostile to women, since they are victims of professional devaluation, with a large salary difference when compared to men, and, above all, of harassment, in its different forms. One of the sectors that has been the subject of discussions about women's rights and their space in the job market is sports journalism, as there is still a culture that “football is not for women”, strengthening stereotypes of exclusion and devaluation. Thus, considering the importance of bringing up the discussion about women's rights, it is intended to analyze the campaign started with #DeixaElaTrabalhador, by analyzing the profile @deixaelatrabalhar on Instagram, to understand the role of the social network, specifically Instagram, in the struggle of women sports journalists for their space in the sports market and against harassment and machismo. For this, the epistemological model called case study in communicational research was carried out, based on discourse analysis. It was observed that this profile was created to be a space of struggle, of venting to other victims, of clear exposition of efforts against violence and discrimination against women, especially sports journalists, however, despite the visibility, the support this fight was not something permanent, or that caused significant change, since after comments of repression, there were no more publications. The silencing of the campaign on social networks shows that despite being an established right, the exercise of the role of women journalists is still not free, on the contrary, it is loaded with fear and coated with persistence and clamor for justice and equality, which must be considered and put into discussion so that this silencing is fought.

## **KEYWORDS**

Social Networks. Hate Speech. Sports Journalism. Women's Law.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

<b>Figura 1</b> – Intensidade do discurso.....	36
<b>Figura 2</b> – Alcance do discurso.....	36
Y	
<b>Quadro 1</b> – Análise das publicações e comentários do perfil @deixaetrabalhar no Instagram.....	41

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	9
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	12
CAPÍTULO 1 – REALIDADE E DESAFIOS DA MULHER NO JORNALISMO ESPORTIVO.....	13
CAPÍTULO 2 – A MULHER NO JORNALISMO FUTEBOLÍSTICO.....	19
CAPÍTULO 3 – O <i>INSTAGRAM</i> COMO ESPAÇO DE VISIBILIDADE PARA AS DIFICULDADES ENFRENTADAS PELAS MULHERES NO JORNALISMO ESPORTIVO.....	23
4 METODOLOGIA.....	30
5 ANÁLISE DO PERFIL @DEIXAELATRABALHAR.....	32
5.1 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO – ANÁLISE DO DISCURSO.....	32
5.2 DISCURSO DE ÓDIO E AS REDES SOCIAIS.....	34
5.3 ANÁLISE DO PERFIL @DEIXAELATRABALHAR NO <i>INSTAGRAM</i> .....	38
5.4 ANÁLISE DAS REAÇÕES DISCURSIVAS ENCONTRADAS NAS PUBLICAÇÕES DO @DEIXAELATRABALHAR.....	48
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	51
REFERÊNCIAS.....	52

## 1 INTRODUÇÃO

A história da mulher, inevitavelmente, passa pela discussão de aspectos como violência, submissão, exclusão, renúncias, superação, e, sobretudo, a luta diária por reconhecimento, valorização e equidade. A ascensão da mulher ao mercado de trabalho, especialmente a partir do século XX, e a conquista do direito ao voto, foram passos importantes para que essa classe pudesse alcançar independência e respeito. Contudo, mesmo frente a esses avanços, a igualdade entre os gêneros ainda não é uma realidade completa, e o desrespeito e exclusão continuam a vigorar na sociedade como um todo, principalmente ao observarmos os casos de violência sofridos pelas mulheres.

Segundo os dados do Fórum de Segurança (2021), no Brasil, de março de 2020 a dezembro de 2021 foram registrados 2.451 feminicídios e 100.398 casos de estupro de vítimas do sexo feminino, mostrando que no país a violência, em suas diferentes faces, continua sendo o principal obstáculo para o empoderamento feminino, o que desperta a necessidade de políticas públicas que garantam os direitos das mulheres, em todos os sentidos.

Assim, no contexto de garantia dos direitos das mulheres, vemos que por mais que o mercado de trabalho compreenda mulheres nos diversos setores e em variadas funções, ainda é um espaço, de certa forma, hostil às mulheres, uma vez que são vítimas de desvalorização profissional, com grande diferença salarial quando comparado aos homens, e, sobretudo, de assédio, em suas diferentes formas. Dados da Organização Internacional do Trabalho (2019) mostram que globalmente as mulheres recebem 20% a menos que os homens, com participação em 48,5% no mercado de trabalho, enquanto os homens participam em 75%.

Um dos setores que tem sido alvo de discussões sobre o direito das mulheres e seu espaço no mercado de trabalho é o jornalismo esportivo. Embora muitas mulheres trabalhem nessa função, ainda há uma cultura de que “futebol não é coisa de mulher”, fortalecendo estereótipos de exclusão e desvalorização. De maneira especial, em 2018 a discussão sobre esse assunto ganhou força a partir da campanha difundida nas redes sociais por meio de uma palavra-chave (*hashtag*), a #DeixaElaTrabalhar. Segundo Santos (2020, p. 8), essa campanha “escancarou um cenário de machismo e assédio que as jornalistas esportivas enfrentam no exercício da profissão”.

Diante disso, e considerando a importância de trazer à tona a discussão sobre o direito das mulheres, pretende-se analisar a campanha #DeixaElaTrabalhar para compreender o papel

da rede social, especificamente o *Instagram*, na luta das mulheres jornalistas esportivas por seu espaço no mercado esportivo e contra o assédio e machismo aos quais são submetidas, e por tanto tempo silenciadas.

A campanha #DeixaElaTrabalhar, lançada em 26 março de 2018, expôs na mídia o relato de mais de cinquenta jornalistas esportivas, as quais descreveram sofrer assédio no exercício da profissão. A campanha invadiu as redes sociais por meio das postagens realizadas pela página do *Instagram* (@deixaelatrabalhar), com mais de 7.300 seguidores.

A discussão sobre o assunto embasou alguns estudos (GOMES, 2018; FERNANDES, 2019; PEREIRA; RITTER, 2019; FERREIRA, 2020; RAMIRES, 2020; SANTOS, 2020; LÓPEZ-ORTEGA; NORONHA, 2021) e nos despertou também o interesse sobre a compreensão do papel dessa mídia na luta das jornalistas esportivas por respeito, valorização e reconhecimento. Assim, realizamos uma triagem inicial no *Instagram* @deixaelatrabalhar para verificar as postagens e repercussões das mesmas, considerando a importância e o alcance dessa rede social atualmente.

De acordo com a Pesquisa *Instagram* no Brasil – Infográfico 2ª Edição (2021), o Brasil é o 2º país com maior número de usuários de *Instagram*, com cerca de 99 milhões de usuários só em 2021, com 92% utilizando o aplicativo pelo menos uma vez ao dia, e 22% que o utilizam aberto durante todo o dia. Maior parte desse público (84%) tem entre 16 e 29 anos, e relatam serem altamente influenciados com relação a condutas e padrão de compras. Tais dados comprovam o alcance e engajamento dessa rede social sobre a vida das pessoas.

Considerando então esse alcance, realizamos uma análise inicial das postagens da página @deixaelatrabalhar, baseado na hipótese de que a campanha #DeixaElaTrabalhar teria grande repercussão no *Instagram*, com engajamento e envolvimento das pessoas, possibilitando assim ampla discussão sobre a questão do assédio sofrido pelas jornalistas esportivas ao exercerem sua profissão.

Contudo, ao analisar as 80 publicações realizadas pela página percebemos que essas não foram efetivas para promover um amplo debate sobre o assunto, tendo em vista a baixa reação do público nos comentários, de uma forma geral, com a maior parte deles sendo críticas e depreciações ao conteúdo apresentado. Isso nos levou a confrontar as possíveis causas para esse baixo engajamento, uma vez que essa rede social é um ambiente propício para isso, com milhões de usuários brasileiros conectados diariamente ao aplicativo, como visto nos dados apresentados pelo Infográfico – Pesquisa *Instagram* no Brasil (2021).

Algumas hipóteses foram levantadas, como: o *Instagram* apresenta maior engajamento no contexto de compra, venda e mercado da fama, com baixo poder sobre discussões sociais;

a campanha promovida pela página @deixaelatrabalhar atingiu apenas pessoas que já são envolvidas nesse contexto, ou seja, aquelas que já compreendem a luta dessas mulheres e não se sentem à vontade para discutir esse assunto em rede social, ou não foram suficientemente inquietadas pela questão.

Embora outros estudos (GOMES, 2018; FERNANDES, 2019; PEREIRA; RITTER, 2019; FERREIRA, 2020; RAMIRES, 2020; SANTOS, 2020; LÓPEZ-ORTEGA; NORONHA, 2021) tenham avaliado e discutido, à luz da campanha supracitada, o assunto de assédio, machismo, diferença salarial e desvalorização sofrido por essas profissionais em exercício de suas funções, dentro do nosso conhecimento, não há estudo que tenha confrontado a repercussão do assunto e o engajamento da página no *Instagram*, o que justifica o desenvolvimento deste estudo, com olhar atento para compreensão desse contexto com análise mais profunda da campanha #DeixaElaTrabalhar.

Nesse sentido, o objetivo geral deste trabalho é realizar um estudo de caso sobre a repercussão da campanha #DeixaElaTrabalhar a partir de uma análise dos comentários no *Instagram* a respeito das denúncias de assédio sofridas pelas jornalistas esportivas. Foram definidos como objetivos específicos: Mapear os comentários, em especial os negativos e depreciativos, associando ao contexto no qual foram realizados; Analisar os comentários e discutir sobre a repercussão das postagens realizadas pela página da campanha no *Instagram*; e Compreender o papel da campanha na luta pelos direitos das mulheres.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Atualmente temos visto com maior frequência – o que antes já acontecia, era encoberto – o discurso de ódio e a tentativa de cercear os direitos humanos, especialmente nas mídias sociais (HERNANDES; ALVES, 2021; ROMEIRO; PIMENTA, 2021; SOARES, 2021). Discursos pautados na irracionalidade, que querem se estabelecer como racionais frente à sociedade, e acabam fortalecendo estereótipos que massacram a dignidade, atacam e violam os direitos humanos (CIOCCARI; EZEQUIEL, 2017).

Quando pensamos na expressão “direitos humanos”, faz-se necessário retomar seu conceito, que embora amplo, de variações linguísticas, filosóficas, sociais, culturais e políticas, tem como base a compreensão de ser “o direito inerente à pessoa humana, sem discriminação de qualquer natureza” (OLIVEIRA, 2016, p. 22). Para o autor, a sintetiza-se o conceito como sendo:

Direitos decorrentes do processo histórico de afirmação da dignidade da pessoa humana, apurados nos valores da liberdade, da igualdade e da solidariedade, em uma noção integral e interdependente. Esses direitos asseguram as condições de sobrevivência e constituem possibilidade emancipatória para a plena realização do projeto de vida da pessoa e, em última análise, do sujeito coletivo. (OLIVEIRA, 2016, p. 2-3)

Estão relacionados aos valores de dignidade, liberdade e igualdade, sem que haja distinção por qualquer critério, quer seja a raça, a classe, o gênero, a idade, a etnia, a orientação sexual, religião ou outros. Embora aqueles relacionados à saúde, educação liberdade, igualdade sejam recorrentes, outros direitos necessários podem variar ao longo do tempo e contexto social, sendo específico à conformação da sociedade em dado momento (VIEIRA *et al.*, 2017).

Nesse contexto, ao pensarmos na questão dos direitos das mulheres, muitas foram as conquistas até hoje alcançadas, mas ainda nos deparamos, de forma global, com questões que cerceiam a liberdade e ferem o direito dessas. Exemplos como alto índice de violência, estupro, feminicídio, diferença salarial, desvalorização do trabalho e discursos de ódio a essa classe tem sido comuns e cada vez mais frequentes (FORUM DE SEGURANÇA, 2021; HECKERT; JACINTO, 2021; ROCHA, 2021), principalmente utilizando o ambiente virtual das redes sociais, como *Facebook e Instagram*, de forma anônima ou não (OLIVEIRA; LIMA; GOMES, 2018; HERNANDES; ALVES, 2021; ROMEIRO; PIMENTA, 2021; SOARES, 2021).

A análise das postagens do *Instagram* @DeixaElaTrabalhar traz à tona o discurso do ódio contra as mulheres, e o cerceamento de seus direitos. Partindo da campanha #DeixaElaTrabalhar, lançada em março de 2018, esse *Instagram* foi criado para denunciar ataques e assédios sofridos pelas jornalistas esportivas. Essa campanha permitiu dar visibilidade ao que sempre ocorreu, mas foi, por diversos motivos, encoberto. As denúncias, que se iniciou com um vídeo de 52 jornalistas sobre assédios sofridos no exercício de sua profissão, mostraram a importância da rede social como meio de ativismo para maior visibilidade e discussão sobre o assunto, na luta em favor do direito dessas mulheres.

Nesse contexto, a Análise do Discurso se faz uma importante ferramenta para compreender o alcance dessa campanha e das postagens feitas nesse *Instagram*. Essa análise é uma disciplina compreendida no campo dos estudos discursivos e que permite identificar os sujeitos envolvidos no processo da comunicação e a influência de cada um deles nesse processo, verificando como fazem uso da linguagem na produção de significados dentro das relações sociais (ORLANDI, 2015). O estudo de Godinho (2021) utilizou essa análise para compreender como a prática midiativista constrói e potencializa o ativismo em favor das minorias sociais e das lutas identitárias. Essa é a linha de pensamento para qual iremos direcionar as discussões deste presente estudo.

## CAPÍTULO 1 – REALIDADE E DESAFIOS DA MULHER NO JORNALISMO ESPORTIVO

O esporte, desde o seu surgimento, se estabeleceu como uma atividade predominantemente masculina, que inclusive era fundamental para a construção da identidade do homem (CONNEL, 1992; CONNEL, 1995). Desde a adolescência se levava o menino a competir para iniciar sua “virilidade”, e expor seu “status de macho”. O que não acontecia com as meninas, que eram levadas a se envolver com afazeres e a se apresentarem como frágeis (BADINTER, 1993). O tecido cultural constituiu o esporte como uma atividade masculina e voltada predominantemente para o público masculino, o que, por consequência, fez com que o jornalismo esportivo também fosse realizado por homens (FIGARO, 2021).

De maneira geral, as mulheres sempre foram excluídas, silenciadas, invisibilizadas, impedidas de se expressarem, e por muitas vezes, vítimas de violência moral, verbal e física. Essa exclusão se fortalece na reprodução de práticas e crenças muito bem estabelecidas na sociedade, as quais sustentam o potencial masculino e mantêm seus espaços e privilégios, ao mesmo tempo que desencoraja a atuação feminina como se não fossem capazes ou não merecessem tais espaços.

E dentro da prática esportiva, essa diferenciação entre homem e mulher sempre foi muito clara (BRUM; CAPRARO, 2015), se estabelecendo como um espaço legítimo para expressão da masculinidade (DUNNING, 2014).

Segundo colocado por Pacheco e Silva (2020, p.2):

As relações de desigualdade entre homens e mulheres no campo dos esportes são marcadas pela complexidade, contradição e controvérsia, uma vez que englobam desde proibições de participação de clubes esportivos, passando pela justificação biológica para a proibição de prática em determinadas modalidades, pela invisibilidade, discriminação e banalização das práticas esportivas femininas, até por políticas públicas que favorecem determinadas mulheres e excluem outras da prática esportiva, contribuindo dessa maneira para desigualdades percebidas como naturalmente dadas.

Esse contexto de desigualdade se mostra no universo cultural do esporte brasileiro (COELLNER, 2009) e, em especial, no universo estruturado das práticas jornalísticas, o que pode ser percebido pela baixa presença das mulheres em redações, televisão, e emissoras de rádio que abarcam programas esportivos (FIGARO, 2021).

O jornalismo esportivo, mais especificamente, do futebol, tem sido descrito por diversos autores como um espaço culturalmente masculino (BOYLE, 2006; SILVA, 2010; JORGE; ADGHIRNI, 2013; RIAL, 2014; FIGARO, 2021; BRUM; CAPRARO, 2015), mas que nos últimos anos tem expandido e envolvido a presença feminina, mesmo que ainda com grande diferença entre os sexos.

Os cadastros de jornalistas nessa especialidade contam com mais de 90% de homens, e toda essa discrepância aponta para a grande discriminação de gênero existente nesse mercado, a qual limita as mulheres em sua inserção, desenvolvimento e fortalecimento de sua carreira. Os espaços de trabalho são destinados comumente aos homens, e quando são contemplados por mulheres, resultam em enxurradas de críticas e questões que colocam em dúvida a capacidade feminina para atuar nessa profissão (PACHECO; SILVA, 2020).

No Brasil, o jornalismo esportivo surgiu em 1850 com a representação essencialmente masculina. Apenas um século depois as primeiras e raras aparições femininas foram sendo percebidas, e até hoje, em pleno século XXI, muitas barreiras são notadas para as mulheres nesse cenário. Para compreender como esse processo de exclusão se dá, é importante pensar primeiro nos espaços destinados a esse tipo de jornalismo. Segundo Araújo e Ventura (2020, p.11):

Devemos separar: produção, reportagem, apresentação e opinião dos programas esportivos. A produção acontece nos bastidores, longe das câmeras. A reportagem é uma atribuição que envolve apurar informações, buscar os elementos das notícias, realizar a montagem do texto, contar histórias, entrevistar personagens, ser o agente da divulgação de fatos e entender o assunto como um todo para apresentá-lo, da melhor forma, ao telespectador. Já a apresentação, caracteriza-se pelo indivíduo que simboliza um programa esportivo da televisão em termos de imagem, comanda as ações, chama as reportagens e conduz os conteúdos. Muitas vezes, exige-se dessa pessoa, em questões informativas e de distribuição de temas, uma postura objetiva e imparcial. Por último, a análise é um estilo opinativo. Do comentarista ou da comentarista, espera-se um conhecimento profundo sobre os esportes debatidos para que o público possa entrar em contato com pontos de vista sobre performances individuais ou coletivas, decisões, regras, táticas, estratégias e bastidores do mundo esportivo. E é justamente nessa função que a mulher possui menor atuação (p.11).

Vemos então que a função de comentarista esportivo é a que mais exclui a presença feminina, sobretudo, com a desvalorização da capacidade intelectual da mulher, ao se pensar, por exemplo, que essa função requer maior conhecimento sobre o assunto, maior postura e estratégia de oratória para se impor e colocar sua crítica. A baixa representação feminina nessa função fortalece ainda mais a noção de que apenas o homem compreende de esportes, e, portanto, apenas ele é capaz de argumentar sobre o assunto (ARAUJO; VENTURA, 2020).

Com o passar do tempo as mulheres foram lutando para conquistar seu espaço inclusive no jornalismo esportivo, contudo, essa inserção se deu de forma lenta, pois no início as entrevistas aconteciam dentro dos vestiários, e isso impedia as mulheres de atuarem. A atuação das mulheres nesse contexto foi aceita, inicialmente, com fins de *merchandising*, para atrair homens. Logo, o espaço jornalístico apenas mais tarde haveria de ser conquistado (OLIVEIRA, 2017; SANTOS; ESPÍNDOLA, 2020).

No jornalismo geral, a pioneira do jornalismo feminino no Brasil foi Nísia Floresta Brasileira Augusta, nascida em 1810 no Rio Grande do Norte, que trazia em suas publicações temas variados, especialmente voltado para populações vulneráveis e para o direito da mulher (DANTAS, 2016). Outros nomes importantes fazem parte da história do jornalismo brasileiro, como Juana Paula Manso de Noronha, que criou o primeiro jornal dirigido por mulher no país, em 1852 no Rio de Janeiro; Narcisa Amália Campos, primeira a se profissionalizar jornalista; e Francisca Júlia da Silva, que com apenas 20 anos colaborou com diversos jornais. No jornalismo esportivo, por sua vez, apenas a partir de 1970 as mulheres passaram a atuar em revistas esportivas, e mesmo que em 1980 o acesso tenha expandido, o preconceito ainda continuou forte contra essa classe, uma vez que quase sempre não tinham voz, sendo encaminhadas para falar sobre esportes amadores (DANTAS, 2016).

As mulheres tornaram-se presentes no jornalismo esportivo brasileiro entre 1970 e 1980, com a Rádio Mulher, em São Paulo, embora anos antes já tivesse realizado cobertura de esportes em jornais impressos e no rádio. Na década de 80 passaram a cobrir esportes na televisão, entrevistando nos campos e comandando programas. Isso despertou o interesse do público feminino para os esportes, com destaque para o futebol, levando ao aumento do número de mulheres em editoras de esportes (COELHO, 2003; RIBEIRO, 2007).

Sobre essa inserção das mulheres no jornalismo esportivo, Bolzan, Marques e Oliveira (2013, p. 5) relatam que:

Elas conquistaram o seu espaço no esporte, lugar que teve que ser garimpado no ambiente jornalístico, onde as notícias eram predominantemente masculinas. A prática do esporte faz com que elas estejam habilitadas para comentar as competições. No início, a participação delas era limitada a apresentarem propagandas e leitura de script. Nos anos 90, as mulheres começam a ganhar destaque no cenário esportivo. Poucas mulheres conseguem exercer o cargo de comentarista, muito relacionado ao preconceito dos colegas do meio e do contato com o público.

Mesmo que com o tempo as mulheres tenham consigo se impor nessa função, ainda era comum que fossem encaminhadas para cobertura de esportes olímpicos, pois muitos homens entendiam que as mulheres eram incapazes de trabalhar com futebol e automobilismo. Uma reflexão importante é trazida por Coellner (2009):

A história das mulheres no universo cultural do esporte brasileiro é marcada por rupturas, persistências, transgressões, avanços e recuos. É uma história plural, que não pode ser analisada a partir de um único olhar, dado serem plurais as próprias mulheres e, também, as formas através das quais participam do esporte. São atletas, jornalistas, árbitras, praticantes, espectadoras, dirigentes, treinadoras, admiradoras, entre outras (COELLNER, 2009, p.271).

Nesse contexto histórico do universo cultural esportivo brasileiro, cabe mencionar que a primeira mulher no jornalismo esportivo brasileiro foi Maria Helena Rangel, que também era atleta em arremesso de disco, campeã por oito anos seguidos. Ela publicou na Gazeta Esportiva, em 1947. Mary Sereno foi outra jornalista que fez a cobertura da colocação da pedra fundamental do Estádio do Morumbi, e também de diversos jogos de futebol. No rádio-jornalismo esportivo, em 1971, as mulheres passaram a cobrir eventos esportivos, inclusive futebol. Na televisão também são vistos exemplos das barreiras enfrentadas pelas jornalistas esportivas. Na reconhecida *Rede Globo*, a primeira mulher a integrar o programa *Globo Esporte* foi Isabela Scalabrini, em 1986 (RAMOS, 2010).

Em 2016 Glenda Kozlowski foi a primeira mulher a narrar competições olímpicas na TV aberta em rede nacional. Ela narrou as competições de ginásticas realizadas nas Olimpíadas do Rio de Janeiro. Mesmo com sua atuação histórica, a apresentadora foi alvo de duras críticas quanto sua capacidade, o que fez com que ela perdesse espaço e figurasse apenas nas transmissões de canal a cabo.

Percebe-se então um longo caminho percorrido pelas mulheres para alcançarem espaço no jornalismo esportivo. A partir da década de 80 figuras femininas puderam ser vistas em editoras e programas esportivos. Por exemplo, além da Isabela Scalabrinni no *Globo Esporte*, em 1986, a primeira a apresentar o *Esporte Espetacular* foi Mylena Ciribelli, em 1990. Elas criaram oportunidade para outras mulheres alcançarem seu espaço, sendo considerado um avanço, como por exemplo, a presença diária de uma mulher no *Globo Esporte*, que ocorreu apenas anos mais tarde, com a apresentadora Glenda Kozlowski. Ainda, em 2007, Renata Fan surge como pioneira no debate esportivo, comandando o programa de mesa redonda *Jogo Aberto* (ARAÚJO, 2018). Outro exemplo é Mariana Becker, que iniciou em 1994 na editoria de esportes e em 2008 passou a cobrir a Fórmula 1 (F1), se consolidando como repórter das pistas e dos bastidores da FI na rede Globo, e substituindo aos poucos o ícone Reginaldo Leme.

Apesar desses avanços, é importante considerar que, embora com aumento no número de mulheres nessa profissão, elas ainda são minoria, e muitas vezes são excluídas e menosprezadas. Por vezes as mulheres carregavam o estigma de não compreender sobre o esporte, especialmente se fosse o futebol. Assim, eram direcionadas a falar sobre esportes amadores. Mas, o curioso é que na grande maioria das vezes, as mulheres que entendiam de futebol apresentavam conhecimento maior do que dos homens, tinham domínio sobre o assunto e assim sofriam ainda mais com o preconceito vindo dos homens (COELHO, 2003). Sobre isso, Coelho (2003) descreveu que:

As mulheres na maior parte são encaminhadas para as editorias de esportes amadores. É mais fácil demonstrar conhecimento sobre vôlei, basquete e tênis do que sobre futebol e automobilismo. Território onde o machismo ainda impera. (COELHO, 2003, p.35)

Segundo Almeida e Arruda (2020) a capacidade e o potencial intelectual das mulheres sempre foram colocados em questão no âmbito do jornalismo esportivo. Para a maioria dos homens elas não entendiam de esporte, principalmente de futebol, e não tinham condições de opinar sobre.

Como constante alvo de desconfianças quanto suas capacidades em desenvolver um jornalismo de qualidade, alguns fatores permeavam esse contexto. Primeiro, a questão estética, em que a mulher era vista como objeto de beleza, erotização e sexualização, e não como profissional competente capaz de levar informações e debater sobre o assunto esportivo com qualidade, ética e desempenho. Outra questão importante é o machismo, que é estrutural e completamente enraizado em nossa cultura, de forma que os homens tenderam sempre a questionar a capacidade da mulher em atuar no jornalismo esportivo, e a impor sua posição como “dominador” desse espaço (ARAÚJO, 2018; ARAÚJO; VENTURA, 2020).

Sobre isso, Araujo e Ventura (2020, p. 17) relatam que:

Sobre o machismo, percebemos que o fenômeno existe, e que ele é, muitas vezes, mascarado, por isso os homens que não o vivenciam não o percebem, e as mulheres preferem criar mecanismos de defesa para que esse tema não seja o foco de suas carreiras. O assunto beleza das jornalistas denuncia a forma como as mulheres estão cercadas de restrições por todos os lados: enquanto aquelas que se encaixam em padrões de beleza da sociedade são subestimadas e têm suas competências colocadas em dúvida, aquelas que não preenchem requisitos estéticos exigidos são deixadas de lado. Já para os homens, tais noções não são aplicadas, demonstrando a diferenciação baseada no gênero e mais uma barreira imposta à mulher. E neste ponto detectamos uma problemática: em tempos mais antigos, as mulheres simplesmente não ocupavam espaço no jornalismo esportivo, então, qualquer participação seria positiva se relacionarmos ao passado. Assim, sua atuação minoritária deve ser investigada e melhorada.

É importante pensar que sempre existiu uma cultura de culto a beleza, que incita a beleza do corpo e do rosto entre as mulheres. E é esse aspecto cultural que se estabeleceu como porta de entrada para muitas mulheres na cobertura dos esportes, com o intuito de chamar atenção dos telespectadores. O jornalismo brasileiro sempre se baseou no norteamericano, tendo como característica utilizar do corpo da mulher-repórter e da mulher-atleta para vender coberturas e matérias esportivas para homens. Muitas emissoras contam com apresentadoras e repórteres sensuais para encobrir a prática de machismo e assédio comum por de trás das câmeras. Assim, de fato a que procuram não é competência, mas sim, beleza, não para discussões construtivas sobre o esporte, mas para mero exibicionismo. Oliveira (2017) descreveu que:

As mulheres foram utilizadas, inicialmente, não porque poderiam, de fato, contribuir com as redações, compartilhar seus conhecimentos ou porque as emissoras de TV, jornal resolveram democratizar as editorias de esporte. O feminino chegou às redações, salvo às exceções, devido à sua imagem, para fazer merchandising, atrair os olhares masculinos e quebrar o padrão de vozes e discursos dos apresentadores e comentaristas (p.30).

Contrapondo a questão estética como requisito único imposto por muitos programas de televisão (GLINKA, 2018), temos um exemplo marcante da atuação da repórter Renata Fan, que iniciou em 2007 o comando de um programa esportivo em formato de mesa redonda na televisão. Renata foi muitas vezes subestimada, como se seu potencial se limitasse apenas à sua beleza. Mas, com dedicação e muito estudo, apresentou sua inegável competência aliada à sua beleza, mostrando que a mulher pode sim atuar com brilhantismo no jornalismo esportivo. Contudo, apesar do aumento de mulheres nessa profissão, ainda são muitos os obstáculos enfrentados por elas. Esses obstáculos não são apenas relacionados com a participação limitada, já que muitos canais de televisão ainda destinam às mulheres apenas o papel de leitura de scripts prontos, mas se fazem presentes também em forma de violência e abuso (ALMEIDA; ARRUDA, 2020).

## CAPÍTULO 2 – A MULHER NO JORNALISMO FUTEBOLÍSTICO

Com foco para o assunto tratado neste trabalho, é importante discutirmos sobre os desafios da mulher no jornalismo esportivo responsável pela cobertura do futebol. Inicialmente é necessário considerar que as resenhas esportivas e os programas esportivos cresceram no Brasil na medida em que a seleção brasileira vencida as copas. Cresceu um pouco nos anos 60, mas sobretudo depois da copa de 70 teve um grande crescimento. A partir dali os campeonatos de futebol foram se organizando. Assim, o que fez o jornalismo esportivo crescer não foi o vôlei, a corrida, o arremesso, mas sim, o futebol. Contudo, no contexto feminino, apenas em 1988 a primeira seleção feminina de futebol foi convocada pela Confederação Brasileira de Futebol (CBF). Essa primeira seleção resultou de um único time, o Radar, demonstrando a falta de estrutura do futebol feminino. Inclusive, pouco se falava sobre ele na TV e nas Rádios. Em meados da década de 90 passou a ter um pouco mais de visibilidade, quando foi incluído nas olimpíadas de Atlanta, em 96, e quando recebeu o terceiro lugar mundial, em 99, passou a ser mais considerado pela mídia e também pela sociedade (ALMEIDA, 2019; BROCH, 2021).

Um esporte completamente visível passa a ser considerado a partir do momento que começa a chegar as finais em copas do mundo. Apesar disso, apenas em 2019 o futebol feminino foi pela primeira vez transmitido em televisão aberta, na cobertura da copa do mundo da França, tornando-o mais visível e mais procurado pela sociedade, que passou a ir aos estádios também. Na Eurocopa, por exemplo, houve recordes de audiência com mais de 17 milhões de pessoas assistindo ao futebol feminino do time do Barcelona (BROCH, 2021).

O que antes no Brasil era proibido por lei, em 2019 passou a ser obrigatório. Isso porque, em 1941, Getúlio Vargas lançou o Decreto Lei 3199 que proibia a "prática de esportes incompatíveis com a natureza feminina". Em 2019, após 40 anos, passou a ser exigido no Brasil que as equipes da Série A do futebol montassem time feminino. Esses avanços têm feito crescer não somente o esporte, mas sobretudo a presença das mulheres nos estádios, na frente da tevê, como comentaristas, narradoras, juízas, cartolas e treinadoras (BROCH, 2021).

Ainda, há que se pensar que o universo do futebol é diferente dos outros esportes. Há uma predominância do futebol em relação a outros esportes no jornalismo esportivo, principalmente no Brasil e, culturalmente, o público predominante nesse esporte é o masculino. Geralmente, o que sempre se viu nos bares e estádios foram torcedores homens. Contudo, essa realidade tem aos poucos mudado, de forma que as mulheres têm se interessado também pelo futebol, e com todos os avanços referentes a presença feminina dentro desse esporte, como citado anteriormente, as mulheres têm cada vez mais buscado compreender sobre esse esporte e também frequentar como torcedoras assíduas, interessadas e envolvidas com o futebol que é, sem dúvidas, um fato social (BROCH, 2021).

Nesse contexto, cabe discutir então sobre a atuação da mulher no jornalismo do futebol. Em 1970, na Rádio Mulher, a repórter Zuleide Ranieri foi a primeira narradora esportiva. Ela narrou, com drama e humor o jogo entre Palmeiras e Montevideú, em uma partida da Libertadores da América, em 1971. Apesar de ter alcançado boa audiência, Zuleide teve grande rejeição do público, especialmente dos homens, o que fez com que a emissora de rádio fosse fechada e a repórter nunca mais voltasse a narrar jogos de futebol. Essa resistência em aceitar mulheres no setor de esportes no rádio é ainda prevalente, muito pelo fato de que se tem o preconceito quanto a voz, exigindo-se para esse canal uma voz mais forte, um "vozeirão", além disso, a maioria dos proprietários de rádio são homens, o que enfatiza ainda mais essa barreira para atuação das mulheres nesse contexto (ALMEIDA; ARRUDA, 2020).

De forma oficial, Germana Garili foi a primeira mulher reconhecida pela Federação Paulista de Futebol como repórter feminina profissional a cobrir um jogo de futebol no campo, em 1972 (RAMOS, 2010). Em 1980 Martha Esteves foi a primeira a cobrir reportagens em vestiários dos jogadores, no Rio de Janeiro. As coberturas de Copas do Mundo, entretanto, ficaram marcadas pela presença de Anna Zimmerman, em 1998 na França, como a primeira jornalista mulher, e também Fátima Bernardes, em 2002, protagonizando o jornalismo esportivo como repórter especial da Seleção Brasileira de Futebol (OLIVEIRA, 2017; SANTOS; ESPÍNDOLA, 2020).

Outro exemplo foi quando em 2018 a repórter Bruna Dealtry, ao cobrir a partida entre Vasco da Gamas x Universidad de Chile no Rio de Janeiro, pelo canal Esporte Interativo, foi beijada a força por um torcedor. A repórter ficou constrangida, mas continuou seu trabalho. Ainda, outra repórter, a Renata Medeiros, foi insultada e agredida fisicamente por um torcedor em Porto Alegre, quando cobriu uma partida entre Grêmio e Inter (ALMEIDA; ARRUDA, 2020).

Em 2015 a repórter Gabriela Moreira foi alvo de agressões verbais de cunho machista ao cobrir a partida entre Santos e Palmeiras, na final da Copa do Brasil. Além de ser xingada, ela também foi ameaçada e atiraram em sua direção sinalizadores e garrafas. Vários outros casos aconteceram em campo, como a tentativa de negar a entrada das mulheres nos vestiários ou mesmo ao negador entrevistas em coletivas de imprensa, o que acontecia muito entre técnicos que não aceitavam dar entrevistas para mulheres, como era o caso do técnico Emerson Leão. Outros relatos que comumente ocorriam era de que muitos jornalistas homens, colegas de profissão, desvalorizava a atuação das suas colegas, dizendo que só conseguiam conteúdo jornalísticos por sua beleza, ou por se envolverem sexualmente com técnicos ou jogadores (DANTAS, 2016).

Frequentemente, as mulheres nessa profissão são expostas a críticas quanto suas habilidades, suspeitas quanto as suas competências, e acusações quanto ao uso da sedução para conseguir conteúdo. A ironia ocorre junto às ofensas, quando são questionadas sobre sua feminilidade, e até referidas com nomes torpes, do tipo “bruxa”, “piranhas”, “megeras”, o que sempre vem de um colega de profissão. Então são constantemente alvo de machismo, que torna o ambiente de trabalho um lugar intimidador e desconfortável. Ainda, muitas vezes não são ouvidas, sendo ignoradas pelos colegas ao fazer qualquer tipo de sugestão, o que não ocorreria se fossem homens. Gritos, xingamentos e condescendências repletas de ironia são desafios comuns com os quais as jornalistas esportivas precisam ainda conviver, mesmo que estejam ganhando espaço e se impondo, afinal, o machismo e o preconceito ainda é muito impregnado na sociedade (PACHECO; SILVA, 2020). No artigo de Neves (2019), há um relato exposto por jornalistas, sobre essa situação das mulheres no jornalismo esportivo:

As profissionais femininas precisam de força para provar a todo instante que têm competência para falar de futebol – no nível de um homem, ou melhor do que eles, por que não? Mas, no debate da TV, elas são tratadas como "musas" ou como "café com leite", quando a discussão entra em um patamar de profundidade de esquemas táticos, lei do impedimento e afins. Já no dia a dia, entre gracejos de jogadores e ameaças nas redes sociais, as jornalistas que expõem seus rostos e comentários na tela confrontam uma enraizada cultura machista. Para aquelas que empunham microfones em estádios, ouvir xingamentos é um triste padrão (p.14).

Um relato importante foi feito em 2021 pela jornalista esportiva Fabiola Thiele, em declaração dada durante uma entrevista para um Rádio de Porto Alegre (MOURA, 2021). Segundo a jornalista:

Muitos homens não suportam a ideia de ver uma mulher falando sobre algo que eles acham que deveriam ser só deles. Cansei de ouvir a frase “fala de futebol para agradar homem” ou “pelo menos explica o que é impedimento”. Sem falar nas vezes que não ligaram para o que eu estava falando, apenas cuidando o físico (THIELE, Fabiola entrevista em 17 de novembro de 2021).

Fabiola iniciou no jornalismo esportivo em 2020, e segundo ela, muitos são os desafios que precisa enfrentar na sua atuação (MOURA, 2021). Ao ser questionada sobre o que seria necessário fazer para que as mulheres fossem reconhecidas no jornalismo esportivo assim como os homens são, ela respondeu:

Eu acho que o primeiro passo é nós mulheres nos unirmos, acredito muito na frase “juntas somos mais fortes”. É extremamente difícil e traumatizante lidar com o machismo por querer trabalhar com o que a gente ama, precisamos de mulheres que apoiem outras mulheres e fortaleçam outras mulheres. Outro passo é nunca se calar, é não dar ao machismo o que eles tanto querem, que é a nossa desistência. Mulheres nesse meio – como em qualquer outra – são extremamente competentes e em muitos casos, mais competentes que os homens, o espaço é nosso também e quanto mais a gente falar, mais eles vão ter que respeitar (THIELE, Fabiola entrevista em 17 de novembro de 2021).

Esses exemplos são clássicas formas de machismo e preconceito que parecem anular todas as conquistas das mulheres, e cria uma visão semelhante ao que ocorria nos anos 50, quando as mulheres sofriam com a exclusão e o preconceito de gênero, não tinham espaço algum de atuação, e a profissão de jornalista esportiva era apenas utopia. De uma forma geral, não se questiona a capacidade do homem em sua atuação no jornalismo esportivo, mas a da mulher é sempre colocada em prova, de maneira a minimizar seus esforços e desvalorizar seu potencial. Contudo, apesar dos muitos desafios, as mulheres têm alcançado seus espaços, mostrando que não são apenas corpos e rostos bonitos, ou objetivos de desejo, com muitos pensam, mas são profissionais competentes capazes de fazer um jornalismo esportivo de credibilidade (ALMEIDA; ARRUDA, 2020).

Frente a isso, compreende-se que as mulheres têm, cada vez mais, buscado seu espaço ao tornar pública a discussão sobre sua realidade opressora e desvalorizante. Muitos grupos têm se organizado para lutar pelas causas das mulheres, tomando iniciativas em todos os âmbitos. No contexto jornalístico esportivo isso tem sido notado, por exemplo, na campanha “Deixa Ela Trabalhar”, de 2018, a qual será tratada neste estudo.

### CAPÍTULO 3 – O *INSTAGRAM* COMO ESPAÇO DE VISIBILIDADE PARA AS DIFICULDADES ENFRENTADAS PELAS MULHERES NO JORNALISMO ESPORTIVO

Diante do exposto no capítulo anterior, compreende-se que as mulheres que atuam no jornalismo esportivo enfrentam diversos desafios em sua profissão, especialmente no que tange o preconceito e o machismo que as atinge. É bastante notório o fato de que essas mulheres são frequentemente desrespeitadas, sendo alvo de palavras torpes, xingamentos, insultos, adjetivos pejorativos e muitas vezes, agressão física, como já mencionado anteriormente, que tende a ocorrer livremente na sociedade, sem que haja grandes repressões, uma vez que a cultura do machismo é ainda muito presente (SANTOS, 2020).

É comum ver, por exemplo, em coberturas de grandes partidas de futebol, que ao aparecerem na transmissão ao vivo, as mulheres são “encoxadas”, agarradas, beijadas a força por torcedores. Essas cenas de assédio ocorrem livremente, sem que o assediador se sinta intimidado pelas câmeras. Pelo contrário, parece sentir prazer em mostrar seu comportamento e sua superioridade (BOURDIEU, 2010). Nesse contexto de desafios e luta para ganhar espaço no jornalismo esportivo, as mulheres passaram a denunciar o assédio sofrido ao desempenharem sua função.

Inicialmente, em 2016, houve um episódio de agressões verbais do cantor Biel a uma repórter do Portal iG, o que motivou diversos profissionais do jornalismo a se manifestarem nas redes sociais. Essa manifestação se deu com o lançamento de uma *Hashtag*, que é uma marcação utilizando o símbolo “#” que permite que as publicações semelhantes sejam agrupadas e facilmente localizadas, além de serem impulsionadas para alcançar maior visibilidade. A *hashtag* lançada nesse episódio de agressão verbal do cantor foi #JornalistasContraoAssedio a qual teve bastante repercussão na época (MORAIS, 2016).

Infelizmente outros episódios de desrespeitos às jornalistas esportivas continuaram a acontecer. Dois casos bastante conhecidos ocorreram em fevereiro de 2018; primeiro com a repórter Bruna Dealtry, que ao fazer uma transmissão ao vivo de uma partida do jogo da Libertadores da América, foi beijada à força por um torcedor, deixando-a extremamente constrangida. Alguns dias depois a repórter Renata Medeiros foi insultada e agredida fisicamente por um torcedor ao fazer a cobertura do clássico Inter e Grêmio. Na ocasião, além da agressão física, o jogador gritou com a repórter a seguinte expressão: “sai daqui, sua puta”. Esses casos ficaram marcados na mídia e levou ao surgimento de uma nova frente de protestos que também utilizou as redes sociais para se propagarem (RAMIRES, 2020).

Esses protestos tiveram grande repercussão e reuniram vários profissionais do jornalismo. O manifesto inicial se deu a partir de um vídeo que apresentava matérias e relatos sobre casos de agressões, com imagens dessas agressões, além dos comentários que eram feitos em redes sociais contra as jornalistas do esporte. Esses comentários foram narrados por vozes masculinas, que traziam, além de palavrões, questionamentos sobre a capacidade dessas profissionais. Após essa apresentação, nesse vídeo com duração de 2 minutos e 29 segundos, profissionais da área se alternaram nos dizeres descritos abaixo, e em seguida o vídeo era encerrado com uma tela preta, escrito na cor branca #DeixaElaTrabalhar (RAMIRES, 2020).

Aconteceu comigo.  
Recentemente, também aconteceu comigo.  
Já aconteceu com todas nós...  
E não dá mais pra acontecer.  
Vagabunda, piranha...?  
Isso não é normal.  
Até quando?  
Somos mulheres.  
E profissionais.  
Só queremos trabalhar em paz.  
O esporte também é lugar nosso.  
Encosta em mim quem eu quero.  
Quando eu quero.  
No meu trabalho, ao meu trabalho...  
Eu quero respeito.  
Precisamos de respeito.  
Merecemos respeito.  
Respeito nos estádios, nas redações, nas ruas...  
Respeito de torcedores, colegas, chefes...  
Respeito de técnicos, jogadores e dirigentes.  
Respeitem a nossa voz e as nossas escolhas.  
Somos repórteres, comentaristas, jogadoras...  
Bandeirinhas, árbitras.  
E a gente está nessa já faz tempo.  
E não vamos parar.  
Vamos continuar ocupando nossos espaços.  
Chega de desconfiança.  
Chega de diferenciação.  
Ei, você aí... homem... mulher...  
Sociedade, autoridade.  
Chegou a hora de se importar.  
A omissão também machuca.  
E juntos somos mais fortes.  
Juntas somos invencíveis.  
Não é engraçadinho.  
Não é só machismo.  
É desrespeitoso.  
É nojento.  
É ofensivo.  
É uma violência.  
É uma violência.  
Chega (repete-se por várias vezes)  
Deixa ela trabalhar (repete-se por várias vezes)

A campanha que iniciou com a #DeixaElaTrabalhar reuniu profissionais jornalistas do esporte, todas mulheres. Mas logo a campanha se tornou um coletivo que fez surgir uma página nas principais redes sociais o @deixaelatrabalhar no *Instagram*, e o @deixaelatrab no *Facebook* e *Twitter*, a qual constitui-se como um importante espaço para que outras profissionais pudessem denunciar casos de assédio (RAMIRES, 2020).

Fato curioso é que esse desdobramento importante do feminismo nesse contexto foi diferente dos outros anteriores por utilizar do espaço virtual, mais precisamente, das redes sociais para alavancar suas reivindicações. Em virtude do avanço das tecnologias da informação e do maior alcance promovido pela internet, lutas em favor do direito das mulheres e dos grupos mais inferiorizados, como os indivíduos LGBTQIA+, passaram a ter maior visibilidade a partir das redes sociais (SILVA, 2019).

Sobre isso, Santos (2020) relatou que:

Podemos identificar que a estrutura de poder da comunicação foi modificada e a força política foi descentralizada, abrindo espaço para outras pautas. As mulheres foram beneficiadas por esse processo. Essa nova forma de visibilidade e de interacionalidade criada pela mídiatização, proporcionou que elas encontrassem nas mídias digitais um lugar onde as questões ligadas à identidade feminina pudessem emergir. A partir de uma maior interação assegurada pela internet, criou-se um espaço de diálogo para diversos assuntos, entre eles, os ligados ao feminismo. O tema não é novo, mas com os meios contemporâneos, tomou nova forma e força na sociedade (p.35).

A internet, meio pelo qual essas lutas têm tomado força, é uma ferramenta que permite um novo formato de comunicação, com discussões livres sobre diversos temas. Silva (2019, p.28) descreve que “Campanhas online com o intuito de encorajar mulheres a denunciarem violência de gênero ganharam força e repercussão”. Especialmente após 2015 muitos movimentos feministas foram surgindo nas redes sociais, fortalecendo o chamado “Ciberfeminismo”, permitindo que fossem expostos temas como preconceito, machismo e assédio sofrido pelas mulheres, utilizando as *hashtags* para facilitar e impulsionar a luta (SANTOS, 2020). Sobre essa luta feminina na internet, especialmente para denunciar o que SILVA (2019) chama de “violências machistas de cada dia”, é importante trazer alguns relatos de autores:

A internet se concretiza como um espaço público de debate para pautas políticas emergentes na sociedade. Essa possibilidade permitiu que as mulheres utilizassem essas redes como um instrumento para o ativismo político ligado às causas feministas. As campanhas e movimentos que surgem neste contexto conseguem promover de modo efetivo uma mudança no cenário de violências que as mulheres muitas vezes estão inseridas. Essas consequências acontecem pelo fato de que a esfera pública que é criada na internet se torna capaz de gerar uma repercussão em diversas outras esferas públicas midiáticas (SANTOS, 2020, p. 44).

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

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

Através das redes sociais, as mulheres estão se organizando e articulando movimentos que vem atingindo um grande número de pessoas (...) que antes não tinham acesso e, conseqüentemente, pautando o assunto na grande mídia (SANTOS, 2020, p. 38).

Porque ele [feminismo] se apropriou do ambiente virtual com força. A internet mudou tudo! Houve hashtags incríveis, em campanhas que partiam do individual para o coletivo, como #nãoénão e, sobretudo, #primeiroassédio. Esta última inundou as redes em 2015 com relatos estarrecedores de mulheres de todas as idades sobre abusos sofridos (HOLLANDA, 2018, s/p).

Campanhas online são criadas por indivíduos ou pequenos grupos e compartilhadas por muitas mulheres, possibilitando a construção de identidades feministas entre as usuárias das redes (PEREZ, 2019, p.9)

Percebe-se então como a internet tem sido importante meio de tornar visível a luta das mulheres, que por anos foram silenciadas. E a partir dos relatos expostos acima, compreende-se que a possibilidade de compartilhar e “viralizar” assuntos pela internet contribui para que essa luta ganhe força dentro da sociedade.

De uma maneira geral, as redes sociais têm se estabelecido como um espaço importante para expor fatos e opiniões e tem sido importante para que as profissionais, jornalistas esportivas, possam se expressar sem que haja qualquer tipo de impedimento vindo por exemplo, dos homens (SANTOS, 2020). Sobre isso, alguns autores relatam que:

A mídia alternativa vem crescendo muito por justamente oferecer novos caminhos para as pessoas que desejam se informar sobre os assuntos que mais lhe agradam. Dificilmente encontraríamos uma grande mídia feita por mulheres abordando somente a participação delas no esporte. As oportunidades para se informar cresceram, os meios de comunicação também cresceram e estão muito segmentados na internet (...) As novas mídias, abrem espaço para uma diversidade de profissionais e para uma pluralidade de opiniões que ajudam a desmistificar preconceitos e piadas machistas reproduzidas no meio esportivo. Na internet, elas podem se desprender da dominação que homem exerce na cobertura do esporte (SANTOS, 2020, p. 44).

Nesse sentido, as principais mídias sociais – *Facebook, Instagram, Twitter e Youtube* – são meios que potencializam os debates de diferentes ideologias de forma aberta. O *Instagram*, por exemplo, é a quarta rede mais usada no Brasil, que surgiu em 2010 inicialmente para compartilhamento de fotos, mas em 2012, após ser comprado pelo *Facebook*, passou a ter outras funções e em 2016 permitiu o compartilhamento de fotos e vídeos que ficariam disponíveis por 24 horas, os chamados *stories*. Em 2018 lançou o IGVT, que permitiu compartilhar vídeos de até 1 minuto, e em 2020 lançou o *Instagram Reels*, que permite vídeos criativos de até 15 segundos. Nesse contexto, uma ferramenta muito utilizada é a *hashtag*, que tem função de indicar, agrupar, realçar e expressar, unindo pessoas em torno de um mesmo tema, e permitindo expressar opiniões e emoções com o símbolo “#” (REIS, 2017; SILVA, 2017). Sobre as *hashtags*, alguns autores relatam que:

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

Para o ciberfeminismo as hashtags se tornaram uma ferramenta que pode ser acionada como uma estratégia para a luta feminista. Essa linguagem passou a ser utilizada por diversos movimentos políticos para facilitar a conexão com grupos apoiadores e também como uma forma de disseminar um assunto, possibilitando novos meios de debate (SANTOS, 2020, p. 47).

Utilizando essa ferramenta, a campanha *#DeixaElaTrabalhar*, que repercutiu nas redes sociais como um espaço para denúncia dos assédios sofridos de forma diária pelas jornalistas esportivas, se espalhou tão rápido pela internet, que no *Instagram* já soma 11,6 mil seguidores, no *Facebook* tem mais de 21 mil curtidas e no *Twitter* tem quase 6 mil seguidores. Ainda, ganhou destaque na mídia nacional e internacional, repercutindo em diversos canais de televisão em outros países, como a *BBC News* e o *El país*. As 52 jornalistas que se uniram para criar a campanha tinham uma coisa em comum: todas haviam sofrido algum tipo de assédio ao longo de sua atuação como jornalista esportiva. Essas são algumas, dentre as muitas jornalistas que foram assediadas e silenciadas, mas que agora podem ser ouvidas e denunciar os casos de assédio nesse importante canal criado (FERNANDES, 2019).

Segundo Santos (2020, p.48):

A *#DeixaElaTrabalhar* se encaixa nessa expansão [do ativismo nas redes], pois ela surgiu como uma ferramenta para que as jornalistas esportivas vítimas de assédio pudessem expressar a maneira como se sentiram ao serem assediadas. A princípio, a

campanha formou uma rede de agrupamentos por interesses em comum, como os clubes e outras instâncias envolvidas com o futebol que rapidamente aderiram à campanha. Além da adesão de diversas mulheres e de pautas feministas. A campanha conseguiu reverberar um assunto que até então ficava estagnado entre as mulheres que atuam no jornalismo esportivo, de modo a fazer com que o mundo tomasse conhecimento do assédio diário que elas enfrentam.

Além dessa campanha, outras com o mesmo intuito surgiram, dando voz a essas denúncias. Por exemplo, o canal SportTV fez, no Dia Internacional da Mulher em 2019, uma ação que escancarou a violência contra as jornalistas do esporte e que muitas vezes ficam esquecidas, silenciadas. A ação consistia nos homens, colegas de profissão, lerem os comentários que foram feitos nas redes sociais desse canal de televisão para as jornalistas. Percebeu-se que quase sempre as pessoas veem as redes sociais como um espaço completamente livre, sem consequências de seu uso, no qual pode ser falado o que se deseja sem punição, com falas carregadas de preconceito e discriminação (SANTOS, 2020).

Os blogs também têm sido relatados como um meio pelo qual as jornalistas esportivas têm encontrado para se impor. O “Dibradoras”, por exemplo, é um blog criado em 2015 por quatro mulheres, que inicialmente criaram um grupo no *Facebook* que se expandiu para o *Youtube* e depois para podcasts. Hoje o blog está vinculado ao UOL online, e segundo as autoras foi um espaço que encontraram para romper a barreira do jornalismo esportivo, permitindo que mulheres do esporte tivessem voz. Entre os temas tratados pela página, tem-se os esportes praticados por mulheres em diversas modalidades, as conquistas das atletas e equipes femininas, e as questões relacionados ao machismo, preconceito, e a luta por espaço. No *Instagram* o perfil tem mais de 11 mil seguidores e no *YouTube* mais de 2 mil inscritos, sendo um site com postura militante, que busca dar visibilidade as mulheres no esporte (PINA, 2018; MENDONÇA, 2019).

Além das campanhas que dão luz ao assédio sofrido por jornalistas esportivas, muitas outras *hashtags* foram lançadas na luta em prol do respeito às mulheres. Podemos citar, como campanhas virtuais utilizando *hashtags*, as seguintes: #ChegadeFiuFiu, #MeuPrimeiroAssédio, #MexeuComUmaMexeuComTodas, #ElesPorElas, #MeuAmigoSecreto, #MamilosLivres, #MulheresContraCunha, e no jornalismo, a tão difundida #JornalistasContraAssédio.

Todas essas têm grande visibilidade nas redes sociais brasileiras e dão a dimensão devida a todo tipo de assédio que cause constrangimento, viole a intimidade, desrespeite ou duvide da capacidade da mulher, que tenham ou não teor sexual, e que cause danos físicos, morais, psicológicos e sexuais à mulher, violando seus direitos humanos (SANTOS, 2020).

Esses movimentos são atuações feministas contra o assédio e o machismo, dando luz a esse assunto que foi por muito tempo ignorado. E é nesse contexto que a #DeixaElaTrabalhar se coloca, mostrando seu importante papel na luta das mulheres jornalistas esportivas contra o assédio e todo tipo de desrespeito e violência, seja ela em espaço público ou privado (MENDONÇA, 2019; SANTOS, 2020).

## 4 METODOLOGIA

O caminho metodológico trilhado para o desenvolvimento deste estudo se iniciou com a escolha da página @DeixaElaTrabalhar no *Instagram*, a qual passou por análise preliminar de suas publicações para verificar se enquadravam na hipótese inicial de que essa rede social permitiria uma grande repercussão sobre o assunto. No refinamento da análise preliminar percebeu-se que os seguidores da página e usuários da rede, no geral, pareceram não se envolver nas discussões levantadas sobre o tema “assédio sofrido pelas jornalistas esportivas”. Com a hipótese inicial refutada, pareceu interessante compreender o motivo dessa baixa repercussão, o que nos chamou atenção para a denúncia de um silenciamento sobre o assunto, no qual o medo ou simples desinteresse acerca do tema são fortes indícios de um fenômeno social ainda mais complexo e profundo dentro da nossa sociedade – ou seja, um forte estereótipo de desrespeito e desvalorização da mulher, uma cultura de fortalecimento desses estereótipos e de desinteresse em desconstruí-lo.

Para isso, foi realizado o modelo epistemológico chamado estudo de caso na pesquisa comunicacional. O direcionamento dessa metodologia foi feito a partir do proposto por Braga (2008, p.73), que considera os seguintes critérios característicos desse modelo: “estudo de casos; busca de indícios para percepção de fenômenos mais complexos; a distinção entre indícios essenciais e acidentais; e a articulação entre indícios para elaboração de inferência”. Segundo o autor, esse formato metodológico possibilita gerar conhecimentos mais amplos envolvidos com fenômenos sociais.

O estudo de caso (EC) é, segundo Yin (2001, p. 32):

Uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto de vida real, quando a fronteira entre o fenômeno e o contexto não é claramente evidente e onde múltiplas fontes de evidência são utilizadas.

Nesse sentido, para este trabalho foi escolhida a abordagem EC pois, como Duarte considera, o EC é válido “quando há pouco controle sobre os eventos e quando o foco se encontra em fenômenos contemporâneos em algum contexto da vida real”, e isso foi o que encontramos no assunto aqui tratado: o contexto de vida real – jornalistas esportivas, e o eventos não controlados – a questão do assédio.

Para isso, foram seguidas cinco etapas, as quais são propostas por Wimmer e Dominick (1996, p. 162):

(1) Planejamento; (2) estudo-piloto com aplicação prévia da pesquisa em campo, um ensaio prévio por meio do qual se poderá corrigir o planejamento da investigação, a organização prática do trabalho de campo, revisar o protocolo de investigação; (3) coleta de dados feita por meio de documentação, entrevistas, observação/participação e os objetos físicos; (4) análise da informação; e (5) redação do relatório.

Os passos (1) Planejamento e (2) Ensaio Prévio, foi realizado com apoio da orientadora deste trabalho, nos meses de dezembro de 2021 a fevereiro de 2022, quando fizemos uma análise inicial do assunto nas redes sociais, a fim de direcionar as demais etapas, que foram então acontecendo ao longo do primeiro semestre de 2022.

Percebeu-se então que com o EC seria possível olhar para a realidade, não determinando uma escolha metodológica, mas um objeto a ser estudado, que neste caso foram as mulheres no jornalismo esportivo e a campanha #DeixaElaTrabalhar. Assim, como descrito na literatura, o EC apresenta natureza qualitativa ou naturalística, pois é rico em dados que focam a realidade, descrevendo de forma detalhada, complexa, flexível e contextualizada (DUARTE, 2005). Com essa abordagem, e considerando que a realidade pode ser vista sob diferentes olhares, buscou-se identificar os vários elementos envolvidos na questão das jornalistas esportivas, particularmente frente a campanha #DeixaElaTrabalhar, possibilitando os leitores tirarem suas próprias conclusões, e assim contribuir para dar visibilidade a esse assunto.

## 5 ANÁLISE DO PERFIL @DEIXAELATRABALHAR

### 5.1 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO – ANÁLISE DO DISCURSO

A fim de apresentar a análise realizada do perfil @deixaelatrabalhar no *Instagram*, cabe inicialmente discorrer sobre o procedimento metodológico utilizado, o qual se deu com base na Análise do Discurso (AD), uma vertente da linguística que permite estudar o discurso considerando a relação entre ideologia, língua e discurso, e os sentidos gerados nos enunciados, uma vez que o discurso consiste na ideologia materializada que se movimenta com a prática da linguagem (ORLANDI, 1999).

A Análise do Discurso, como seu próprio nome indica, não trata da língua, não trata da gramática, embora todas essas coisas lhe interessem. Ela trata do discurso. E a palavra discurso, etimologicamente, tem em si a ideia de curso, de percurso, de correr por, de movimento. O discurso é assim palavra em movimento, prática de linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando (ORLANDI, 1999, p. 15).

A AD é, portanto, um método que objetiva não apenas analisar como se deu a transmissão de uma mensagem, mas também explorar o sentido dessa transmissão. Assim, considera o emissor, o receptor e o contexto do discurso, analisando as palavras e expressões e a forma como essas estão estruturadas, bem como suas interpretações e significados. Essa análise requer que o pesquisador considere todo o contexto, sem descartar o conteúdo, uma vez que o que se argumenta é muito além daquilo que se fala ou se escreve. Para uma adequada e completa AD, é necessário ainda que se tenha sensibilidade para identificar e interpretar subjetividades no discurso realizado (BASTOS *et al.*, 2019).

Essa análise é do tipo qualitativo-interpretativista, ou seja, investiga e estuda o objeto na sua forma natural a fim de atribuir sentidos aos fenômenos, considerando os significados que as pessoas dão para eles. Dessa forma, não se faz análise quantitativa, mas sim análise do ampla e aprofundada do objeto, incluindo “os efeitos de memória, da história, as ideologias, as heterogeneidades, os não ditos e/ou os já ditos” (SILVA; ARAÚJO, 2017, p.20).

A Análise do Discurso consiste numa técnica de análise que explora as relações entre discurso e realidade, verificando como os textos são feitos, carregando significados por meio dos processos sociais. Os textos podem ser considerados tanto uma unidade discursiva como manifestação material do próprio discurso (MOZZATO; GRZYBOVSKI, 2011, p. 737-738)

Nessa análise, que permeia as ciências sociais e humanas, há que se considerar como o imaginário é retratado, isso porque as palavras mudam de sentido de acordo com a forma com que são empregadas (ORLANDI; GUIMARÃES; TARALLO, 2009). Assim, “os sentidos vão se estabelecendo através de já ditos ou já construídos, ora retomando discursos em forma de paráfrase e reproduzindo sentidos, ora em uma disputa acirrada de efeitos discursivos” (SOARES, 2007, p. 183).

A AD amplia o enfoque da pesquisa ao se caracterizar, para além de um suporte de pensamento ou instrumento de comunicação, como uma construção e interação social. De acordo com Gonçalves (2016, p. 284), ela “propõe o entendimento de um plano discursivo que articula linguagem e sociedade, estas intercaladas pelo contexto ideológico”. Dessa forma, ela considera os sentidos, não aqueles traduzidos, mas aqueles produzidos.

A Análise do Discurso tem a pretensão de interrogar os sentidos estabelecidos em diversas formas de produção, verbais ou não verbais, bastando que sua materialidade produza sentidos para interpretação. Pressupõe-se, assim, que o discurso não se restringe a uma estrutura ordenada de palavras, nem a uma descrição ou a um meio de comunicação, tampouco se reduz a mera expressão verbal do mundo (GONÇALVES, 2016, p. 284).

Com relação à forma como a metodologia da AD se dá, Bastos *et al.* (2019) relatam que:

A metodologia de análise não incide em uma leitura horizontal, ou seja, em extensão, tentando observar o que o texto diz do início ao fim, mas, realiza-se uma apreciação em profundidade, que é possibilitada pela descrição-interpretação em que se examina, por exemplo, posições e sujeitos assumidos, imagens e lugares estabelecidos a partir de regularidades discursivas demonstradas nas materialidades (p. 20).

Os quatro principais temas trabalhados na metodologia da AD são: “1) uma preocupação com o discurso em si mesmo; 2) uma visão da linguagem como construtivista (criadora) e construída; 3) uma ênfase no discurso como uma forma de ação; 4) e uma convicção na organização retórica do discurso” (BASTOS *et al.*, 2019, p.26309). Além disso, é importante destacar que a AD conta com dois elementos fundamentais: o recorte e o enunciado. O recorte consiste em fragmentos da linguagem, da “circunstância discursiva”, ou seja, recortes que se entrecruzam e também se dispersam, a depender do contexto. Já o enunciado é um elemento que pode ser separado e também relacionado a outros semelhantes, e consiste não apenas em frases ou palavras, mas a imagens, desenhos, gráficos e outros.

Outro ponto importante dentro da AD é o efeito de sentido no que se pretende e no que se produz, dentro do discurso. E esses efeitos não possuem um caráter de convergência e de concordância, mas o que se vê é que o discurso assume um papel fundamental de divergência, seja no efeito que se pretende, seja no efeito que se produz (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2012).

## 5.2 DISCURSO DE ÓDIO E AS REDES SOCIAIS

Dentro da análise do discurso, um dos temas a ser estudado é o discurso de ódio, o qual consiste fundamentalmente em uma violência simbólica, que envolve assédio, desmoralização, insulto, intimidação, discriminação, que podem até mesmo extravasar o contexto simbólico, e perpassar pela violência física (MARTINS, 2019). Segundo Brugger (2007, p. 118) o discurso de ódio consiste em “palavras que tendem a insultar, intimidar ou assediar pessoas em virtude de sua raça, cor, etnicidade, nacionalidade, sexo ou religião, tendo a capacidade de instigar violência, ódio ou discriminação contra tais pessoas”.

Há dois atos principais envolvidos no discurso de ódio: o insulto e a instigação. O insulto é um tipo de desrespeito a um grupo social em virtude de alguma característica compartilhada por ele, e concerne diretamente à vítima. Nesse ato se estabelece a vitimização difusa, em que a prática é compartilhada, sabe-se que há vítimas, mas não se sabe quantas são (MARTINS, 2019). Sobre isso Silva *et al.* (2011, p. 447) descreve que:

Mesmo que determinado indivíduo tenha sido diretamente atingido, aqueles que compartilham da característica ensejadora de discriminação, ao entrarem em contato com o discurso odioso, compartilham da situação de violação. Produz-se o que se chama de *vitimização difusa*: não se afigura possível distinguir quem, nominal e numericamente, são as vítimas do discurso de ódio. O que se sabe é que há pessoas atingidas e que tal se dá por conta de pertencerem a um determinado grupo social.

A instigação é outro ato do discurso de ódio, que está voltado para outros indivíduos, que não são vítimas, mas que são estimulados a participar desse ato discriminatório para que a violência se amplie, e ultrapasse o discurso verbal, se manifestando também em ações, por meio de uma adesão importante ao discurso (MARTINS, 2019, p.3).

Nesse sentido, o emissor do discurso de ódio faz largo uso de certas estratégias de persuasão, aproveitando elementos relativos à área de publicidade e propaganda para angariar adeptos. Entre essas estratégias, há a criação de estereótipos, a substituição de nomes, a seleção exclusiva de fatos favoráveis ao seu ponto de vista, a criação de “inimigos”, o apelo à autoridade e a afirmação e repetição. Também, a ausência de contraposição direta e imediata a tais mensagens, e com o uso de técnicas de

manipulação emocional, aumenta a probabilidade de aceitação do discurso lesivo. Ambas essas faces, aquela a insultar e a outra a instigar, revelam que o discurso de ódio, ademais de expressar, busca intensificar a discriminação.

Esse discurso ganhou força em sua versão cibernética, e com o uso generalizado da internet as pessoas passaram a criar diversos conteúdos, o que fez com que os limites da liberdade de expressão fossem ultrapassados, levando o compartilhamento veloz de mensagens de preconceitos contra grupos mais vulneráveis. Isso se potencializou ainda mais por meio das redes sociais, como *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*, os quais, por meio da possibilidade de anonimato, maximizam o discurso de ódio (STROPPA; ROTHEMBURG, 2015).

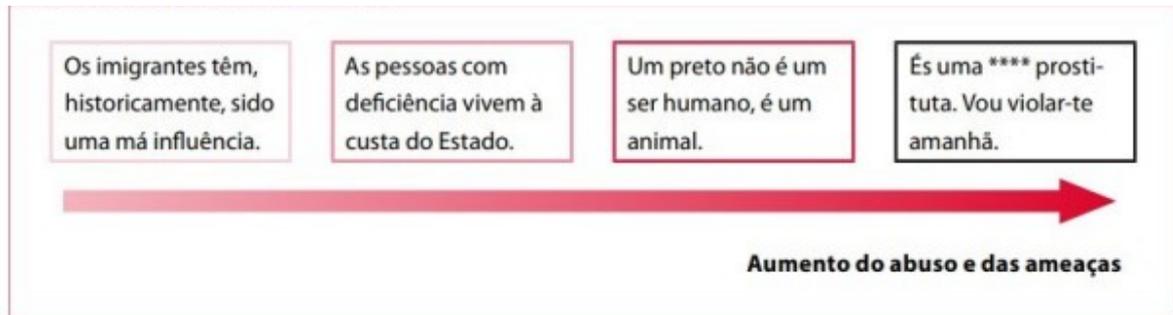
Cada vez mais as redes sociais concentram conteúdos contendo discursos do ódio voltados deliberadamente a incitar a discriminação e o tratamento degradante a determinados grupos sociais com conteúdo racistas, homofóbicos, xenofóbicos e intolerantes com determinadas religiões e com pessoas com deficiência (STROPPA; ROTHEMBURG, 2015, p.459).

A internet tem sido atualmente o principal meio para propagar o discurso de ódio, uma vez que a exposição de mensagem discriminatórias contra as minorias tem sido constante, maximizadas e agravadas em virtude da possibilidade de anonimato, já que não há uma consequência bem definida para aquele que discursa, e também pela facilidade com que maior número de pessoas são alcançadas (NANDI, 2018).

Expor mensagens odiosas nas redes sociais contra as minorias: LGBTs (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros), mulheres, negros, índios entre outras socialmente reprimidas, cria uma ruptura na rede e nas relações entre os atores. Atualmente a internet e por consequência as redes sociais são os principais meios para propagar o discurso de ódio. Os usuários através de seus perfis podem expor suas ideias, sentimentos, criar informação ou compartilhar informações com os nós da sua rede. Ativistas do ódio utilizam dessa ferramenta para compartilhar seu discurso (NANDI, 2018, p. 38).

E o discurso tende a ser mais danoso quanto maior for a sua abrangência, logo, em redes sociais que alcançam milhares de pessoas com muita rapidez, o efeito danoso do discurso de ódio faz milhares de vítimas e pode ser apresentado em diversos formatos, como brincadeiras, piadas estereotipadas, posicionamentos contrários, xingamentos, e outras possibilidades de expor o preconceito contra minorias (SANTOS; SILVA, 2013).

Para Keen e Georgescu (2016), o discurso de ódio praticado em redes sociais pode se apresentar em diversos formatos, desde algo sutil, até exposições claras de violência, repúdio e discriminação. Ao analisar esse tipo de discurso, os autores apontam que ele apresenta tons específicos, que vão aumentando a partir da palavra ou expressão utilizada para demonstrar esse ódio. As figuras abaixo ilustram essa ideia.



**Figura 1** – Intensidade do discurso.

Fonte: KEEN; GEORGESCU, 2016, p. 151.

A figura 1 ilustra a intensidade do discurso de ódio, que tende a se iniciar de forma sutil, e ir aumentando conforme o uso de determinadas expressões, agravando o abuso e aumentando as ameaças. De uma forma geral, essa intensidade tende a ser maior e mais grave frente ao anonimato, especialmente na utilização de perfis falsos (*Fakes*) nas redes sociais.



**Figura 2** – Alcance do discurso.

Fonte: KEEN; GEORGESCU, 2016, p. 153.

A figura 2 ilustra como se dá o alcance do discurso de ódio, que varia de acordo com as pessoas que estão envolvidas, fazendo com que o discurso seja muito mais grave quanto maior for a audiência. E na internet, a possibilidade de disseminação desse tipo de discurso é bastante ampla, e pode fazer incontáveis vítimas, que se sentem afetadas por ele, mesmo que não estejam diretamente relacionadas.

Sobre a intensidade e alcance do discurso do ódio, Silva (2011) descreve que:

Quando uma pessoa dirige um discurso de ódio a outra, a dignidade é vulnerada em sua dimensão intersubjetiva, no respeito que cada ser humano deve ao outro. Mas não só isso. No caso do discurso odioso, vai-se além: é atacada a dignidade de todo um grupo social, não apenas a de um indivíduo. Mesmo que este indivíduo tenha sido diretamente atingido, aqueles que compartilham a característica ensejadora da discriminação, ao entrarem em contato com o discurso odioso, compartilham a situação de violação. Produz-se o que se chama de vitimização difusa. Não se afigura possível distinguir quem, nominal e numericamente, são as vítimas. Aquilo que se sabe é que há pessoas atingidas e que tal se dá por conta de seu pertencimento a um determinado grupo social (p. 84).

Nesse contexto, um dos grupos sociais que tem sofrido com o discurso de ódio são as mulheres. Isso porque, embora com os avanços alcançados na sociedade atual voltado para os direitos das mulheres, a sociedade ainda persiste com uma estrutura machista que viabiliza a violência de gênero, a qual tem sido fortemente disseminada nas redes sociais (FAGUNDES: DINARTE, 2017). E em meio a esse grupo social, um subgrupo em especial chama nossa atenção neste presente estudo: as mulheres jornalistas esportivas, as quais têm sido vítimas frequentes de violências que já sobressaíram o ambiente físico e se estabelecem de maneira agressiva no ambiente virtual.

O fenômeno é mais amplo, envolvendo um deslocamento das ameaças físicas às jornalistas no campo para ameaças on-line, tais como o *hackeamento* de seus computadores, sua geolocalização ou a revelação pública de alguns de seus dados pessoais. A questão atualmente em debate e amplamente divulgada nos últimos anos é o discurso de ódio anti-jornalista e anti-mídia e o assédio on-line às profissionais. Em vários eventos em países muito distintos, as jornalistas relatam violências on-line significativas (CAN; PEREIRA; RUELLAN, 2021, p. 11),

Assim, contra esse tipo de discurso o ciberativismo feminista tem ganhado força, pois permite potencializar outros tipos de discursos: o de denúncia, de desabafo, de luta contra a opressão a que as mulheres são submetidas. E no ambiente online, especialmente com o uso das *hashtags*, as mulheres tem encontrado importante espaço de luta, de união para protestos, e de reivindicações, de exposição de temas como abuso sexual, discriminação,

desvalorização do papel da mulher, rompendo com o silenciamento histórico a que as mulheres sempre foram submetidas (SILVA, 2019).

Vê-se então uma luta constante entre a minoria que não quer ser calada, e uma maioria que continua a destilar seu discurso de ódio. As redes sociais “converteu-se em uma nova plataforma, tanto para romper o silêncio quanto para impô-lo com ameaças e intimidações” (SOLNIT, 2017, p. 82). Assim, compreende-se a importância de discutir sobre essa luta, e sobre essa temática se constrói esse presente trabalho, voltando-se para a análise do perfil @deixaelatrabalhar, no *Instagram*, que será apresentada a seguir.

### 5.3 ANÁLISE DO PERFIL @DEIXAELATRABALHAR NO *INSTAGRAM*

Conforme relatado no capítulo 2, a #deixaelatrabalhar é símbolo de um movimento protagonizado por jornalistas esportivas com o intuito de tornar público as queixas de assédio, desrespeito e desvalorização que recebem diariamente, e nesse contexto, o perfil @deixaelatrabalhar foi criado para ser um local de destaque desse movimento. Nesse sentido, diante de todo o exposto até aqui, a análise do perfil @deixaelatrabalhar se estabelece como uma forma de dar luz a luta das jornalistas esportivas no ambiente virtual contra todo assédio e discriminação a que são submetidas diariamente dentro e fora das redes sociais.

Em uma análise inicial, pôde-se perceber que a página teve menos de um ano de atividade (desde sua primeira publicação até a última). Desde o início da minha pesquisa, em dezembro de 2021, até a presente data, percebi que a página foi perdendo seguidores (cerca de 20 ao todo). Cerca de 77% dos posts foram feitos no primeiro mês de criação da página, depois essa frequência foi diminuindo demasiadamente.

É possível perceber que na primeira metade das publicações são observados somente comentários positivos e apoiadores, mas quando a campanha passa a ser divulgada em outras mídias começa a receber apoio de personalidades, aparecem comentários machistas. Mesmo com a inatividade da página, se pesquisarmos pela *hashtag* “DeixaElaTrabalhar” no *Instagram*, é visto que até hoje (julho de 2022), em postagens feitas por jornalistas e outras profissionais do meio esportivo, ainda usam a # nas legendas de suas publicações.

O perfil @deixaelatrabalhar no *Instagram* apresenta 7.396 seguidores e compreende 80 publicações, as quais foram analisadas com base na análise do discurso, já discutida anteriormente, e estão apresentadas a seguir.

Antes, contudo, é importante mencionar que ao escolher esse procedimento metodológico direcionado para esse perfil específico (@deixaelatrabalhar), partiu-se de uma hipótese que a campanha teria um maior engajamento e envolvimento das pessoas, esperando-se que fosse encontrar possibilidades de materialização maior dessa discussão. Pensou-se que, em virtude desse perfil ter um universo grande de publicações, seria possível encontrar uma discussão rica, dado o volume de postagens. Mas ao observar as publicações individualmente, percebeu-se que isso não se confirmava, em virtude de alguns fatores.

Primeiro, o *Instagram*, pelo menos para esse tipo de assunto, não promove um debate, ele promove no máximo essa dimensão da reação, da concordância, mas as pessoas ou não se sentiram afetadas o bastante para poder comentar ou não fazem isso no espaço do *Instagram*, (talvez façam em outro lugar). Ainda, porque essa campanha conseguiu atingir só pessoas de dentro de uma mesma “bolha”, por exemplo quem já acha que o trabalho de jornalista mulher precisa ser reconhecido e valorizado.

Sobre isso, é importante pensar que, ao trazer esses debates e essas lutas para as redes sociais, para as mídias sociais de uma forma geral, tem-se a impressão de um aumento do alcance, mas algumas vezes esse aumento do alcance não acontece de fato, sendo apenas uma impressão. Obviamente existem casos diferentes, engajamentos diferentes, mas para esse caso específico, isso parece não ter acontecido.

Assim, no caminho metodológico deste estudo, após a escolha do *Instagram*, realizou-se análise preliminar das publicações e percebeu-se que a hipótese inicial não se sustentava, o que levou a considerar então, em um processo reverso, o que os dados ali apresentados inferiam. A partir disso, realizou-se análise dos comentários negativos e depreciativos que foram feitos, relacionando esses comentários ao teor, ao conteúdo, e a forma como esses comentários se materializam em relação ao conteúdo da publicação que foi feita. Esse processo metodológico se pauta sobre o *paradigma indiciário*, proposto por Braga (2008):

A base do paradigma não é colher e descrever indícios – mas selecionar e organizar para fazer inferências. Uma perspectiva empiricista ficaria apenas na acumulação de informações e dados a respeito do objeto singular. Diversamente, o paradigma indiciário implica fazer proposições de ordem geral a partir dos dados singulares obtidos (p. 78).

A explicação por trás do paradigma indiciário mostra que as pequenas coisas podem ser reveladoras de questões sociais complexas. Muitas vezes não é preciso encontrar grandes feitos, grandes volumes de dados, pois os indícios são ricos e capazes de revelar fenômenos de complexidade maior e profunda da nossa sociedade. E isso pode ser observado nessa

análise do perfil @deixaelatrabalhar, pois mostrou que o silenciamento, ou seja, a ausência da discussão sobre a luta contra o assédio e a discriminação contra essas profissionais, no espaço das redes sociais é muito significativo para mostrar que mesmo tentando colocar isso em pauta não se discute. Logo, percebe-se que ainda há um longo caminho de luta há percorrer.

Posto isso, segue-se a análise das publicações realizadas no perfil @deixaelatrabalhar, apresentada em quadro, conforme tema de publicação.

**Quadro 1** – Análise das publicações e comentários do perfil @deixaetrabalhar no *Instagram*.

Publicação	Curtidas/Visualizações – Comentários	Tema	Análise
Post 1 e 2	1900 – 100 24 mil visualizações – 363	Apresentação da campanha	Majoria comentários positivos, apoiando a campanha e marcando outras pessoas (perfil) para que conheçam o movimento.
Post 3 ao 36 Post 38 ao 41 Post 54	18 mil visualizações – 78 3.859 – 129 1.789 – 58 2.875 – 55 1.220 – 08 4.151 – 13 3.780 – 05 4.874 visualizações – 05 5.521 visualizações – 11 3.639 visualizações – 05 2.699 visualizações – 03 1.728 - 14 762 – 0 2.565 visualizações – 06 1.201 – 06 2.053 visualizações – 01 793 – 10 1.447 – 18 8.296 visualizações – 21 459 – 04 4.290 visualizações – 09 1.031 – 10 1.686 visualizações – 03 1.317 – 14 640 – 07 1.232 – 05 4.367 visualizações – 15 1.116 – 09 1.318 – 13 2.548 visualizações – 0 1.832 – 14 1.436 – 02 1.149 – 0 561 – 05 924 – 14 1.182 – 08 564 – 08 1.234 - 07 1.111 – 08	Divulgação da campanha	Os posts apresentam diversas formas de divulgação da campanha, seja com o uso da #DeixaElaTrabalhar, utilizada por pessoas reconhecidas no jornalismo e no esporte, seja com declarações publicações sobre a importância da campanha, com uso da camiseta da campanha, mostrando, sobretudo, sua visibilidade na internet (perfil de famosos), jornais e revistas impressos (BBC, Revista TPM, e também nos meios televisivos (BBC, SBT Rio, Globo Esporte, TV Band), e nos telões dos gramados (Maracanã e Arena do Grêmio) . Esses posts contam com a participação de figuras importantes como a treinadora de futebol Emily Lima, o técnico Alberto Valentim, a jogadora de futebol Julia Rosado, o goleiro Júlio César, a árbitra Ariana Manfredi, e jornalistas nacionais e internacionais: francesa Anne-Laure Bonnet, Adriana Palacioslo, Giuli Pasquali, Monique Danello, Luciana Rocha da Rosa, Belén Boli, Lizandra Trindade, Mariana Becker, Sylvia Meneses Echeverría, Camila Carelli, Jéssica Maldonado, Constância García e Malu Dias. Além de torcedoras de diversos times que usavam a camiseta ou faziam publicações de apoio. Todos os posts tiveram reação de comentários positivos.

### Continuação Quadro 1.

Publicação	Curtidas/Visualizações - Comentários	Tema	Análise
<p>Post 37, 42 a 44, 52</p> <p><b>Post 45</b></p> <p>Post 69, 70 e 73</p>	<p>1.300 – 08 1.781 – 22 574 – 07 1.574 – 17 1.707 - 19</p> <p><b>1.676 – 20</b></p> <p>1.841 – 38 1.158 – 17 2.063 visualizações – 34</p>	<p>Comemoração de conquistas das mulheres jornalistas</p>	<p>Publicações que comemoram conquistas como: a primeira vez de uma narração feminina numa final de campeonato carioca, a arbitragem de uma partida entre Avaí e Chapecoense ter sido formada apenas por mulheres, <i>repost</i> do Conselho Nacional de Justiça divulgando novas leis direcionadas às mulheres, jornalistas mulheres acompanhando o treino do @flamengo.</p> <p><b>Primeira vez que aparece um comentário preconceituoso realizado por um homem: “Movimento elitizado e ridículo! Não querem o fim do machismo. Querem mídia e capital”</b></p> <p>Publicação mostra que na Nova Zelândia as seleções masculina e feminina receberão o mesmo pagamento por direitos de imagem e premiação. Print da matéria do UOL falando sobre a conquista de espaço das mulheres na Copa do Mundo da Rússia.</p> <p>A jornalista Ana Thais Matos fala sobre a presença de iranianas nos estádios da Copa do Mundo da Rússia, bem como sobre a presença das mulheres na cobertura esportiva.</p>
<p>Post 46 a 50, 53, Post 56 a 59</p>	<p>3.280 visualizações – 08 5.972 visualizações – 05 667 – 04 1.466 – 09 2.519 – 13 926 – 08 445 – 01 1.103 – 14 1.246 – 07</p>	<p>Aparição da campanha na mídia</p>	<p>A campanha é mencionada ou discutida em diversas mídias, como: no programa “Boteco do Escobar” aparece a #DeixaElaTrabalhar em forma de música feito pelo Grupo Molejo, vídeo do Youtuber Felipe Neto, charge do cartunista e jornalista Renato Peters sobre o movimento, na tribuna de imprensa do Mineirão, perfil da Revista Ela (Jornal O Globo), exibição do vídeo #DeixaElaTrabalhar durante a cerimônia de encerramento do Campeonato Carioca, mulheres que trabalham no futebol entraram no estádio Albertão com a faixa da campanha #DeixaElaTrabalhar, capa de uma editoria do jornal Zero Hora, Núcleo de Jornalismo Esportivo da Universidade Federal de Santa Catarina.</p>

### Continuação do Quadro 1.

Publicação	Curtidas/Visualizações - Comentários	Tema	Análise
Post 51, 55, 64, 68	1.914 – 238 818 – 32 749 – 07 1.464 – 19	Notas de repúdio e de apoio às jornalistas que foram desrespeitadas.	<p>Essa publicação tratou-se de uma nota de repúdio pelo fato de três repórteres mulheres terem sido vítimas de ofensas e injúrias por motivo de gênero durante a cobertura da final do campeonato Paulista. Nota de apoio à jornalista Patrícia Falcoski pelo caso de machismo que a mesma sofreu. Repost da publicação da assessora de imprensa do @vascodagama que relatou sobre o caso de assédio sofrido em estádio. Foto da notícia do UOL “Gremista é condenado por assédio a torcedora”. Há um comentário de um homem, cobrando um posicionamento da página sobre o caso ocorrido com o jornalista Eduardo Bueno (Peninha).</p> <p>A maioria dos comentários repudiam o desrespeito contra jornalistas, mas percebe-se um diminuindo o movimento:  <b>“O futebol sempre foi assim, nunca teve polêmica por isso. Vou nem discutir se é certo ou errado, mas tanto tempo de futebol vários homens foram xingados e só agora é absurdo? Tenho nada contra mulheres, mas tudo que vocês entram é <u>pra se vitimizar</u>. Desse jeito <u>nunca serão aceitas</u>”.</b></p>
Post 72	2.117 – 62		<p>Charge e texto sobre o caso dos vídeos de brasileiros aproveitando o idioma diferente para submeter mulheres russas a um constrangimento que elas não faziam ideia do que se tratava. Nessa publicação a maioria dos comentários repudiavam o ato, mas dois chamaram a atenção por <b><u>promoverem o discurso de ódio ao minimizaram a violência:</u></b></p> <p><b>“Respeito quem acha q seja um absurdo, porem eu não q seja nada demais. Vai de cada um”.</b></p> <p><b>“Não é legal isso, mas não vi ninguém argumentando quando era o Pânico na band ou funk sempre fizeram isso, não estou querendo arruma desculpa, até por que não curto nenhum dos três, agora se você ouvi funk e reclama disso,</b></p>

Post 75	216 mil visualizações – 369		<p><b>será muita hipocrisia”.</b></p> <p>Vídeo que mostra o assédio sofrido pela repórter Júlia Guimarães na cobertura da Copa do Mundo na Rússia. Nessa publicação são encontrados comentários que <b><u>promoverem o discurso de ódio ao minimizaram a violência:</u></b></p> <p><b>“Tudo montado pela globo mídia, para ter mais repercussão”.</b></p> <p><b>“Mimimi do caralho, pior são as putarias que passam na rede bobo de televisão. #globolixooo”.</b></p>
Post 76	1.381 – 35		<p>Vídeo que mostra o assédio sofrido pela repórter Laura Zago na cobertura da Copa do Mundo na Rússia. Todos os comentários repudiam a atitude.</p>
Post 80	20 mil visualizações – 216		<p>Vídeo que mostra o assédio sofrido pela repórter Karine Alves no Maracanã. A maioria dos comentários repudiam a atitude, contudo, <b><u>um foi identificado tendo a intensão de minimizar o problema, com tom de ironia:</u></b></p> <p><b>“Qual o problema de dar um bj na bochecha? Brasil virou um país de frescos!!!”</b></p>
Post 60 a 63	378 – 01 537 – 04 827 – 09 459 – 07	Discussão sobre violência contra a mulher, sob diversos enfoques.	Participação da promotora Gabriela Manssur no programa da @espnwbrasil para falar sobre o que diz a lei a respeito de assédio e violência contra a mulher. Jornalista Mariana Fontes em uma palestra na PUC Rio sobre as dificuldades enfrentadas pelas mulheres no mercado de trabalho. Jornalista Camila Carelli em uma palestra na Faculdade FACHA sobre as vivências no jornalismo esportivo.

			Nesse post <b><u>há quatro comentários de homens, que cobram um posicionamento da página</u></b> sobre o caso ocorrido com o jornalista Eduardo Bueno (Peninha).
--	--	--	--

Continuação Quadro 1.

Publicação	Curtidas/Visualizações - Comentários	Tema	Análise
Post 64	2.289 – 38	Postagem livre em que se encontram comentários com <b><u>discurso de ódio.</u></b>	Comentários com <b><u>discurso de ódio</u></b> identificados:  <b>“Futebol feminino é tão ruim que parece outro esporte”.</b>  <b>“ahahaha ter opinião agora é ser machista. Futebol feminino é horroroso, não tem 10% da intensidade do futebol masculino, isso é um fato. Você pode debater as causas, como menor visibilidade, menos patrocinadores e consequentemente menos dinheiro. Mas me criticar por falar sobre a óbvia distância de qualidade entre o futebol feminino e masculino é ridículo. Lute para melhorar o futebol das mulheres ao invés de negar a realidade”.</b>
Post 74	11,9 mil visualizações – 64		Vídeo do repórter Ben-Hur Correia falando sobre um ocorrido com o mesmo em Las Vegas. Nesse post há <b><u>comentários contraditórios:</u></b>  <b>“Quer dizer que e diferente com voce que e homem? Esse argumento que voce usou nao e machista? Quer dizer que a mulher e que e sexo fragil? Feministas nao gostam de serem chamadas de sexo fragil. A Julia Guimaraes que ganhou um beijo na Russia nao pode por que e mulher. Com isso eu fico sem entender menos ainda. Vao todos pra casa do caralho seus cuzoes de merda e taca-lhe pica porra! Kkkkkkkkkkkkkkkkkk”.</b>  <b>“@deixaelatrabalhar, vamos lá, respeito a causa, não vou comparar a situação do video da reporter com os videos dos babacas brasileiros com as russas, mas também não suporto mais tanta hipocrisia, da mesma forma que eles agiram com desrespeito com a mulhere russa, também é um desrespeito a grande maioria das músicas de funk que são tocadas no Brasil sempre colocando a mulher como qualquer coisa menos mulher. A situação do video do reporter é semelhante a da reporter sim e é lógico que ele iria fazer um video dizendo que são situações diferentes pois é a emissora e o grupo em que ele trabalha. O que</b>

Post 77	465 – 16		<p>houve de errado nas duas situações é uma invasão de espaço, bem longe de um assédio. Por tanto como eu disse, respeito muito a causa, mas não aceito vitimismos e hipocrisia ☐”.</p> <p>Divulgação do evento da OAB-RJ “Mulheres no trabalho”. Esse post apresentou alguns comentários de <b><u>crítica à página, feito por homens, sobre a publicação feita no Post 78.</u></b></p> <p><b>“Por que tiraram a opção de comentar do outro post? Seria medo mesmo né? Sabem que fizeram merda bando de vitimista...”</b></p> <p><b>“LIXOS!! MULHER TEM QUE TRABALHAR SIM, MULHER TEM QUE SER LIVRE SIM! MULHER TEM SEU LUGAR SIM!! MAS NUNCA JULGUE NINGUÉM SEM TOTAL PROVA DISSO, SEUS LIXOS, LIXOS E LIXOS!!”</b></p> <p><b>“Assumam que vocês podem ter destruído a vida de uma pessoa! Vergonha!!!”</b></p>
Post 78	767 – comentários bloqueados pela página		<p>Repost da publicação da jornalista Fabíola Andrade sobre o caso de imagens que mostravam que ela teria sido vítima de assédio sexual.</p>
Post 65, 66	1.142 – 29 9.541 visualizações – 25	Posicionamento da página – Caso Peninha.	Página se posiciona sobre o caso Peninha e todos os comentários se solidarizam com a repórter. Vídeo de torcedoras coloradas manifestando contra o jornalista Peninha.
Post 71	1.527 – 21	Nota de luto	Falecimento da tenista brasileira Maria Esther Bueno. Todos os comentários em

			solidariedade.
--	--	--	----------------

Continuação do Quadro 1.

Publicação	Curtidas/Visualizações - Comentários	Tema	Análise
Post 79	1.300 – 100	Nota de retratação	<p>Nota de retratação quanto ao caso da repórter Fabíola Andrade. A maioria dos comentários são <b>negativos, promovendo o discurso de ódio.</b></p> <p><b>“Lixos antes de fazer merda e acabar com uma família primeiro procurem saber da verdade! Essa mania nojenta de sempre achar que tem mocinhos e vilões não resolve nada só alimenta o ódio e violência”</b></p> <p><b>“Erramos, vá pro caralho, fuderam a vida do cara, e agora "erramos" bando de feminazes "lacradoras" fazem agora uma hashtag em apoio ao Cabo Man, e a família dele, ninguém pensou, só queriam demissão, prisão, morte e etc. Por essas e por outras eu sai desse país”.</b></p>

Fonte: Elaboração da autora da pesquisa.

#### 5.4 ANÁLISE DAS REAÇÕES DISCURSIVAS ENCONTRADAS NAS PUBLICAÇÕES DO @DEIXAELATRABALHAR

Ao mapear e caracterizar todo o conteúdo das publicações desse perfil, percebeu-se que alguns conteúdos geraram mais reações discursivas e, nesse caso, nos interessa observar os comentários, os quais trouxeram comentários mais significativos e representativos e que não apenas parabenizaram o movimento. São destacados 16 comentários negativos, que continham teor de desrespeito e discurso de ódio. A seguir, alguns comentários que apresentaram maior reação discursiva (apresentando discurso de ódio), seguido de sua análise.

Ao analisar o post 68, que apresentava notas de repúdio e de apoio às jornalistas que foram desrespeitadas, encontrou-se um comentário com intensa reação discursiva, o qual será analisado por trechos, a seguir. O autor do comentário inicia da seguinte forma: *“futebol sempre foi assim, nunca teve polêmica por isso”*. Observa-se que advérbio “sempre” marca uma naturalização da violência no espaço do futebol, significa que a violência está naturalizada e aceita, não sendo questionada. Ele continua: *“vou nem discutir se é certo ou errado”*. Esse trecho nos faz pensar que se quiséssemos mesmo promover uma mudança social pelo esporte, deveria haver espaço para discussão, mas quando esse usuário faz esse tipo de comentário, ele está menosprezando e tirando a responsabilidade do futebol/esporte ser um agente de mudanças.

O trecho *“mas tanto tempo de futebol vários homens foram xingados e só agora é absurdo”*, novamente naturaliza a dimensão dos xingamentos, não problematiza e considera como inadequada o fato da problematização vir agora. Em seguida, o trecho *“tenho nada contra mulher”* é uma espécie de bordão para tudo quanto é prática racista e homofóbica encontrada. É uma construção do senso comum para tentar sinalizar que a pessoa não tem nenhum preconceito. O operador adversativo “mas” coloca em oposição a ideia, promovendo uma contradição.

Em *“tudo que vocês entram é para se vitimizar”* encontra-se uma frase taxativa, colocando o pronome indefinido ‘tudo’ para tentar abarcar qualquer situação. Essa pessoa que comenta provavelmente é um homem, porque ele marca uma oposição, ele não se inclui ali. Por fim, *“desse jeito nunca serão aceitas”* quer dizer que as mulheres precisam ser aceitas. É muito forte usar esse tipo de construção, manifesta que se elas precisam ser aceitas é porque alguém ou um grupo tem o poder de aceitá-las, e esse grupo que tem o poder de aceitá-las é o grupo dos homens e para que então elas sejam aceitas elas precisam corresponder a um ideal do que esses homens consideram como adequado.

De uma forma geral, é possível perceber que há muitos comentários em defesa da luta que o perfil se propôs, em solidariedade às vítimas, contra o preconceito. Em sua maioria, comentários positivos. No entanto, os comentários negativos observados foram feitos por homens, que proclamaram discurso de ódio. Conforme descrito por Keen e Georgescu (2016), o discurso de ódio praticado nessa rede social apresenta vários formatos, que variam de discursos sutis, até exposições claras de violência, repúdio e discriminação. Corroborando com o mencionado pelos autores, os comentários no perfil @deixaelatrabalhar apresentaram vários tons, desde tons menos agressivos, utilizando-se da ironia, como “*país de frescos*”, até tons extremamente violentos, com adjetivos desrespeitosos como “*lixos*” e xingamentos como “*vá para o caralho*”.

Outro ponto importante é que foram identificados diversos comentários cobrando um posicionamento da página sobre o jornalista Peninha. Isso se deu após o jornalista Eduardo Bueno, o Peninha, ter feito um comentário machista contra a jornalista Eduarda Streb durante um programa na Rádio Gaúcha, dizendo que ela deveria “voltar para a cozinha”. Na época o caso gerou muita repercussão, e muitos foram os comentários no perfil @deixaelatrabalhar sobre o assunto. Nesses comentários podemos observar claramente as duas faces do discurso do ódio, conforme mencionado por Martins (2019): insulto e instigação. Todos os comentários desse contexto foram feitos por homens, que além de desrespeitar a luta levantada pela página com xingamentos, menosprezo e minimização da violência, também ínsita outros seguidores a fazerem o mesmo, dado a quantidade de comentários semelhantes de diferentes seguidores. Para Martins (2019, p. 3) tanto o insulto quanto a instigação “revelam que o discurso de ódio, ademais de expressar, busca intensificar a discriminação”.

Dentre os comentários machistas identificados, alguns propagaram discurso de ódio menosprezando a capacidade da atleta mulher, como: “*Futebol feminino é tão ruim*” e “*Futebol feminino é horroroso*”, bem como comentários preconceituosos, distorcidos, que tentam diminuir a importância da página, como “*muito ridículo*” e “*tudo montado*”. Sobre isso, Fagundes e Dinarte (2017) descreve que, apesar das conquistas das mulheres, a sociedade ainda persiste com uma estrutura machista que viabiliza a violência de gênero, a qual tem sido fortemente disseminada nas redes sociais.

Pôde-se observar também muitos comentários que visavam minimizar o sofrimento das mulheres, diminuindo o movimento na tentativa de mostrar que não existe esse tipo de discriminação, de que não há motivo para reclamações, ou que não há nenhum tipo de violência de fato. Isso ficou muito claro nos comentários a seguir, todos feitos por homens:

“*Parem de se vitimizarem*”, “*mimimi do caralho*”, “*vitimistas lixo*”. Conforme colocado por Solnit, (2017, p. 82), as redes sociais “converteu-se em uma nova plataforma, tanto para romper o silêncio quanto para impô-lo com ameaças e intimidações” (SOLNIT, 2017, p. 82). Nessa análise, então, percebe-se a nítida tentativa de silenciamento das mulheres.

Utilizando o *paradigma indiciário* proposto por Braga (2008), podemos inferir que esse perfil foi criado para ser um espaço de luta, de desabafo para outras vítimas, de exposição clara de esforços contra a violência e a discriminação contra as mulheres, em especial as jornalistas esportivas, no entanto, apesar da visibilidade, o apoio a essa luta não foi algo permanente, ou que tenha causado mudança significativa, uma vez que após comentários de repressão, não houve mais publicações. Esperava-se que esse perfil levasse maior discussão, compartilhamento e adesão a esse propósito, mas, os comentários machistas e que proclamavam discurso de ódio possivelmente intimidaram essa reação, o que nos leva a pensar que foram uma forma de silenciar essa luta.

Compreendemos a importância do espaço e do respeito às mulheres, independente de sua profissão, e reiteramos a necessidade urgente de maior apoio a luta contra o machismo, discriminação e discurso de ódio voltados para as mulheres. Fica evidente que, no caso das jornalistas esportivas, seja necessário primeiro o envolvimento da mídia, e de toda a classe jornalista a fim de que sejam respeitadas, para que a partir disso, a sociedade compreenda, como um todo, que não consiste em um favor, mas sim um direito que não precisaria ser solicitado, mas em vista a toda construção social, carece ser defendido e colocado em destaque nas discussões dos diversos setores da sociedade.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante de toda a discussão realizada neste trabalho, compreende-se que a mulher jornalista tem ganhado espaço para o exercício da sua função, o qual foi alcançado em virtude de um histórico de luta e resistência, mas que, apesar disso, ainda enfrenta um cenário de assédio, desrespeito e machismo. Mesmo diante dos avanços e conquistas, essa profissional precisa constantemente se impor para que seu direito de exercer sua profissão seja respeitado.

A análise do perfil @deixaelatrabalhar mostrou que as redes sociais são importantes espaços de lutas, mas que, infelizmente, o discurso de ódio ainda impera e tem potencial de silenciar as denúncias e o movimento em prol do direito dessas profissionais. Isso porque, o machismo, somado a possibilidade de anonimato ou mesmo a impunidade das atuações em redes sociais, torna ainda mais perverso o assédio e o desrespeito, e minimiza a luta e o sofrimento dessas mulheres.

Assim, o silenciamento da campanha nas redes sociais mostra que apesar de ser um direito estabelecido, o exercício da função da mulher jornalista ainda não é livre, pelo contrário, é carregado de medo e revestido de persistência e clamor por justiça e igualdade, que deve ser considerado e colocado em discussão para que esse silenciamento seja combatido.

É importante salientar que essa discussão deve ser feita em conjunto, articulando várias camadas da sociedade a fim de enfrentar essa realidade, uma vez que nada será bem-sucedido se não houver uma base institucional da sociedade que modifique essa cultura. E isso deve envolver não apenas os jornalistas das redações, mas os estudantes de jornalismo para que desenvolvam a sensibilidade e o respeito quanto ao fazer jornalístico, e assim, transbordando para toda a sociedade. Então, cabe atentar para essa realidade e torná-la pauta de discussões para que não seja silenciada, mas sim, ressignificada.

## REFERÊNCIAS

- ADELMAN, M. Mulheres atletas: re-significações da corporalidade feminina. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 2, n. 11, p. 445-465, jul./dez. 2003.
- ALMEIDA, A. C.; ARRUDA, A. C. As mulheres no Jornalismo Esportivo. **FACHA Atualidade Científica: Coletânea de Comunicação III**, p.115-125, 2020.
- ALMEIDA, C. S. O estatuto da FIFA e a igualdade de gênero no futebol: histórias e contextos do futebol feminino no Brasil. **FuLiA UFMG**, v. 4, n. 1, 2019.
- ARAÚJO, E. A. **O lugar da mulher no jornalismo esportivo: uma análise dos programas jogo aberto e globo esporte São Paulo, 2018.** (Monografia) Bacharel em Jornalismo. Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”. 150p.
- ARAÚJO, E. A.; VENTURA, M. S. Mulheres no jornalismo esportivo brasileiro: uma análise de atuação profissional sob o olhar do mercado de trabalho. **Revista ComHumanitas**, v. 11, n. 1, 2020.
- ARAÚJO, J. S. **O pessoal ainda é político: hashtags e compartilhamento de testemunhos pessoais como estratégia cyberfeministas.** In: ABCIBER, 9., 2016, São Paulo. Anais [...]. São Paulo: Puc, 2016. p. 1-12.
- BADINTER, E. **XY – Sobre a identidade masculina.** Trad. Maria Ignez Duque Estrada. 2a ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993, 266p.
- BASTOS, M. H. R. *et al.* Análise de discurso e análise de conteúdo: um levantamento de suas aplicações nas ciências aplicadas membros da administração. **Braz. J. of. Develop.**, v. 5, n. 11, p. 26301-26322, 2019.
- BOLZAN, L. O.; OLIVEIRA, C. S.; MARQUES, F. **Jogo de Damas: o jornalismo esportivo sem futebol.** 13p. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – S. Cruz do Sul - RS – 30/05 a 01/06/2013. Ano 2013.
- BOURDIEU, Pierre. A dominação masculina. 9. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010. 160 p.
- BOYLE, R. **Sports journalism: contexts and issues.** London: Sage, 2006.
- BRAGA, J. L. Comunicação, disciplina indiciária. **MATRIZES**, v. 2, abril 2008.
- BROCH, M. Histórico do futebol feminino no Brasil: considerações acerca da desigualdade de gênero. **Temporalidade – Revista de História**, v. 13, n. 1, 2021.

BRUGGER, W. **Proibição ou proteção do discurso do ódio? Algumas observações sobre o direito alemão e o americano.** Tradução de Maria Ângela Jardim de Santa Cruz Oliveira. Revista de Direito Público. Brasília: Instituto Brasiliense de Direito Público, ano 4, v. 15, n. 117, jan./mar. 2007.

BRUM, A.; CAPRARO, A. M. **Mulheres no jornalismo esportivo: uma 'visão além do alcance'.** Movimento, Porto Alegre, v. 21, n. 4, p. 959-971, out./dez. 2015. Campinas: Pontes Editores, 2015.

CAN, F. L.; PEREIRA, F. H.; RUELLAN, D. Violências públicas contra jornalistas e meios de comunicação. **Sobre Jornalismo**, v. 10, n. 1, 2021.

CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. **Dicionário de Análise do Discurso.** São Paulo: Contexto, 2012.

CIOCCARI, D; EZEQUIEL, V. C. Discurso de ódio na tribuna da Câmara dos Deputados. **Revista de Estudos Universitários**, Sorocaba, SP, v. 43, n. 1, p. 209-225, jun. 2017.

COELHO, P. V. **Jornalismo Esportivo.** 1 ed. São Paulo, SP: Contexto, 2011;

COELLNER, S. V. **Imagens da mulher no esporte.** In: História do Esporte no Brasil: do Império aos dias atuais. DEL PRIORE, Mary; MELO, Victor Andrade de (orgs.). Editora UNESP. São Paulo. 568p. Ano 2009.

CONNEL, B. **Masculinity, violence, and war.** In: KIMMEL, M. e MESSNER, M. Men's lives. Nova York e Toronto: MacMillan Publishing Co. e Maxwell MacMillan Canada, 1992, pp. 176-183.

CONNEL, R. W. Políticas da masculinidade. **Educação e Realidade**, v. 20, no 2. Porto Alegre, jul./dez. 1995, pp. 185-206.

DANTAS, M. A. **Mulheres no jornalismo esportivo.** (Monografia) Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2016. 108p.

DUARTE, M. Y. M. Estudo de caso. In: DUARTE, J.; BARROS, A. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação.** São Paulo: Atlas, 2005.

DUNNING, E. **O esporte como um domínio masculino: observações sobre as fontes sociais da identidade masculina e suas transformações.** In: DUNNING, Eric. Sociologia do esporte e os processos civilizatórios. São Paulo: Annablume, 2014. p. 233-254.

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

FAGUNDES, V. B.; DINARTE, P. V. O Discurso de ódio contra as mulheres na sociedade em rede. **Anais do 4º Congresso Internacional de Direito e Contemporaneidade: mídias e direitos da sociedade em rede.** UFSM, 2017.

FERNANDES, B. S. O. **Mulheres jornalistas no meio esportivo televisivo: estudo de caso do movimento #deixaetrabalhar no Instagram.** (Monografia) Bacharel em Jornalismo. Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2019. 55p.

FERREIRA, B. A. **Narração esportiva no Brasil: A inserção da mulher no mercado de trabalho.** (Monografia) Jornalismo. Rio de Janeiro: FACHA, 2020. 49p. FGV, 2017. 240p.

FIGARO, R. Jornalismo e trabalho de jornalistas: desafios para as novas gerações no século FÓRUM BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA. **Violência contra mulheres em 2021.** Disponível em: <https://forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2022/03/violencia-contra-mulher-2021-v5.pdf> Acesso: 17 mar 2022.

GLINKA, F. R. **A mulher no jornalismo esportivo: os desafios das jornalistas em Curitiba.** (Monografia) Bacharel em Comunicação Social. Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2018. 70p.

GODINHO, I. O. **Midiativismo e direitos humanos: análise discursiva de minimanuais de jornalismo humanizado.** (Dissertação) Mestrado em Letras. Universidade Federal de Viçosa; Viçosa, 2021. 149p.

GOMES, A. G. R. **Por elas e por todas: Um videodocumentário sobre machismo no futebol.** (Monografia) Jornalismo. UniCesumar; Maringá, 2018. 73p.

GONÇALVES, A. T. P. Análise de conteúdo, análise do discurso e análise de conversação: estudo preliminar sobre diferenças conceituais e teórico-metodológicas. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 17, n. 2, p. 275-300, 2016.

HECKERT, H.; JACINTO, A. Mulheres jovens vítimas de assédio moral no trabalho. A perspectiva da psicologia organizacional. **Revista Trabalho (En)Cena**, v. 6, 2021.

HERNANDES, J. M.; ALVES, A. M. P. Discursos de ódio, feminicídios e internet: uma análise sócio-histórica. **Anais Eletrônico XII EPCC – Unicesumar**, 2021.

HOLLANDA. H. B. **Hollanda mergulha na quarta onda feminista em livro recém-lançado.** Disponível em: <https://www.geledes.org.br/heloisa-buarque-de-hollanda-mergulha-na-quarta-onda-feminista-em-livro-recemlançado/>. Acesso em: 03 jul. 2022.

INFOGRÁFICO *INSTAGRAM* NO BRASIL – 2º EDIÇÃO. **Dados sobre o comportamento dos usuários da rede social com maior engajamento entre os usuários no mundo.** 2021. Disponível em: <https://materiais.opinionbox.com/infografico-Instagram-2-edicao> Acesso: 19 mar. 2021.

JORGE, T. M.; ADGHIRNI, Z. L. Brazil: need for national debate on women in journalism. In: BYERLY, Carolin (Ed.). **The Palgrave international handbook of women and journalism.** New York: Palgrave Macmillan, 2013. p. 211-225.

KEEN, E.; GEORGESCU, M. (Org.). **Manual para o combate contra o discurso de ódio online através da Educação para os Direitos Humanos.** 2016.

LÓPEZ-ORTEGA, M.; NORONHA, I. Women Journalists and Social Media Activism: Na Analysis of the Hashtags #DeixaElaTrabalhar and #LasPeriodistasParamos on *Instagram*. **RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación**, v. 8, n. 16, p. 168-194, 2021.

MARTINS, A. C. L. Discurso de ódio em redes sociais e reconhecimento do outro: o caso M. **Revista Direito GV**, v. 15, n. 1, 2019.

MENDONÇA, E. T. **Esportivas, dos gramados à comunicação: Portal de jornalismo esportivo gerenciado por mulheres**. (Dissertação) Mestrado em Mídia e Tecnologia. Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”. Bauru, 2019. 155p.

MORAIS, P. **Biel chama repórter de “gostosa” em entrevista e diz que a “quebraria no meio”**. Portal Ig, 9 jun. 2016.

MOURA, **A trajetória da mulher no jornalismo**. (Monografia) Bacharel em Jornalismo. Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul – UNIJUÍ. Ijuí, 2021. 57p.

MOZZATO, A. R.; GRZYBOVSKI, D. Análise de Conteúdo como Técnica de Análise de Dados Qualitativos no Campo da Administração: Potencial e Desafios. **RAC, Curitiba**, v. 15, n. 4, p. 731-747, jul./ago. 2011.

NANDI, J. A. B. **O combate ao discurso de ódio nas redes sociais**. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Tecnologia da Informação) Universidade Federal de Santa Catarina; 2018. 58p.

NEVES, T. Apresentadora, torcedora ou jogadora: Fernanda Gentil, Larissa Riquelme e Marta nas representações das mulheres pelo jornalismo esportivo. **FuLIA UFMG**, v. 4, n. 1, 2019.

OLIVEIRA, A. P. A mulher no jornalismo esportivo. **Revista Observatório**, 2017.

OLIVEIRA, F. G. M. **Direitos Humanos**. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: Método, 2016.

OLIVEIRA, R. C.; LIMA, J. C. P.; GOMES, R. F. Machismo e discurso de ódio nas redes sociais: uma análise de “opiniões” sobre a violência sexual contra as mulheres. **Revista Feminismos**, v. 6, n. 1, p. 67-77, 2018.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO (OIT). **Global Wage Report 2018/2019**. Disponível em: [https://www.ilo.org/global/publications/books/WCMS\\_650553/lang--en/index.htm](https://www.ilo.org/global/publications/books/WCMS_650553/lang--en/index.htm) Acesso: 17 mar 2022.

ORLANDI, E. L. P. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 1999.

ORLANDI, E. P.; GUIMARÃES, E.; TARALLO, F. **O estranho espelho da análise do discurso**. In: COURTINE, Jean Jacques. Análise do discurso político – o discurso comunista endereçado aos cristãos. São Carlos (SP): EdufScar, 2009.

PACHECO, L. T.; SILVA, S. R. Mulheres e jornalismo esportivo: possibilidades e limitações em um campo masculino. **Revista Estudos Feministas**, v. 28, n. 3, 2020.

PEREIRA, D. A.; RITTER, E. **A inserção das mulheres no jornalismo esportivo: análise do movimento #DeixaElaTrabalhar através dos sites Globo Esporte e El País**. IJ1 – Jornalismo XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 2019.

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

PINA, J. O. O dibre é nosso e delas: uma análise do blog esportivo dibradoras. (Trabalho de Conclusão de Curso) Bacharel em Jornalismo. Universidade Federal de Viçosa: Viçosa, 2019. 71p.

RAMIRES, L. mulheres jornalistas esportivas e mercado de trabalho: quem (não) as deixa trabalhar? **R. Katál**, v. 23, n. 3, p. 501-509, 2020.

RAMOS, R. H. P. **Mulheres jornalistas – A grande invasão. Imprensa Oficial do Estado de São Paulo**. Faculdade Cásper Líbero. São Paulo, SP. Ano 2010.

REIS, J. S. **Feminismo por hashtags: as potencialidades e riscos tecidos pela rede**. In: mundo de mulheres e fazendo gênero, v.11, n. 13, 2017, Florianópolis. Anais... . Florianópolis: Fazendo Gênero, 2017. p. 1 - 13.

RIAL, C. Ainda um ‘ponga un exótico’ ou uma mudança efetiva? Participação das mulheres na mídia brasileira na Copa. **Cuadernos del Mundial**, n. 2, p. 2-3, CLACSO, jun. 2014.

RIBEIRO, A. **Os Donos do Espetáculo: histórias da imprensa esportiva do Brasil**. 1. ed. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2007

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

ROMEIRO, N. L.; PIMENTA, R. M. Mídias sociais, violência contra mulheres e informação: prospecção do campo à luz das humanidades digitais. **Em Questão**, v. 27, n. 4, 2021.

SANTOS, A. K. C. A participação da mulher no esporte espetacular: um ensaio sobre a representatividade feminina jornalismo esportivo brasileiro. **Univale – Núcleo de Comunicação e Humanidades**, 2020. 15p.

SANTOS, K. C. P. **#DeixaElaTrabalhar: uma análise da repercussão e das apropriações da campanha na luta contra o assédio no jornalismo esportivo**. (Monografia) Universidade Federal de Ouro Preto, 2020. 82p.

SCARTASSINI, V. B.; BARROS, T. H. B. Feminismo e ciência da informação: uma abordagem a partir da análise de discurso. **Revista Informação**, Londrina, v. 26, n. 3, p. 450-477, 2021.

SILVA, A. B. L. **A luta das mulheres contra o machismo e o assédio no futebol.** (Monografia) Bacharel em Comunicação Social / Jornalismo. Universidade Federal Fluminense: Niterói, 2019. 26p.

SILVA, J. C.; ARAÚJO, A. D. A metodologia de pesquisa em análise do discurso. **Grau Zero – Revista de Crítica Cultural**, v. 5, n. 1, 2017.

SILVA, J. M. Feminismo na atualidade: a formação da quarta onda. Recife: **Independently Published**, 2019.

SILVA, M. L. A. Entre dicotomias e silenciamentos: o fazer político feminista nas redes sociais. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, 2019.

SILVA, M. V. **Masculino, o gênero do jornalismo: um estudo sobre modos de produção das notícias.** 2010. Mestrado (Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Biblioteconomia e Comunicação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, Brasil.

SILVA, R. L. et al. Discursos de ódio em redes sociais: jurisprudência brasileira. **Revista Direito GV**, v. 7, n. 2, 2011.

SILVA, T. M. G. S. O colorismo e suas bases históricas discriminatórias. **Unifacs**, Salvador, n. 201, p.1-19, 2017.

SOARES, A. S. F. O discurso jornalístico e seus rituais. **Revista ECOPÓS**, v. 10, n. 2, jul/dez, 2007, p. 181196.

SOARES, V. S. **Relações de poder e opressão: o silenciamento de mulheres vítimas de assédio no trabalho.** (Monografia) Jornalismo. Universidade Federal do Tocantins; Palmas, 2021. 55p.

SOLNIT, R. **A mãe de todas as perguntas: reflexões sobre os novos feminismos.** São Paulo: Schwarcz S.A, 2017.

STROPPIA, T.; ROTHEMBURG, W. C. Liberdade de expressão e discurso do ódio: o conflito discursivo nas redes sociais. **Revista Eletrônica do Curso de Direito da UFSM**, v. 10, n. 2, 2015.

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

VIEIRA, O. V. *et al.* **Direitos humanos e vida cotidiana.** Rio de Janeiro: Editora XXI. **Revista Parágrafo**, São Paulo, v. 2, n. 2, p. 23-37, jul./dez. 2014.

WIMMER, R. D.; DOMINICK, J. R. **La investigación científica de los medios de comunicación: una introducción a sus métodos.** Barcelona: Bosch, 1996.

YIN, R. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 2ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.