

MAPEAMENTO DA VIOLÊNCIA DE GÊNERO NA IMPRENSA NO TWITTER EM 2022¹

Renata Rodrigues COUTINHO²

Raphael Sthéfano Rodrigues FERREIRA³

Laryssa de Jesus FLORENCIO⁴

Fábio Luiz MALINI⁵

Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES

RESUMO

Este paper tem como tema o estudo da violência de gênero no Twitter. Nosso objetivo foi analisar tuítes que contiveram ataques misóginos contra jornalistas mulheres no Twitter durante o período eleitoral, entre os meses de setembro a novembro. Foram coletadas cerca de 24 milhões de publicações, extraídas diretamente da API da plataforma através de software de extração de dados, e depois filtrados a partir de um dicionário de misoginia online, criado pelo Labic/UFES. Ao final, foram processados grafos para detectar as jornalistas mais atacadas, e as motivações mais recorrentes. Concluimos que os ataques têm relação direta com o fato de serem mulheres jornalistas.

PALAVRAS-CHAVE: Violência; Jornalismo; Misoginia; Ataques-Virtuais.

1. Contextualização

No jornalismo a violência de gênero não se limita apenas ao espaço físico das redações, onde que de modo geral a perspectiva masculina é privilegiada, pois, os ideais de neutralidade e imparcialidade valorizados pelo código deontológico da profissão se alinham mais facilmente ao *habitus* masculino, supostamente mais racional e emocionalmente controlado (NEVEU, 2000), e se estende também para o âmbito virtual, como relata o estudo “Mulheres no Jornalismo Brasileiro” (ABRAJI, 2020).

Nas redes sociais, especialmente no Twitter, onde buscamos mapear as principais formas de ataque e os seus principais alvos, notamos a estruturação de redes coordenadas de ataques misóginos, método de agressão cada vez mais utilizado como

¹Trabalho apresentado na IJ05 – Comunicação Multimídia do 26º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 1º a 3 de junho de 2023.

² Graduando do Curso de Jornalismo da UFES, ES, email: renata.r.coutinho@edu.ufes.br

³ Graduando do Curso de Artes Plásticas UFES, email: raphael.ferreira@edu.ufes.br

⁴ Graduando do Curso de Jornalismo da UFES, ES, email: laryssa.florencio@edu.ufes.br

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UFES, email: fabiomalini@gmail.com

instrumento de intimidação, silenciamento e desqualificação do trabalho dessas profissionais.

A violência digital contra jornalistas sempre foi uma constante no Brasil (BLOTTA, 2016). Porém, os ataques, quando dirigidos às mulheres, nunca é no mesmo tom que aos homens, se aos homens se questionam a competência, as mulheres, questionam-se a moral. Deste modo, nos propomos a destrinchar o funcionamento das estruturas de ódio constituídas no *Twitter*, além de comprovar como as relações de gênero são fatores determinantes para essas agressões.

2. Metodologia

Em pesquisa realizada na Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), pelo Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (LABIC) em conjunto com a ONG Repórteres Sem Fronteiras (RSF), monitorou-se durante treze semanas do segundo semestre de 2022, entre os meses de setembro a novembro, os ataques a jornalistas, homens e mulheres. Contudo, desde o início, foi evidente a diferença nos termos pejorativos utilizados para se referir a elas.

Coletou-se semanalmente publicações que mencionam palavras de ataque a profissionais da imprensa, somando 4.372.213 *tweets*. A *timeline* de 115 jornalistas resultaram em 14.488.426 de *replies* e menções, além do monitoramento de 54 autoridades com 4.605.583 *tweets*. Por fim, 140 *hashtags* ofensivas ao jornalismo e a mídia em geral acumularam 631.201 *tweets*. Os *datasets* foram filtrados para evitar qualquer dado redundante, totalizando 24.097.423 de publicações analisadas.

A partir disso, os arquivos em formato GDF foram gerados, e por meio do *software Gephi*, transformados em grafos de maior compreensão analítica. Para melhor aproximação com a realidade dos dados desenvolveu-se um conjunto unificado das redes de “network_AT”, que mensurava o total de comentários pejorativos recebidos e “network_MT”, que quantificava as menções insultuosas. Deste modo, foi possível identificar os jornalistas e veículos de imprensa mais atacados do segundo semestre de 2022 em suas publicações, ordenando-os em modo crescente.

Ademais, outro passo importante para maior entendimento da estrutura organizacional dos ataques foi detectar qual era o perfil desses haters e quais jornalistas

e instituições de imprensa estavam em suas miras. Por isso, se fez necessário a criação de outros tipos de visualização. A rede de “network_hashtag_user” espelha a relação entre as *hashtags* mais populares e os *users* que mais a publicaram⁶, agrupando-os, de modo que torna possível identificar quais os usuários mais interagiram, seja por meio de RTs ou *tweets*.

Apoiamo-nos ainda como orientação para a análise metodológica na compreensão de que a configuração de uma rede depende do acontecimento e, portanto, sua dinâmica não é fixa. Para entender a lógica dos ataques sofridos por jornalistas e comunicadores no Twitter, é necessário identificar e sistematizar as estruturas de ódio montada pelos agressores. Buscando, portanto, fazer uma cartografia, um mapa que possui dinâmicas que se alteram e não o decalque das agressões (DELEUZE & GUATTARI, 1995).

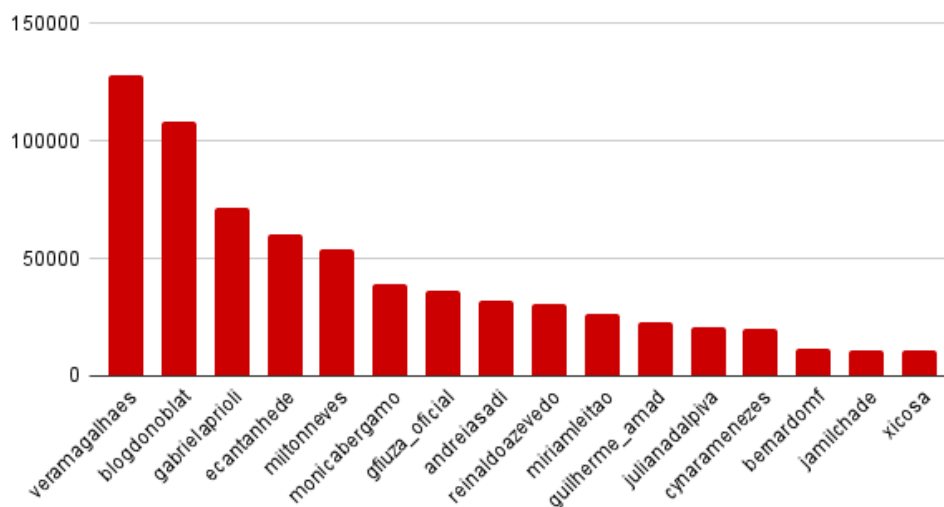
3. Resultados Obtidos

Durante o período do estudo, oito jornalistas se destacaram como alvo de haters, Vera Magalhães, Gabriela Prioli, Eliane Cantanhede, Monica Bergamo, Andreia Sadi, Miriam Leitão, Juliana Dal Piva e Cynara Menezes nessa exata ordem foram as jornalistas mulheres que mais sofreram ataques. Somente a jornalista Vera Magalhães, primeira colocada no *ranking* geral, foi atacada 127.990 vezes, número significativamente expressivo quando comparado com o segundo lugar, Ricardo Noblat, que sofreu 107.971 ataques. Assim como demonstra o gráfico abaixo:

Gráfico 1: top 16 jornalista mais atacados do segundo semestre de 2022

⁶ Imagem 1

TOP 15 JORNALISTAS ATACADOS



Fonte: produzida pela autora, a partir de coleta de dados do Twitter (2022).

Somente a jornalista Vera Magalhães, primeira colocada no *ranking* geral, foi atacada 127.990 vezes, número significativamente expressivo quando comparado com o segundo lugar, Ricardo Noblat, que sofreu 107.971 ataques. A diferença de tratamento torna-se ainda mais evidente ao observarmos a quantidade de vezes que determinados termos foram utilizados para se referir aos jornalistas homens e mulheres.

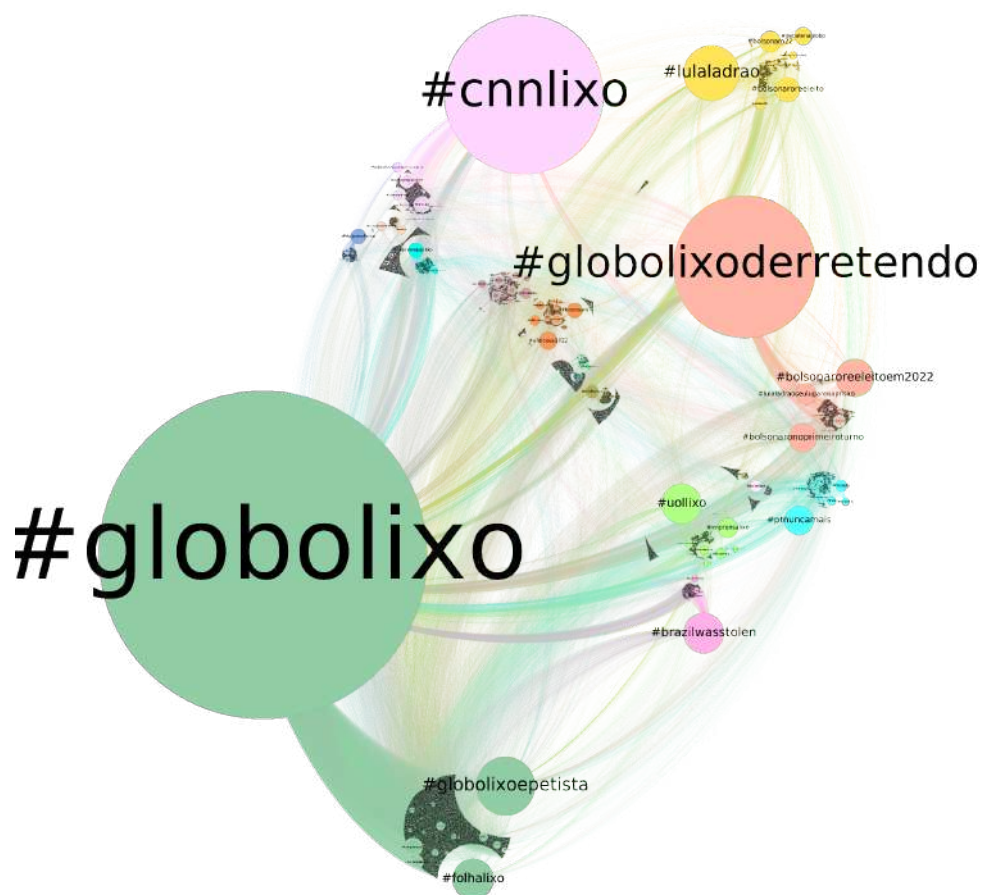
Entre as principais palavras de insulto direcionadas às mulheres estão: vagabunda (255.235), puta (43.965), suja (37.547), mentirosa (21.219), velha (17.501), dentre outras com o mesmo objetivo de ofender a moral e desqualificá-las como mulheres e profissionais. Já quando se alude aos homens, as ofensas se tornam mais brandas, e os ataques se voltam em maioria para questionar o profissionalismo e competência dos mesmos. De modo que contrapondo os termos utilizados em referência às mulheres, o número de uso da maioria deles cai drasticamente, e a presença de termos sexistas é quase nula, observe: vagabundo (11.559), sujo (5.262), mentiroso (36.624), velho (4.597). Fato que reitera o pressuposto de que os principais alvos dos atacadores são mulheres.

Para adentrarmos mais profundamente nas estruturas de ódio e no funcionamento das dinâmicas de ataques constituídas na plataforma durante o período analisado, a representação da relação entre as hashtags de ataque à imprensa mais

usadas pelos agressores e seu modelo de disseminação, nos ajudam a compreender a lógica e os alvos principais dos haters.

No Twitter as *hashtags* funcionam como ferramenta de impulsionamento para os conteúdos gerados e termômetro para os principais assuntos pautados na rede social. De modo que seu próprio uso em si demonstra a intencionalidade de direcionar o *tweet*, ou seja, discurso a determinado público. No casos dos *haters* como buscamos comprovar, os ataque por meio das hashtags não são casualidades e sim estruturas complexas de interações, como mostra o grafo abaixo:

Imagem 1: principais hashtags de ataque à imprensa/ jornalistas e associadas.



Fonte: produzido pela autora, a partir de coleta de dados do Twitter (2022).

Os *clusters* (agrupamentos) presentes no grafo são formados a partir de métricas que reúnem informações similares, sendo assim, todas as *hashtags* foram agrupadas por

possuírem características de ataque parecido, neste caso os mesmo alvos - veículos de mídia ou as próprias jornalistas - e separadas por cores para evidenciar a presença dessas subcomunidades, que se interligam e replicam conteúdos uns dos outros.

A *hashtag* #globolixo apresenta a maior relevância na rede e está diretamente ligada a todos outros *clusters*, constituindo-se assim como o alvo principal dos ataques e fonte de alimentação do ódio contra a imprensa e seus profissionais, já que quando publicada ela vem acompanhada de outras que também estão associadas aos ataques, sendo um canal direto para a utilização de outras com menor relevância, estruturando uma rede que se auto replica e alimenta.

Portanto, com base no grafo é possível afirmar que a *hashtag* mais difundida na rede durante o período foi #globolixo, pois além de possuir o maior nó é também o *cluster* onde se concentra o maior agrupamento de *users*. A *hashtag* foi utilizada sistematicamente pelos agressores, o que a qualifica como a principal *tag* de ataque. Outras *hashtags* de ataque diretos a veículos de imprensa presentes no grafos também apresentam relevância como #cnnlixo, #folhalixo, #uollixo.

Constata-se que os ataques, mesmo que mais direcionados a determinadas organizações e jornalistas, abrangem de modo geral todos os emparelhamentos comunicacionais brasileiros. Conclui-se também que os alvos desses agressores além das empresas são os jornalistas, especialmente as mulheres, que nelas trabalham.

4. Considerações finais

No paper, procuramos analisar a violência de gênero sofrida pelas mulheres jornalistas no âmbito virtual, com enfoque na plataforma Twitter, durante o último semestre de 2022 em período eleitoral. Buscamos identificar e mapear os padrões de ataques constituídos nesta rede social contra as mulheres, assim como, demonstrar o funcionamento das dinâmicas de disseminação de conteúdos misóginos.

Evidenciando como as relações de gêneros influenciam diretamente nas interações estabelecidas por intermédio da plataforma e violentam metodicamente mulheres jornalistas, por meio de ataques coordenados que não possuem finalidade nenhuma além de ferir a moral dessas profissionais. Fato nítido quando comparado os

termos ofensivos que são amplamente utilizados em referência a elas com os dos homens.

Quando sob a mira dos agressores o caráter e princípio das mulheres é o primeiro ponto a ser inquirido, reafirmado que o principal intuito dos haters é desmoralizá-las e desqualificá-las, não somente como profissionais, mas como mulheres. Seja por meio de comentários em massa (spam) em suas postagens, menções ofensivas, ou pelo uso de hashtags, as agressões contra elas se estabelecem nas redes como uma estrutura contínua de disseminação de ódio.

Referências

ABRAJI, “**Abraji faz levantamento sobre violência a mulheres jornalistas, 2020**”. Disponível em: <https://abraji.org.br/noticias/abraji-faz-levantamento-sobre-violencia-a-mulheres-jornalistas>. Acesso em 5/8/2020.

BLOTTA, Vitor. “**Brasil: a mordida do ouroboro**”. Infoamérica: Iberoamerican Communication Review, 9-21, 2016.

DANCOSKY, Andressa Kikuti; MICK, Jacques; ROCHA, Paula Melani. “**Masculinização e desfeminização no jornalismo em crise no Brasil (2012-2017)**”. Revista Estudos Feministas, Florianópolis, v. 30, n. 2, e75032, 2022.

DE GREGORI, Juciane. “**Feminismos e resistência: trajetória histórica da luta política para conquista de direitos**”. Caderno Espaço Feminino, v. 30, n. 2, 2017.

GUATTARI, Félix; DELEUZE, Gilles. “**Mil platôs**”. São Paulo, v. 34, p. 1997, 1995.

LELO, Thales Vilela. “**A feminização do jornalismo sob a ótica das desigualdades de gênero**”. Revista Estudos Feministas, Florianópolis, v. 27, n. 2, e54225, 2019.

NEVEU, Erik. “**Le genre du journalisme. Des ambivalences de la féminisation d'une profession.**” *Politix. Revue des sciences sociales du politique* 13.51 (2000): 179-212.

ROCHA, Paula; SOUSA, Jorge. “**O mercado de trabalho feminino em jornalismo: análise comparativa entre Portugal e Brasil**”. Impulso, Piracicaba, v. 21, n. 51, p. 7-18, jan./jun. 2011.